

<https://doi.org/10.12662/2359-618xregea.v15i1.6109.pe6109.2026>



## ARTIGOS

### ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA BRASILEIRA SOBRE O REGISTRO DE MARCAS: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO (2010 - 2024)

### ANALYSIS OF BRAZILIAN SCIENTIFIC PRODUCTION ON TRADEMARK REGISTRATION: A BIBLIOMETRIC STUDY (2010 - 2024)

## RESUMO

A crescente valorização dos ativos intangíveis tem ampliado a relevância das marcas como instrumentos estratégicos de competitividade e inovação no ambiente empresarial brasileiro. Nesse contexto, compreender como a produção científica nacional tem abordado o registro de marcas torna-se fundamental para o fortalecimento das políticas de propriedade intelectual. Este estudo tem como objetivo analisar a evolução da produção científica brasileira sobre registro de marcas no período de 2010 a 2024, identificando padrões, periódicos de destaque e lacunas de pesquisa. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa bibliométrica, de abordagem quantitativa, realizada a partir de dados da plataforma Lens.org, com aplicação das leis de Bradford, Zipf e Lotka. Os resultados indicam crescimento das publicações a partir de 2016, com forte concentração no periódico *Cadernos de Prospecção*. Observa-se predominância de termos associados aos aspectos operacionais do registro de marcas e lacunas relacionadas à transferência do conhecimento para micro e pequenas empresas e à exploração de tecnologias emergentes. Conclui-se que o estudo contribui para a sistematização do campo e para o avanço das pesquisas em propriedade intelectual.

**Palavras-chave:** registro de marca; propriedade intelectual; produção científica; políticas públicas. Inovação.

## ABSTRACT

The growing appreciation of intangible assets has increased the relevance of trademarks as strategic instruments for competitiveness and innovation in the Brazilian business environment. In this context, understanding how national scientific production has

**Auzimara Barroso Sampaio**  
**auzimara.barroso@aluno.uece.br**

*Graduanda em Administração pela Faculdade de Educação e Ciências Integradas do Sertão de Canindé (FECISC), da Universidade Estadual do Ceará (UECE). Bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC). Técnica em Eventos (2016) e graduada em Tecnologia em Gestão de Turismo (2016) pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE), campus Canindé. Fortaleza - CE - BR.*

**Edilson Araújo Pires**  
**edilson.pires@uece.br**

*Doutor em Ciência da Propriedade Intelectual pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). Professor da Faculdade de Educação e Ciências Integradas do Sertão de Canindé (FECISC), Universidade Estadual do Ceará (UECE) e do Programa de Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (PROFNIT), ponto focal UFRB. Fortaleza - CE - BR.*

addressed trademark registration is essential for strengthening Intellectual Property policies. This study aims to analyze the evolution of Brazilian scientific production on trademark registration between 2010 and 2024, identifying patterns of publications, leading journals, and research gaps. Methodologically, this is a quantitative bibliometric study based on data collected from the Lens.org platform, applying Bradford's, Zipf's, and Lotka's laws. The results indicate a significant increase in publications from 2016 onwards, with a strong concentration of articles in the journal *Cadernos de Prospecção*, confirming the existence of a specialized core in the field. The keyword analysis reveals a predominance of terms related to the operational and bureaucratic aspects of trademark registration, as well as gaps in knowledge transfer to micro and small enterprises, and the limited exploration of emerging technologies. The study contributes to the systematization of research on trademark registration in Brazil and reinforces scholars, innovation managers, and policymakers.

**Keywords:** trademark registration; intellectual property; scientific production; public policies; innovation.

## 1 INTRODUÇÃO

A propriedade intelectual (PI)—que reúne os direitos sobre criações do intelecto humano e está dividida em áreas como direito autoral, propriedade industrial e proteções sui generis, como cultivares e conhecimentos tradicionais (OMPI, 2021) — tem ganhado cada vez mais destaque nos meios acadêmico e empresarial, impulsionada pela crescente valorização de ativos intangíveis, como as marcas. Esse movimento reflete uma mudança estrutural na economia. Dados do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI, 2025b) indicam que, na última década, os ativos intangíveis cresceram, em média, 2% ao ano no Brasil e já representam 47% do investimento total do país.

Entre 2020 e 2021, esse crescimento se acelerou para 14%, superando o dos ativos tangíveis (8%). Nesse contexto, as marcas respondem por, aproximadamente, 25% do investimento intangível total no país (INPI, 2025a).

Nesse cenário, a marca se destaca por sua capacidade de identificar produtos e serviços e de criar vínculos com os consumidores (Evangelista; Almeida, 2024; Medrado *et al.*, 2024; Silva *et al.*, 2024). Longe de ser apenas um nome ou símbolo, ela se consolida como um elemento estratégico que incorpora valores, reputação e identidade organizacional (Evangelista; Almeida, 2024).

Marcas bem construídas representam um patrimônio valioso, sendo responsáveis por parcela significativa do valor de mercado das organizações (Castro, 2015; Magro *et al.*, 2017). No entanto, para que esse valor seja efetivamente protegido, o registro de marca torna-se essencial (Sousa; Lima, 2025). No Brasil, esse processo é regulamentado pela Lei nº 9.279/1996 (Lei da Propriedade Industrial – LPI) e deve ser realizado junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). O registro garante ao titular o direito exclusivo de uso da marca em todo o território nacional, funcionando como uma ferramenta estratégica para expansão, licenciamento e fortalecimento institucional (Brasil, 1996). Ademais, a gestão da marca deve integrar a estratégia empresarial, uma vez que constitui um ativo fundamental para a geração de valor, a diferenciação de produtos e a proteção da reputação organizacional (Sales; Pires; Peralta, 2025).

Apesar de sua importância amplamente reconhecida e de o Brasil se destacar em volume de registros de marcas (INPI, 2025b), o número de depósitos ainda se encontra abaixo do potencial do país. Essa limitação é ainda mais acentuada entre micro e pequenas empresas, que frequentemente desconhecem os benefícios da proteção marcária e deixam de realizar o processo de registro (Sgoda; Freitag, 2015).

Diante desse contexto, emerge o seguinte problema de pesquisa: como a produção científica brasileira sobre o registro de marcas

tem se desenvolvido no período de 2010 a 2024 e quais padrões, concentrações e lacunas caracterizam esse campo de investigação? Assim, o objetivo deste estudo é analisar a evolução da produção científica brasileira sobre o registro de marcas entre 2010 e 2024, identificando tendências de publicação, periódicos de maior destaque, recorrência temática e aspectos ainda pouco explorados na literatura.

Ao sistematizar esse conhecimento, o trabalho busca contribuir para o fortalecimento do debate acadêmico em Propriedade Intelectual, oferecendo subsídios tanto para pesquisadores quanto para gestores de inovação e formuladores de políticas públicas. Para tanto, o artigo está estruturado em seções que apresentam, além desta introdução, a fundamentação teórica sobre Propriedade Intelectual e registro de marcas; em seguida, os procedimentos metodológicos adotados; posteriormente, os resultados e as discussões; e, por fim, as considerações finais do estudo.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico deste estudo tem como finalidade estabelecer as bases conceituais necessárias para a compreensão do registro de marcas no contexto PI e de sua relevância estratégica para organizações e sistemas de inovação. Para tanto, a discussão é organizada em três subseções interdependentes. Inicialmente, aborda-se o conceito de PI, seus fundamentos jurídicos e seu papel no estímulo à inovação e ao desenvolvimento econômico. Em seguida, discute-se o papel estratégico das marcas enquanto ativos intangíveis, bem como suas principais classificações no ordenamento jurídico brasileiro. Por fim, analisa-se a importância do registro de marcas e os principais aspectos do seu processo no Brasil, considerando seus impactos na proteção jurídica, na competitividade

empresarial e na consolidação de políticas públicas de inovação.

### 2.1 FUNDAMENTOS DA PROPRIEDADE INTELECTUAL E SUA ESTRUTURA NO BRASIL

A propriedade intelectual (PI) é um conjunto de direitos conferidos por lei aos autores de criações resultantes do intelecto humano e abrange as áreas industrial, científica, literária e artística (OMPI, 2021). Essa proteção jurídica garante que criadores e inventores recebam o devido reconhecimento e a recompensa financeira por suas inovações (Sherwood, 1992; Vale, 2024).

Para promover e coordenar os direitos de PI em nível global, a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) foi criada em 1967. Em 1974, a OMPI foi incorporada ao sistema da Organização das Nações Unidas (ONU), fortalecendo seu papel na administração de tratados internacionais essenciais, como a Convenção da União de Paris (1883), que trata da propriedade industrial, e a Convenção de Berna (1886), focada nos direitos autorais (Barbosa, 2003). Conforme o autor, Juntos, esses acordos criaram um Escritório Internacional que serviu de base para a estrutura atual da OMPI, formalizada em 1970, com a Convenção de Estocolmo.

No Brasil, a PI é dividida em três áreas principais, cada uma com sua própria legislação: Propriedade Industrial, Direito Autoral e proteções *sui generis* (Pires, 2014).

A propriedade industrial abrange patentes de invenção, modelos de utilidade, desenhos industriais, marcas e indicações geográficas (Brasil, 1996). Essa área é regulamentada pela LPI, que também trata da repressão à concorrência desleal. O INPI é o órgão responsável pelo registro e pela fiscalização dessa modalidade no Brasil.

Os direitos autorais protegem os direitos de autor para obras literárias, artísticas e científicas, como livros, músicas, filmes etc.;

os direitos conexos para intérpretes, atores, fotografias, radiodifusão etc. e; programas de computador, entre outras manifestações criativas. Essa proteção é regulamentada, principalmente, pelas Leis nº 9.610/1998 (Lei de Direito Autoral) e nº 9.609/1998, que dispõe sobre a proteção dos programas de computador, equiparando-os às obras literárias (Brasil, 1998a, 1998b).

Por fim, as proteções *sui generis* se aplicam a criações que não se encaixam nas categorias tradicionais, como cultivares (variedades de plantas), conhecimentos tradicionais e topografias de circuitos integrados (Brasil, 1997; Brasil, 2007). A Lei nº 9.456/1997, por exemplo, regula os direitos de obtentores de novas variedades de plantas, administrados pelo Serviço Nacional de Proteção de Cultivares (SNPC), ligado ao Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA). Outras legislações protegem conhecimentos tradicionais e patrimônio genético. Embora muitos desses registros sejam feitos no INPI, algumas modalidades têm sistemas próprios (Brasil, 2007; Pires, 2014).

A proteção da PI desempenha um papel fundamental no estímulo à inovação, à criatividade e ao desenvolvimento econômico (Lima *et al.*, 2024). Ao garantir segurança jurídica aos criadores e inventores, promove o investimento em pesquisa e desenvolvimento e valoriza o capital intelectual (Sherwood, 1992; Pietrobon-Costa; Fornari Junior; Santos, 2012). Ademais, a PI representa ainda uma vantagem competitiva para as organizações, fortalecendo sua posição no mercado por meio da originalidade e da exclusividade (Matias-Pereira, 2011, Maia; Matias; Oliveira, 2020).

Além disso, a proteção adequada desses direitos contribui para o crescimento cultural e científico do país, incentivando o surgimento de novos produtos, serviços e soluções tecnológicas com potencial impacto social positivo (Araújo *et al.*, 2005; Matias-Pereira, 2011).

## 2.2 MARCAS COMO ATIVOS INTANGÍVEIS: FUNÇÃO ESTRATÉGICA E CLASSIFICAÇÕES JURÍDICA

A marca é um dos principais instrumentos de identificação e diferenciação de produtos e serviços perante o comércio (Ruão, 2017). Sua importância vai além do aspecto visual, envolvendo atributos simbólicos, emocionais e funcionais que se relacionam com a percepção dos consumidores (Aires, 2011; Ruão, 2017). Ela representa um conjunto de associações mentais que os consumidores fazem com uma empresa ou produto, influenciando diretamente sua decisão de compra (Kotler; Keller, 2012). Para os autores, uma marca bem construída pode criar vínculos duradouros com o público, gerando fidelidade e preferência.

No entanto, o valor de uma marca consolidada atrai o interesse de terceiros mal-intencionados, que podem tentar aproveitar-se indevidamente de sua reputação no mercado (Bruch, 2010). A legislação brasileira classifica as marcas com base em sua composição:

- a) marcas nominativas: usam apenas palavras, letras ou números. Sua proteção se dá pelo conteúdo textual, independentemente da fonte ou do estilo;
- b) marcas figurativas: compostas exclusivamente por elementos visuais, como símbolos, imagens, desenhos ou emblemas;
- c) marcas mistas: uma das categorias mais comuns, combinam elementos nominativos e figurativos para criar uma identidade visual completa (nome e logotipo);
- d) marcas tridimensionais: protegem a forma plástica de um produto ou de sua embalagem, desde que a forma não seja técnica ou funcional (Brasil, 1996, art. 122);
- e) marcas de posição: aplicação de um sinal distintivo em uma posição singular e específica de um

determinado suporte, dissociada de efeito técnico ou funcional (INPI, 2025b).

Além dessas classificações, o sistema jurídico brasileiro oferece proteções especiais para marcas de destaque. As marcas de alto renome, conforme o artigo 125 da Lei da Propriedade Industrial, recebem proteção em todos os ramos de atividade, independentemente do setor em que atuam (Brasil, 1996; INPI, 2025b). Esse privilégio protege o prestígio e o valor simbólico da marca, impedindo que seu nome seja utilizado em produtos ou serviços completamente diferentes.

As marcas notoriamente conhecidas são tratadas com base na Convenção da União de Paris (CUP), da qual o Brasil é signatário. Segundo a Lei da Propriedade Industrial, uma marca notoriamente conhecida em seu ramo de atividade tem sua proteção assegurada mesmo que não esteja registrada ou depositada no país (Brasil, 1996). Isso garante que marcas estrangeiras amplamente reconhecidas possam ser protegidas no território nacional, desde que o conhecimento de seu público-alvo seja comprovado (Tavares, 2007).

Em suma, a marca vai além de um simples símbolo. Como aponta Castro (2015), trata-se um ativo intangível de grande valor econômico, capaz de fortalecer a imagem da empresa no mercado e compor seu patrimônio. Ativos intangíveis como as marcas já representam uma parte importante do valor de mercado das empresas modernas, refletindo seu papel estratégico na geração de valor e competitividade (Magro *et al.*, 2017).

### 2.3 REGISTRO DE MARCAS NO BRASIL: IMPORTÂNCIA JURÍDICA E PROCEDIMENTOS ADMINISTRATIVOS

O registro de marca garante ao titular o direito exclusivo de uso do sinal distintivo em todo o território nacional (Brasil, 1996). Previsto pela LPI, ele impede que outras empresas usem marcas idênticas ou similares em ramos

de atividade parecidos (Brasil, 1996). Esse direito é concedido pelo INPI, o órgão federal responsável por analisar e autorizar os registros. De acordo com o art. 129 da LPI, o direito sobre a marca é adquirido pelo requerimento, e sua proteção é conferida por um prazo inicial de dez anos, contados da data de concessão, e pode ser renovado sucessivamente por períodos iguais (Brasil, 1996). A renovação periódica é crucial, pois garante a continuidade da proteção e exclusividade, evitando conflitos legais e transformando a marca em um diferencial competitivo (Souza, 2015).

Além de ser uma exigência legal, o registro constitui uma estratégia jurídica para salvaguardar o patrimônio imaterial de uma organização (Lima, 2018). Sem ele, o uso da marca pode ser contestado ou até mesmo apropriado por terceiros, resultando em prejuízos financeiros e danos à imagem da empresa. O registro é, portanto, a base jurídica que permite à empresa tomar medidas legais em casos de uso indevido ou falsificação. Uma marca bem registrada e distintiva é um ativo valioso que protege contra a concorrência desleal e fortalece a identidade do produto para os consumidores (Alves; Alves; Alves, 2017).

O processo de registro, embora burocrático (Menezes; Aquino, 2024), é fundamental para garantir a segurança jurídica e a consolidação da marca no mercado. Ele inclui a verificação da disponibilidade do nome, a escolha das classes de produtos e serviços e o acompanhamento do pedido até sua concessão (Ladeira, 2022). A legislação brasileira proíbe o registro de marcas que utilizem símbolos oficiais, expressões genéricas ou descritivas, assegurando que as marcas registradas sejam verdadeiramente distintivas (Sales; Pires; Peralta, 2025).

Para organizar o processo, o Brasil adota a Classificação Internacional de Produtos e Serviços do Acordo de Nice. Conhecida como Classificação de Nice, essa ferramenta organiza produtos e serviços em 45 classes — 34 para produtos e 11 para serviços — facilitando a busca e o registro de marcas (Carvalho, 2014;

INPI, 2025b). No quadro 1, observa-se a organização das classes de produtos e serviços, por setores da economia, adotada no Brasil para o registro de marcas, conforme a Classificação de Nice (NCL).

Quadro 1 - Organização das classes de produtos e serviços, por setores da economia, adotada no Brasil para o registro de marcas, conforme a Classificação de Nice

Setores Econômicos	Classe Nice
Agricultura	29, 30, 31, 32, 33, 43
Construção	6, 19, 37, 40
Equipamento doméstico	8, 11, 20, 21
Lazer e educação	15, 16, 28, 41
Serviços prestados às empresas	35, 36
Produtos químicos	1, 2, 3, 4, 5
Pesquisa e tecnologia	38, 42, 45
Roupas e acessórios	14, 18, 22, 23, 25, 26
Saúde	5, 10, 44
Transporte	12, 39

Fonte: elaborado pelos autores com dados da OMPI (2025).

A divisão em classes é essencial para evitar conflitos, permitindo que empresas de diferentes setores usem nomes semelhantes sem infringir direitos de terceiros (Sales; Pires; Peralta, 2025). A correta escolha da classe é responsabilidade do requerente, pois um erro pode abrir margem para que concorrentes utilizem sinais parecidos em áreas relacionadas, enfraquecendo a proteção da marca (Oliveira, 2013).

A padronização internacional da Classificação de Nice não apenas facilita a identificação de possíveis violações de direitos, mas também promove a harmonização entre os países signatários, o que é fundamental para a atuação global das empresas (Miranda Filho, 2023). Em última análise, o sistema de classes estimula a inovação e a competitividade, oferecendo segurança para que novas empresas entrem no mercado, respeitando os direitos já estabelecidos (Oliveira, 2013).

### 3 METODOLOGIA

Esta pesquisa se caracteriza como exploratória e descritiva, com abordagem quantitativa, fundamentada na aplicação de técnicas bibliométricas. O estudo tem por objetivo analisar a evolução da produção científica brasileira sobre registro de marcas no período de 2010 a 2024, identificando seus principais padrões, periódicos de destaque e lacunas de pesquisa, além da evolução temporal das publicações, frequência de termos e produtividade de autores.

A pesquisa bibliométrica foi adotada por possibilitar a análise sistemática da literatura científica por meio de indicadores quantitativos, sendo amplamente utilizada para compreender a estrutura, o desenvolvimento e as tendências de um determinado campo do conhecimento (Araújo, 2006; Soares; Picolli; Casagrande, 2018).

#### 3.1 PROCEDIMENTOS DE COLETA E SELEÇÃO DE DADOS

A coleta de dados foi realizada em 17 de outubro de 2024, abrangendo todas as publicações acadêmicas disponíveis até essa data, na plataforma Lens.org, uma ferramenta gratuita com vasto acervo de publicações acadêmicas e patentes. A plataforma inclui cerca de 289,5 milhões de trabalhos acadêmicos e mais de 165,5 milhões de patentes (Lens.org, 2025). A escolha dessa base justifica-se por sua ampla cobertura multidisciplinar, disponibilidade gratuita e capacidade de indexar publicações acadêmicas associadas a temas de inovação, tecnologia e PI.

A coleta teve início com a aplicação de uma estratégia de busca abrangente, descrita no quadro 2, construída para assegurar a amplitude e a relevância dos resultados recuperados. A inclusão intencional de termos em português e em inglês, como *registro*, *marca* e *trademark*, teve como objetivo captar tanto a produção científica nacional quanto estudos internacionais relacionados ao registro de marcas no contexto brasileiro. A busca foi realizada de forma integrada nos campos *Title*, *Abstract*, *Keyword* e



e a organização da produção científica a partir da distribuição de artigos por ano, para identificar a evolução cronológica e o crescimento do tema, da aplicação da Lei de Bradford, para identificar os periódicos mais produtivos na temática, e da Lei de Zipf, para mensurar a frequência das palavras-chave nos textos e da Lei de Lotka, para analisar a produtividade dos autores (Soares; Picolli; Casagrande, 2018).

A Lei de Bradford, também conhecida como Lei da Dispersão, descreve como os artigos sobre um determinado assunto são distribuídos entre diferentes periódicos. Formulada por Samuel Clement Bradford a partir de estudos na área médica, a lei postula que a maior parte dos artigos de um tema específico está concentrada em um pequeno grupo de revistas, enquanto o restante se dispersa por um número muito maior de publicações (Araújo, 2006). De acordo com o autor, a lei pode ser visualizada na forma de três “zonas” de produtividade. A primeira, denominada “núcleo”, é composta por um pequeno número de periódicos que são altamente produtivos no assunto em questão. A segunda zona, ou “zona secundária”, contém um número maior de periódicos, cada um com uma menor quantidade de artigos sobre o tema. Por fim, a terceira zona, ou “zona periférica”, engloba um volume ainda maior de periódicos, cada qual contribuindo com uma produtividade reduzida. A característica essencial da lei é que cada uma dessas zonas contribui com aproximadamente a mesma quantidade de artigos para o corpus total, mesmo que o número de periódicos em cada zona aumente exponencialmente (Araujo, 2006).

A Lei de Zipf é uma lei empírica da linguística quantitativa que descreve a relação inversa entre a frequência de uma palavra em um texto e sua classificação (ou ranking) nessa lista de frequência (Sousa; Almeida; Bezerra, 2024). No âmbito da bibliometria, a análise de frequência de termos, realizada por meio da análise de conteúdo e fundamentada na Lei de Zipf, permitiu identificar os conceitos mais relevantes e recorrentes em um conjunto de documentos. A hierarquia de frequência dos termos não se resume a uma mera contagem; ela reflete a importância temática e a centralidade de certos conceitos para a área de

pesquisa em questão (Sousa; Almeida; Bezerra, 2024). Nos dados analisados, a Lei de Zipf foi aplicada ao texto do resumo dos artigos.

Além das leis de dispersão e frequência, a bibliometria oferece outras métricas para avaliar o impacto e a estrutura de uma área de pesquisa. A Lei de Lotka, por exemplo, é utilizada para analisar a produtividade de autores em um determinado campo, estabelecendo que um pequeno número de autores é responsável pela maioria das publicações.

Essa abordagem metodológica rigorosa e multifacetada permitiu uma análise seletiva e aprofundada do material, garantindo que o estudo fosse guiado por dados robustos e relevantes para responder à questão de pesquisa.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

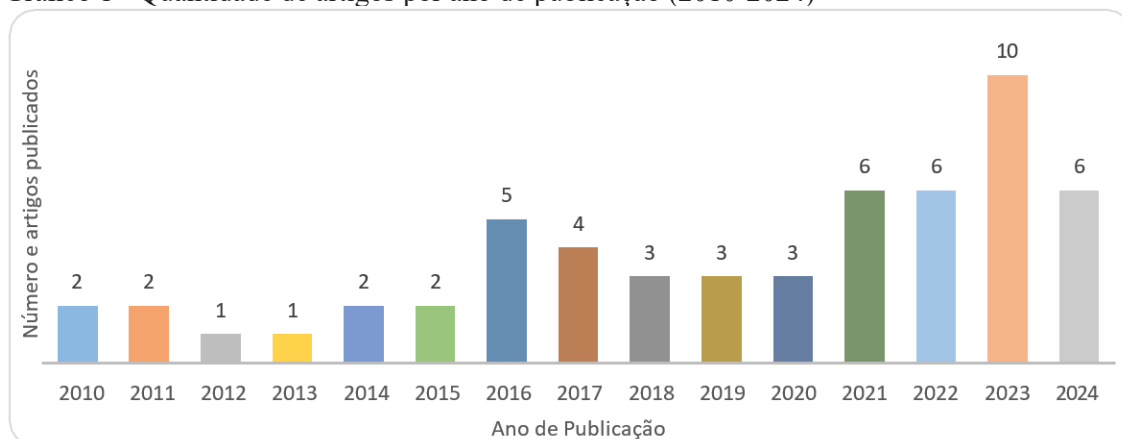
Esta seção apresenta e discute os principais resultados obtidos a partir da análise bibliométrica da produção científica brasileira sobre o registro de marcas no período de 2010 a 2024. Inicialmente, examina-se a evolução temporal das publicações, com o objetivo de identificar tendências e momentos de inflexão no desenvolvimento do campo. Em seguida, são analisados os periódicos científicos por meio da aplicação da Lei de Bradford, evidenciando a concentração editorial da produção. Na sequência, a distribuição e a frequência das palavras-chave são examinadas à luz da Lei de Zipf, permitindo a identificação dos principais eixos temáticos e lacunas de pesquisa. Por fim, a produtividade dos autores é analisada com base na Lei de Lotka, oferecendo subsídios para a compreensão da estrutura e do grau de consolidação da comunidade científica dedicada ao estudo do registro de marcas no Brasil.

### 4.1 EVOLUÇÃO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA BRASILEIRA SOBRE REGISTRO DE MARCAS (2010-2024)

A seleção dos artigos constituiu etapa fundamental para a análise do desempenho da produção científica brasileira relacionada ao registro de marcas e à PI no período de

2010 a 2024. A evolução temporal das publicações, apresentada no gráfico 1, permite identificar mudanças relevantes no grau de maturidade acadêmica do campo ao longo do tempo, evidenciando diferentes fases de consolidação da temática no contexto nacional.

Gráfico 1 - Quantidade de artigos por ano de publicação (2010-2024)



Fonte: elaborado pelos autores (2025).

Conforme ilustrado no gráfico 1, observa-se que, entre os anos de 2010 e 2015, a produção científica manteve-se em patamares reduzidos, com uma média anual de um a três artigos publicados. Esse comportamento pode ser interpretado como reflexo da ainda incipiente incorporação da PI nas agendas institucionais de pesquisa e nas políticas públicas de ciência, tecnologia e inovação (CT&I) no Brasil durante esse período. Estudos sobre o sistema nacional de inovação indicam que, apesar dos avanços institucionais observados desde o final da década de 1990, persistiram limitações relacionadas à fragmentação das políticas, à baixa articulação entre os atores do sistema e à dificuldade de transformar produção científica em resultados aplicáveis, como registros de PI e inovações efetivas (Turchi; Morais, 2017).

Nesse sentido, Ferreira (2018) destaca que a consolidação da produção científica e tecnológica depende diretamente da existência de políticas públicas robustas, contínuas e articuladas, capazes de integrar universidades, institutos de pesquisa, setor produtivo e mecanismos de proteção da PI. A ausência

ou fragilidade desses instrumentos tende a limitar não apenas o volume de pesquisas desenvolvidas, mas também sua orientação estratégica para resultados tecnológicos e inovadores, o que ajuda a explicar o baixo número de publicações sobre registro de marcas observado no período inicial da série analisada.

A partir de 2016, observa-se um crescimento consistente da produção científica brasileira relacionada ao registro de marcas, ainda que marcado por oscilações ao longo dos anos. Esse movimento se intensifica de forma mais evidente no período pós-pandemia da Covid-19, culminando no ano de 2023, que apresenta o maior volume de publicações da série analisada, com média de doze artigos. Tal expansão sugere um processo de amadurecimento do campo, associado à maior centralidade atribuída à PI nas agendas acadêmicas, institucionais e empresariais.

Acrise sanitária desencadeada pela pandemia da Covid-19 promoveu uma reconfiguração das prioridades em CT&I, evidenciando a necessidade de soluções rápidas, proteção jurídica do conhecimento e valorização dos ativos intangíveis. No âmbito da PI, esse contexto impulsionou tanto a produção científica quanto a demanda por

mecanismos formais de proteção, como marcas e patentes. Conforme demonstrado por Leal e Barros (2022), o INPI manteve níveis expressivos de desempenho durante o período pandêmico, graças à adoção de estratégias institucionais de adaptação, como o teletrabalho, assegurando a continuidade dos serviços e a tramitação dos pedidos de registro de marcas.

Esse cenário de fortalecimento institucional se reflete também no aumento significativo dos pedidos de registro de marcas no país. Em 2023, o INPI registrou 402.460 pedidos de marcas, o que tem uma representatividade de um aumento de 143% em relação a 2013, evidenciando a consolidação de uma cultura de proteção de ativos intangíveis no Brasil e a crescente percepção das marcas como instrumentos estratégicos de competitividade no ambiente empresarial (INPI, 2024). Esse movimento está alinhado ao diagnóstico apresentado por Heck (2020), ao destacar que, mesmo diante de limitações estruturais históricas, o país passou a reconhecer, de forma mais clara, a importância da inovação e da proteção do conhecimento como vetores de desenvolvimento econômico e social.

Além do impacto organizacional e do aumento expressivo dos registros de marcas, a intensificação da produção científica no período analisado está associada à atuação de políticas públicas e programas estruturantes voltados à CT&I. Destaca-se, nesse contexto, o papel do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), coordenado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), como importante mecanismo de formação de novos pesquisadores e de inserção de temas relacionados à inovação e à PI nos níveis de graduação e pós-graduação (CNPq, 2023).

Complementarmente, o Programa de Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (PROFNIT) emerge como um elemento central na consolidação dessa agenda no país. Estudos recentes demonstram que o PROFNIT tem atuado como uma política pública de alcance nacional, contribuindo para a formação de massa crítica qualificada, a interiorização da cultura da inovação

e a valorização dos ativos intangíveis, incluindo marcas, patentes e tecnologias aplicadas. Ao articular instituições de ensino, setor produtivo e sistemas regionais de inovação, o programa tem desempenhado papel relevante na aproximação entre ciência e mercado e na redução das assimetrias regionais do sistema brasileiro de inovação (Quintella; Santos; Pires, 2025).

## 4.2 PERIÓDICOS CIENTÍFICOS E CONCENTRAÇÃO EDITORIAL: EVIDÊNCIAS DA LEI DE BRADFORD

A aplicação da Lei de Bradford exige a contagem do número de artigos por periódico, o ranqueamento por produtividade decrescente e o agrupamento em zonas de produtividade equivalente (Bradford, 1934; Araújo, 2006). No presente estudo, o corpus analisado foi composto por 56 artigos. Considerando a divisão clássica proposta pela lei, cada zona deveria concentrar, aproximadamente, um terço da produção, o que corresponde a cerca de 19 artigos por zona.

Conforme se observa na tabela 1, a análise revelou forte concentração da produção científica em um único periódico. O “*Cadernos de Prospecção*” reuniu 24 artigos, número suficiente para, isoladamente, constituir o núcleo de maior produtividade (Zona 1), superando a cota mínima esperada para essa zona. Esse resultado evidencia um padrão de concentração acentuado, típico de áreas em processo de especialização editorial.

Os demais periódicos apresentaram produtividade significativamente inferior. A Zona 2 foi composta por 15 artigos distribuídos em 14 periódicos distintos, enquanto a Zona 3 concentrou 17 artigos publicados em 17 revistas diferentes, e a maioria desses periódicos contribuiu com apenas um artigo ao longo do período analisado. Esse comportamento confirma a lógica de dispersão progressiva prevista pela Lei de Bradford, segundo a qual, à medida que se afastam do núcleo, aumenta o número de periódicos necessários para reunir quantidade equivalente de publicações.

Tabela 1 - Aplicação da Lei de Bradford aos 56 artigos analisados sobre registro de marca no Brasil

Zona	Nº de Artigos	Nº de Periódicos	% de Artigos	% de Periódicos	Revistas
Zona 1 (Núcleo)	24	1	42,86%	3,23%	Cadernos de Prospecção
Zona 2	15	14	26,79%	45,16%	E-Revista Logo; Holos; Gestão e Desenvolvimento; Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática; Conhecimento & Diversidade; Revista Brasileira de Direito; Proceedings Systems & Design 2017; Revista Catarinense de Economia; Observatório de La Economía Latinoamericana; Revista de Gestão e Secretariado; Modapalavra E-Periódico; Rege - Revista de Gestão; Revista Jurídica Cesumar – Mestrado; Design e Tecnologia
Zona 3	17	17	30,36%	51,61%	Revista de Gestão Industrial; Informe Económico (Ufpi); IFL Developmen; Revista de Propriedade Intelectual - Direito Contemporâneo e Constituição; Revista Brasileira de Administração Científica; Revista Brasileira de Direito Civil; Revista Práticas em Contabilidade e Gestão; Anuário Pesquisa e Extensão Unoesc São Miguel do Oeste; Revista Organizações em Contexto; Revista de Administração Pública; Revista Planejamento e Políticas Públicas; Revista Geintec: Gestão, Inovação e Tecnologia; Revista De Direito, Inovação, Propriedade Intelectual e Concorrência; Revista Admpg; Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas; Cadernos de Direito; Revista da Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo
Total	56	32	100%	100%	

Fonte: elaborado pelos autores (2025).

A centralidade do Cadernos de Prospecção não se configura como um fenômeno aleatório, mas está associada ao seu escopo editorial, explicitamente voltado à prospecção tecnológica, à propriedade intelectual, à transferência de tecnologia e à inovação (Cadernos de Prospecção, 2008). Essa especialização favorece a atração recorrente de pesquisas sobre registro de marcas, consolidando o periódico como principal canal de difusão científica do tema no Brasil. Desse modo, o padrão identificado valida, empiricamente, a aplicação da Lei de Bradford ao campo analisado.

Por outro lado, a elevada concentração da produção em um único periódico também sugere que o ecossistema de publicação nacional sobre registro de marcas apresenta características de nicho. Embora a existência de um periódico altamente especializado represente um fator positivo para a consolidação do campo, a baixa dispersão da produção pode limitar a ampliação do diálogo acadêmico e a circulação do conhecimento em comunidades científicas mais amplas.

Nas zonas periféricas, a distribuição dos artigos por periódicos de áreas como direito, administração, economia, comunicação e inovação evidencia o caráter interdisciplinar da temática. Esse resultado indica que, embora exista um núcleo editorial dominante, os debates sobre marcas e PI extrapolam um único campo do conhecimento, dialogando com diferentes áreas das ciências sociais aplicadas e tecnológicas.

Do ponto de vista bibliométrico, os resultados permitem identificar o núcleo como principal repositório de conhecimento acumulado sobre o tema, ao mesmo tempo em que as zonas periféricas revelam a transversalidade da pesquisa em registro de marcas. Essa configuração oferece subsídios tanto para a orientação de futuras pesquisas quanto para a definição de estratégias de publicação, ao indicar periódicos centrais e alternativos para a difusão científica.

Em síntese, os achados confirmam o padrão previsto pela Lei de Bradford: um número reduzido de periódicos concentra a maior parte

da produção científica, enquanto um conjunto mais amplo de revistas absorve os trabalhos restantes de forma progressivamente dispersa. Tal resultado evidencia simultaneamente a consolidação de um periódico central no Brasil e a expansão do debate sobre PI e marcas em diferentes campos do conhecimento.

#### 4.3 PADRÕES LEXICAIS E VOCABULÁRIO DOMINANTE: APLICAÇÃO DA LEI DE ZIPF

A análise de frequência das palavras-chave presentes nos 56 artigos (tabela 2) indicou que o vocabulário segue a distribuição típica prevista pela Lei de Zipf (1949), segundo a qual a frequência de ocorrência de uma palavra é inversamente proporcional à sua posição no ranking de frequência. Ou seja, a palavra mais usada (no estudo, uma combinação de “marcas” e “marca”) tende a aparecer, aproximadamente, o dobro de vezes que a segunda colocada, o triplo da terceira, e assim sucessivamente.

Tabela 2 - Classificação e Frequência das Palavras-Chave de artigos científicos relacionados a registro de marca no Brasil aplicada à lei de Zipf

Ranking	Palavra	Frequência	Frequência Esperada (Zipf)*	Ranking	Palavra	Frequência	Frequência Esperada (Zipf)*
1	marcas	111	150.95	26	caso	18	17.56
2	marca	86	95.51	27	inovação	17	17.13
3	registro	85	73.08	28	pelo	17	16.72
4	estudo	59	60.43	29	presente	16	16.34
5	pesquisa	53	52.15	30	pedidos	16	15.98
6	objetivo	47	46.24	31	base	15	15.63
7	propriedade	40	41.76	32	anos	15	15.31
8	proteção	37	38.24	33	partir	15	15.0
9	dados	36	35.38	34	sendo	14	14.71
10	INPI	34	33.0	35	consumidores	14	14.43
11	empresas	33	30.99	36	analisar	14	14.16
12	meio	33	29.26	37	nacional	14	13.91
13	desenvolvimento	31	27.75	38	maior	13	13.67
14	foram	29	26.42	39	tema	13	13.43
15	artigo	28	25.25	40	processo	13	13.21
16	este	27	24.19	41	sentido	12	13.0

Ranking	Palavra	Frequência	Frequência Esperada (Zipf)*	Ranking	Palavra	Frequência	Frequência Esperada (Zipf)*
17	gestão	26	23.25	42	relação	12	12.79
18	análise	24	22.38	43	registros	12	12.6
19	Brasil	24	21.6	44	empresa	12	12.41
20	industrial	24	20.88	45	instituto	11	12.22
21	intelectual	21	20.22	46	quanto	11	12.05
22	resultados	20	19.61	47	principais	11	11.88
23	produtos	20	19.04	48	junto	11	11.71
24	trabalho	19	18.51	49	processos	11	11.55
25	mercado	18	18.02	50	deste	11	11.4

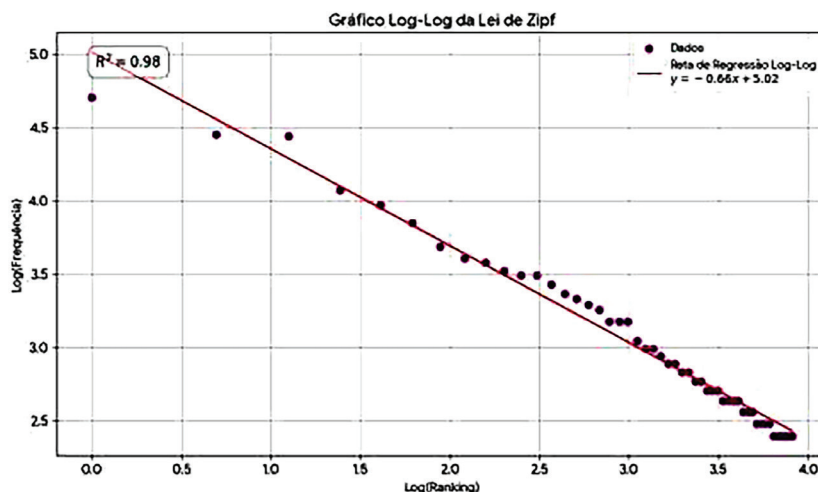
\*A frequência esperada foi calculada usando a equação de regressão conforme Figura X. Frequência Esperada =  $e^{4.67-0.66 \times \log(\text{Rank})}$

Fonte: elaborado pelos autores (2025).

No corpus analisado, ao termo “marcas” aparece 111 vezes, seguida de “marca” (86) e “registro” (85). Essa concentração evidencia que o eixo central da discussão é voltado à temática da gestão e proteção de marcas, coerente com o escopo dos documentos e confirma o delineamento dos objetivos da pesquisa. Ao longo do ranking, observa-se o aparecimento de termos como “estudo” (59), “pesquisa” (53), “objetivo” (47), “propriedade” (40) e “proteção” (37), que funcionam como palavras estruturantes, conectando a discussão acadêmica ao campo da PI e ao papel das instituições reguladoras, especialmente o INPI (34).

O gráfico log-log (gráfico 2) confirmou a aderência ao comportamento descrito por Zipf. A curva decrescente apresenta um padrão aproximadamente linear, reforçando que o texto apresenta uma concentração de sentido em torno de poucas palavras de grande frequência, enquanto a maioria das palavras aparece poucas vezes. Esse padrão é típico de textos científicos e jurídicos, em que determinados conceitos nucleares são reiterados como forma de consolidar a argumentação e a ênfase temática.

Gráfico 2 - Gráfico Log-Log da Lei de Zipf aplicado à Classificação e Frequência das Palavras-Chave de artigos científicas relacionados a registro de marca no Brasil



Fonte: elaborado pelos autores (2025).

A análise da regressão log-log aplicada aos dados revelou que a dispersão das palavras segue uma tendência linear em escala logarítmica, evidenciando forte correlação entre ranking e frequência, em conformidade com a Lei de Zipf. A equação estimada para a reta de regressão foi  $y = -0,66x + 4,67$ , com inclinação de  $-0,66$ , valor próximo, mas menos acentuado que o  $-1,0$  previsto no modelo teórico ideal, o que indica uma distribuição típica de textos reais, que raramente seguem a lei em sua forma pura. O coeficiente de determinação ( $R^2 = 0,9822$ ) reforça a robustez do ajuste, demonstrando que mais de 98% da variação na frequência das palavras pode ser explicada pela variação em seu ranking logarítmico. Esses resultados confirmam que a distribuição das palavras no corpus analisado se aproxima fortemente do modelo de Zipf, sendo o ranking uma excelente variável preditora da frequência observada.

Do ponto de vista teórico, a análise reforça a noção de que textos especializados, como os que abordam PI, tendem a concentrar-se em um vocabulário nuclear repetido diversas vezes, garantindo precisão conceitual e clareza argumentativa. Em termos práticos, a forte aderência ao modelo sugere que é possível mapear os campos semânticos dominantes do discurso – como “marcas”, “registro”, “propriedade” e “proteção” – para identificar os conceitos-chave que estruturam o debate acadêmico e institucional, fornecendo subsídios para análises bibliométricas, estratégias de indexação de documentos e, até mesmo, para o fortalecimento da comunicação científica na área.

De modo geral, a análise de Zipf, que confirmou a dominância de termos como marca, registro, INPI e gestão, revela que a preocupação central da pesquisa está nos aspectos práticos e burocráticos do sistema de propriedade industrial. Os artigos investigam os desafios do registro, a relação entre o registro e o desenvolvimento econômico, as dificuldades enfrentadas por micro e pequenas empresas, e as fragilidades do próprio INPI.

Curiosamente, os próprios estudos apontam para uma contradição no sistema.

Por exemplo, os artigos de Medeiros Filho e Russo (2016) e de Portela Júnior e Ribeiro (2023) documentam o alto índice de indeferimentos de pedidos de registro no INPI e a falta de conhecimento das empresas sobre o funcionamento do sistema de proteção às marcas. Isso sugere que, embora a academia esteja ativamente produzindo conhecimento sobre a importância e o processo de registro, esse conhecimento não está sendo traduzido de forma eficaz para o setor empresarial, resultando em barreiras práticas e falhas na proteção de ativos.

Entretanto, essa concentração temática também revela lacunas relevantes. Embora haja ampla discussão sobre a importância do registro de marcas, parte da literatura aponta elevados índices de indeferimento de pedidos e limitado conhecimento empresarial acerca do funcionamento do sistema, indicando um descompasso entre a produção acadêmica e sua apropriação prática pelo setor produtivo. Além disso, observa-se baixa incidência de termos associados a tecnologias emergentes e aos novos ambientes digitais, como inteligência artificial, blockchain ou metaverso, sugerindo que a pesquisa nacional sobre marcas ainda se encontra pouco explorada no que se refere às transformações tecnológicas contemporâneas. Tal lacuna aponta para oportunidades relevantes de investigação futura no campo da PI.

#### 4.4 PRODUTIVIDADE AUTORAL E ESTRUTURA DA COMUNIDADE CIENTÍFICA: LEI DE LOTKA

A distribuição da produtividade científica por autor no corpus analisado segue o padrão previsto pela Lei de Lotka, segundo a qual um número reduzido de autores é responsável por múltiplas publicações, enquanto a maioria contribui com apenas um trabalho ao longo do período observado (Lotka, 1926; Sousa; Almeida; Bezerra, 2024). Esse comportamento é recorrente em estudos bibliométricos e reflete a concentração da produção científica em grupos restritos de pesquisadores mais especializados.

No conjunto de 56 artigos analisados, identificou-se um total aproximado de 125 autores com apenas uma publicação, contrastando com um grupo restrito de oito autores que apresentaram duas publicações cada. A tabela 3 apresenta o ranking dos autores mais produtivos e suas respectivas instituições de vínculo, evidenciando a presença de pesquisadores associados a universidades públicas e programas de pós-graduação com atuação consolidada nas áreas de PI, gestão e inovação.

Tabela 3 - Ranking de Autores por Produtividade

Autor	Frequência de Artigos	Instituições de Vínculo
Adonis Reis de Medeiros Filho	2	UFS
Alessandro Aveni	2	UnB
Andreia Rodrigues Ferreira Baro	2	UFAL
Edilson Araújo Pires	2	UFRB
Eugenio Andrés Díaz Merino	2	UFSC
José Matias-Pereira	2	UnB
Marcos Augusto Oliveira Sales	2	UFRB
Suzana Leitão Russo	2	UFS

Fonte: elaborado pelos autores (2025).

Os autores mais produtivos encontram-se distribuídos em diferentes instituições e regiões do país, o que indica que, embora a produção científica seja concentrada em poucos pesquisadores, ela não se restringe a um único núcleo institucional. Esse resultado sugere a existência de uma massa crítica descentralizada, ainda que limitada em termos quantitativos, responsável por sustentar e aprofundar o debate acadêmico sobre registro de marcas no Brasil.

A predominância de autores com apenas uma publicação pode indicar que o tema do registro de marcas é frequentemente abordado de forma pontual, muitas vezes associado a pesquisas mais amplas sobre inovação, direito ou gestão, e não necessariamente como uma linha contínua de investigação. Por outro lado,

a presença de autores recorrentes sinaliza a consolidação de especialistas que atuam como referências no campo, contribuindo para a continuidade e o aprofundamento das discussões teóricas e empíricas.

Em síntese, os resultados confirmam a aderência do corpus analisado ao padrão descrito pela Lei de Lotka, evidenciando uma estrutura típica de produção científica, caracterizada pela coexistência entre um núcleo reduzido de autores mais produtivos e um conjunto amplo de pesquisadores ocasionais. Esse padrão reforça a interpretação de que o campo de estudos sobre registro de marcas no Brasil encontra-se em processo de consolidação, com potencial para ampliação e maior continuidade das agendas de pesquisa.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo analisou a evolução da produção científica brasileira sobre o registro de marcas no período de 2010 a 2024, por meio de uma abordagem bibliométrica, com o objetivo de identificar padrões de publicação, periódicos de maior destaque, recorrência temática e lacunas de pesquisa no campo da PI. Os resultados evidenciam um crescimento consistente das publicações a partir de 2016, com destaque para a consolidação do periódico *Cadernos de Prospecção* como núcleo central de disseminação científica sobre o tema no Brasil, em consonância com os pressupostos da Lei de Bradford.

A análise da frequência de palavras-chave, fundamentada na Lei de Zipf, revelou a predominância de termos associados aos aspectos operacionais e burocráticos do registro de marcas, especialmente aqueles vinculados ao INPI. Esse achado indica que a produção científica nacional tem priorizado discussões voltadas à formalização e aos procedimentos administrativos do sistema de proteção marcária, em detrimento de abordagens mais exploratórias relacionadas a tecnologias emergentes e aos novos desafios da proteção de ativos intangíveis no ambiente digital.

Embora os resultados apontem para a consolidação do campo e para o fortalecimento do debate acadêmico sobre o registro de marcas, observa-se que a transferência desse conhecimento para o ambiente empresarial, em especial para micro e pequenas empresas, ainda se apresenta como uma lacuna relevante. Tal constatação reforça a necessidade de maior articulação entre a produção científica, as políticas públicas de inovação e os instrumentos de apoio à proteção da PI, de modo a ampliar o impacto prático das pesquisas desenvolvidas.

É importante destacar que os achados deste estudo devem ser interpretados à luz de algumas limitações metodológicas. A utilização exclusiva da base Lens.org, embora justificada por sua ampla cobertura e acesso aberto, pode ter restringido a inclusão de trabalhos indexados em outras bases relevantes. Da mesma forma, a estratégia de busca adotada, ainda que abrangente, pode não ter capturado estudos que utilizam terminologias alternativas. Ademais, o recorte para publicações vinculadas a instituições brasileiras, bem como o tamanho do corpus final analisado, composto por 56 artigos, limitam a possibilidade de generalização dos resultados e de comparações diretas com o cenário internacional. Ressalta-se, ainda, que a adoção exclusiva de técnicas bibliométricas fornece um panorama quantitativo e estrutural do campo, não contemplando análises empíricas ou qualitativas aprofundadas sobre os impactos práticos do registro de marcas.

Apesar dessas limitações, o estudo oferece uma contribuição relevante ao sistematizar e organizar a produção científica brasileira sobre o registro de marcas, fornecendo subsídios teóricos e analíticos para pesquisadores, gestores de inovação e formuladores de políticas públicas. Como perspectivas para pesquisas futuras, recomenda-se a ampliação do escopo metodológico por meio da incorporação de múltiplas bases de dados, a realização de estudos comparativos internacionais e a adoção de abordagens mistas, capazes de aprofundar a compreensão sobre a efetividade das políticas de registro de marcas

e sua relação com a inovação, o desempenho empresarial e o desenvolvimento econômico no Brasil.

## REFERÊNCIAS

AIRES, G. M. O conceito de marca e sua proteção jurídica. **Revista CEPPG**, [s. l.], v. 25, n. 2, p. 115-129, 2011.

ALVES, C. R.; ALVES, M. B. N.; ALVES, T. N. Correlação entre o Registro de Marcas e o PIB dos 10 Maiores Municípios Alagoanos. *In*: INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON TECHNOLOGICAL INNOVATION, 8., 2017, Aracaju, SE. **Anais [...]**. Aracaju, SE: ISTI, 2017. p. 470-477.

ARAÚJO, C. A. Á. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Em Questão**, [s. l.], v. 12, n. 1, p. 11-32, 2006.

ARAÚJO, M. H. *et al.* “Spin-Off” acadêmico: criando riquezas a partir de conhecimento e pesquisa. **Química Nova**, São Paulo, v. 28, p. S26-S35, 2005.

BARBOSA, D. B. **Uma introdução à propriedade intelectual**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 15 maio 1996.

BRASIL. Lei nº 9.456, de 25 de abril de 1997. Institui a Lei de Proteção de Cultivares e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 28 abr. 1997.

BRASIL. Lei nº 9.609, de 19 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre a proteção da propriedade intelectual de programa de computador. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 20 fev. 1998a.

BRASIL. Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 20 fev. 1998b.

BRASIL. Lei nº 11.484, de 31 de maio de 2007. Dispõe sobre incentivos fiscais para o desenvolvimento tecnológico da TV digital. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 1 jun. 2007.

BRADFORD, S. C. **Sources of information on specific subjects. Engineering**, London, v. 137, p. 85-86, 1934.

BRUCH, K. L. *et al.* Indicações geográficas e outros signos distintivos: aspectos legais. *In*: PIMENTEL, L. O. **Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio**: Módulo II, indicação geográfica. Brasília: MAPA, 2010.

CADERNOS DE PROSPECÇÃO. Salvador: Universidade Federal da Bahia. **Cadernos de Prospecção**. Salvador, 2008-. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/nit>. Acesso em: 24 ago. 2025.

CARVALHO, L. A. **Sistema Tradicional ou Protocolo de Madri?** Informações e métodos para a tomada de Decisão. Dissertação. 2014. Mestrado Profissional (Propriedade Intelectual e Inovação) - Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2014.

CASTRO, J. M. O. **O tratamento contabilístico-fiscal dos ativos intangíveis**. 2015. Dissertação (Mestrado em Contabilidade e Auditoria) – Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 2015.

CNPQ. **PIBIC – Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica**. Brasília, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/cnpq/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/pibic>. Acesso em: 26 jun. 2025.

EVANGELISTA, J. L.; ALMEIDA, F. F. G. **Gestão de marcas**: construindo valor e identidade em um mundo globalizado. [S. l.]: Freitas Bastos, 2024.

FERREIRA, V. B. Políticas públicas para fomento científico, tecnológico e de inovação. *In*: FERREIRA, V. B. **E-science e políticas**

**públicas para ciência, tecnologia e inovação no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2018. p. 31-55.

HECK, J. X. Inovação e propriedade intelectual no Brasil dos tempos da Covid-19. **Cadernos de Prospecção**, Salvador, v. 13, n. 4, p. 905-917, 2020. DOI: <https://doi.org/10.9771/cp.v13i4.37844>.

INSTITUTONACIONALDAPROPRIEDADE INDUSTRIAL (Brasil). **Indicadores de Propriedade Industrial**: série histórica 2013-2023. Rio de Janeiro: INPI, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/noticias/inpi-divulga-cenario-economico-da-pi-no-brasil-entre-2014-e-2024>. Acesso em: 19 abr. 2025.

INSTITUTONACIONALDAPROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **Manual de Marcas**. 2025b. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/assuntos/marcas/protocolo-de-madri-vigencia-raoes-como-dar-entrada-no-pedido-e-preparo-do-inpi>. Acesso em: 19 abr. 2025.

INSTITUTONACIONALDAPROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **O Brasil no Cenário Global de Investimentos Intangíveis**: como o país se posiciona frente às principais economias na nova fronteira de investimentos. Rio de Janeiro: INPI, 2025a.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. Tradução de Sônia Midori Yamamoto. Revisão técnica de Edson Crescitelli. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

LADEIRA, C. B. G. **Registro de marca como patrimônio da empresa**: e- book interativo “aprendendo a registrar marca de forma simples e prática para gestores de pequenos negócios”. 2022. 83 f. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação) – Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2022.

LEAL, A. C. S.; BARROS, A. J. M. Impacto da pandemia sobre o INPI: um comparativo dos

despachos realizados pela Diretoria de Marcas, entre os anos de 2019 e 2020. **Cadernos de Prospecção**, Salvador, v. 15, n. 4, 2022.

LENS.ORG. Scholar. Disponível em: <https://www.lens.org/lens/search/scholar/structured>. Acesso em: 17 out. 2025.

LIMA, R. T. **Direitos de marca no Brasil: uma análise prática sobre o registro**. Belo Horizonte: Fórum, 2018.

LIMA, R. O. O. *et al.* Inovação, criatividade e o equilíbrio entre o público e o privado: a trajetória evolutiva da propriedade intelectual. **Caderno Pedagógico**, [s. l.], v. 21, n. 7, p. e6182-e6182, 2024.

LOTKA, Alfred J. The frequency distribution of scientific productivity. **Journal of the Washington Academy of Sciences**, [s. l.], v. 16, n. 12, p. 317-323, 1926.

MAGRO, C. B. D. *et al.* Relevância dos ativos intangíveis em empresas de alta e baixa tecnologia. **Nova Economia**, [s. l.], v. 27, p. 609-640, 2017.

MAIA, G. A. S.; MATIAS, R.; OLIVEIRA, A. K. M. A propriedade intelectual como vantagem competitiva na Ásia. **Juris Poiesis- Qualis B1**, [s. l.], v. 23, n. 32, p. 338-367, 2020.

MATIAS-PEREIRA, J. A gestão do sistema de proteção à propriedade intelectual no Brasil é consistente? **Revista de Administração Pública**, [s. l.], v. 45, p. 567-590, 2011.

MEDEIROS FILHO, A. R. de; RUSSO, S. L. Análise da eficácia dos pedidos de registro de marcas realizados por empresas sergipanas. **Holos**, [s. l.], v. 2, p. 189-207, 2016. DOI: <https://doi.org/10.15628/holos.2016.3542>.

MEDRADO, W. J. S. *et al.* Importância da marca para as empresas: Aspectos da legislação Mundial e a situação Brasileira. **Revista Semiárido De Visu**, [s. l.], v. 12, n. 2, p. 1100-1118, 2024.

MENEZES, L. S.; AQUILINO, L. N.. Lei de patentes: a burocracia excessiva no procedimento de patenteamento de invenções no Brasil acarreta impactos positivos ou negativos na atividade econômica? **Revista JRG de Estudos Acadêmicos**, [s. l.], v. 7, n. 15, p. e151668-e151668, 2024.

MIRANDA FILHO, A. V. R. **Os ativos digitais no sistema de classificação internacional**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL (OMPI). **O que é propriedade intelectual?** Genebra: Organização Mundial da Propriedade Intelectual, 2021.

OLIVEIRA, B. A. **Posicionamento de marcas de serviços no contexto da inovação disruptiva: um estudo de caso no setor de telecomunicações**. 2013. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

PIETROBON-COSTA, F.; FORNARI JUNIOR, C. C. M.; SANTOS, T. M. R. Inovação & propriedade intelectual: panorama dos agentes motores de desenvolvimento e inovação. **Gestão & Produção**, [s. l.], v. 19, p. 493-508, 2012.

PIRES, E. A. **Mapeamento das estratégias para intensificar a proteção da propriedade intelectual e a transferência de tecnologia: um estudo de caso da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia**. 2014. 131 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Propriedade Intelectual) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2014.

PORTELA JÚNIOR, W. S.; RIBEIRO, S. C. A. Indeferimentos de pedidos de registro de marcas no estado do Pará, segundo a lei da propriedade industrial. **Revista Brasileira de Administração Científica**, [s. l.], v. 13, n. 2, p. 172-186, 2023.

- QUINTELLA, C. M.; SANTOS, W. P. C.; PIRES, E. A. PROFNIT para um Brasil mais inovador, inclusivo e multilateral: a sua atuação nacional em propriedade intelectual e transferência de tecnologia para inovação. **Cadernos de Prospecção**, Salvador, v. 18, n. 4, p. 864-877, 2025. DOI: <https://doi.org/10.9771/cp.v18i3.68020>.
- RUÃO, T. **Marcas e Identidades: guia da concepção e gestão das marcas comerciais**. Braga: Edições Húmus, 2017.
- SALES, M. A. O.; PIRES, E. A.; PERALTA, P. P. Marca registrada como instrumento estratégico de gestão e articulação de valor de ativos de propriedade intelectual. *In*: PAULA, S. L.; FEITOSA, M. G. G.; PEDERNEIRAS, M. M. M. (org.). **Estudos sobre inovação e propriedade intelectual**. João Pessoa: Editora do CCTA, Universidade Federal da Paraíba, 2025. p. 300-339.
- SGODA, C.; FREITAG, V. C. Percepções sobre o Registro da Marca. **Revista ADMPG**, [s. l.], v. 8, n. 2, 2015.
- SHERWOOD, R. M. **Propriedade intelectual e desenvolvimento econômico**. São Paulo: Edusp, 1992.
- SILVA, S. D. *et al.* A influência da marca no processo de decisão de compra do consumidor. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, [s. l.], v. 10, n. 1, p. 1040-1058, 2024.
- SOARES, S. V.; PICOLLI, I. R. A.; CASAGRANDE, J. L. Pesquisa bibliográfica, pesquisa bibliométrica, artigo de revisão e ensaio teórico em administração e contabilidade. **Administração: ensino e pesquisa**, [s. l.], v. 19, n. 2, p. 308-339, 2018.
- SOUSA, M. N. A.; ALMEIDA, E. P. O.; BEZERRA, A. L. D. Bibliometrics: what is it? What is it used for? And how to do it? **Cuadernos de Educación y Desarrollo**, [s. l.], v. 16, n. 2, p. e3042, 2024. DOI: <https://doi.org/10.55905/cuadv16n2-021>.
- SOUSA, A. G. B.; LIMA, E. P. P. S. A importância jurídica da proteção de marcas e da repressão à concorrência desleal no mercado. **Revista Processus de Estudos de Gestão, Jurídicos e Financeiros**, [s. l.], v. 16, n. 50, p. e501385-e501385, 2025.
- SOUZA, D. J. B. **Os benefícios do Registro de Marca para as empresas brasileiras**. 2015. 68 f. Monografia (Curso de Administração) – Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2015. Disponível em: <https://siduece.uece.br/siduece/trabalhoAcademicoPublico.jsf?id=80591>. Acesso em: 5 abr. 2025.
- TAVARES, M. L. C. **Marca notoriamente conhecida: espectro de proteção legal**. Rio de Janeiro: [s. n.], 2007.
- TURCHI, L. M.; MORAIS, J. M. (org.). **Políticas de apoio à inovação tecnológica no Brasil: avanços recentes, limitações e propostas de ações**. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), 2017.
- VALE, E. P. A. **O princípio do comum e a propriedade intelectual: uma reflexão sobre o sistema brasileiro de patentes**. 2024. 69 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

## AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pela concessão da bolsa de Iniciação Científica do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), referente ao período 2024/2025, cujo apoio foi fundamental para o desenvolvimento desta pesquisa.

**Submetido:** 13 out. 2025

**Aprovado:** 20 fev. 2026