



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

RESOLUÇÃO Nº 01/2026, DE 5 DE MARÇO DE 2026

Disciplina critérios para uso próprio, divulgação e licenciamento sem exclusividade das marcas institucionais da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

O CONSELHO UNIVERSITÁRIO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS, no uso de suas atribuições estatutárias e regimentais, considerando

. os direitos e as obrigações relativos a marcas e suas implicações na esfera da administração pública federal, regulados pela Lei nº 9.279/96 - Lei da Propriedade Industrial, pela Lei nº 10.973/04 - Lei de Inovação, pela Lei nº 13.800/19 - Lei de Fundos Patrimoniais, pela Lei nº 14.133/21 - Lei de Licitações e Contratos Administrativos, pelo Decreto nº 9.764/19, que dispõe sobre o recebimento de doações de bens móveis e de serviços de pessoas físicas ou jurídicas de direito privado pelas entidades da administração pública federal, e demais legislações e normas aplicáveis à matéria;

. que a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) detém a propriedade sobre os registros da marca “UFMG” e de suas derivações na forma nominativa, figurativa ou mista e em diferentes classes, conforme a Classificação de Nice, junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI – e junto a outros órgãos competentes em âmbito internacional;

. que há diferentes oportunidades de uso e aplicação das marcas institucionais UFMG em plataformas de divulgação e em produtos, processos, serviços que podem viabilizar e assegurar a divulgação da produção científica, cultural, tecnológica e artística da UFMG, contribuindo, dessa forma, para o fortalecimento da imagem da Instituição junto à sociedade,

RESOLVE:

Art. 1º Estabelecer normas para a regulação do uso próprio, divulgação e licenciamento sem exclusividade das marcas institucionais da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

Art. 2º Fica instituída a possibilidade de a UFMG licenciar suas marcas institucionais a terceiros, sem exclusividade, observadas as condições previstas na legislação, com o objetivo de fomentar e de assegurar a divulgação da produção científica, cultural, tecnológica e artística da UFMG, contribuindo, dessa forma, para o fortalecimento da imagem da Instituição junto à sociedade.

Parágrafo único. Para os fins desta Resolução, consideram-se:

I - marcas institucionais da UFMG: os registros da marca “Universidade Federal de Minas Gerais”, da sigla “UFMG” e suas derivações, incluindo a designação de suas instâncias administrativas e acadêmicas, e ainda aquelas indicadas pelo Comitê Gestor de Marcas (CGM), registradas nos termos da Lei nº 9.279/96 - Lei da Propriedade Industrial, junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI, ou órgão competente em âmbito internacional, na forma nominativa, figurativa ou mista e em diferentes classes conforme a Classificação de Nice.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

II - uso próprio: proveito que a própria Universidade extrai de suas marcas institucionais;

III - uso: proveito que terceiros extraíam das marcas institucionais da UFMG;

IV - divulgação: ações que tenham por objetivo informar, dar publicidade, promover ou difundir ideias, produtos e/ou serviços relacionados às marcas institucionais da Universidade;

V - licenciamento sem exclusividade: ajuste a título oneroso ou gratuito pelo qual a Universidade transfere a terceiros, de forma temporária e não exclusiva, o direito de usar ou explorar comercialmente suas marcas institucionais;

VI - Comitê Gestor de Marcas (CGM): instância assessora a ser constituída pelo dirigente máximo desta Universidade, à qual compete analisar a pertinência da divulgação e do licenciamento sem exclusividade das marcas UFMG, composta por:

a) 01 (um) representante da Pró-Reitoria de Planejamento e Desenvolvimento (PROPLAN);

b) 01 (um) representante da Diretoria de Cooperação Institucional (COPI);

c) 01 (um) representante da Coordenadoria de Transferência e Inovação Tecnológica (CTIT);

d) 01 (um) representante do Centro de Comunicação (CEDECOM);

e) 01 (um) representante discente.

Art. 3º Caberá ao Comitê Gestor de Marcas (CGM) a autorização para o licenciamento sem exclusividade da marca institucional Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

Art. 4º As marcas institucionais da UFMG somente poderão ser objeto de licenciamento de natureza não exclusiva, mediante a assinatura de instrumento jurídico próprio, sendo vedada a cessão ou o licenciamento com exclusividade.

Art. 5º As marcas institucionais da UFMG não poderão ser licenciadas quando sua exploração e uso por terceiros configurar ou envolver situações que possam:

I - ser ofensivas à honra ou à imagem de pessoas, organizações (públicas e privadas) ou da própria UFMG;

II - atentar contra a democracia, os direitos humanos fundamentais, a liberdade de expressão, consciência, crença ou culto religioso, raça, gênero e ideologia;

III - fazer alusão a práticas e a símbolos associados à intolerância, ao preconceito e à cultura da violência;

IV - estar associadas a qualquer atividade ilícita.

Art. 6º À Coordenadoria de Transferência e Inovação Tecnológica (CTIT), na qualidade de Núcleo de Inovação Tecnológica — NIT da UFMG —, cabe zelar pela devida proteção das marcas da Universidade Federal de Minas Gerais junto aos órgãos competentes no Brasil e no exterior.

Parágrafo único. As condições negociais para o licenciamento sem exclusividade das marcas UFMG serão de responsabilidade da CTIT, mediante estudo de valoração, considerando os interesses da Universidade, a legislação aplicável, a presente Resolução e parecer do Comitê Gestor de Marcas.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

Art. 7º Ao Centro de Comunicação (CEDECOM), na qualidade de Órgão Auxiliar da Reitoria da UFMG, cabe gerenciar a divulgação e o uso próprio das marcas institucionais da UFMG, de acordo com a Resolução do Conselho Universitário que estabelece as diretrizes para a Política de Comunicação da UFMG.

Parágrafo único. A divulgação, o uso e a exploração comercial das marcas institucionais da UFMG deverão observar o Manual de Aplicação da Marca, documento elaborado pelo Centro de Comunicação (CEDECOM), a Política de Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais e demais diretrizes institucionais vigentes.

Art. 8º Os membros da comunidade universitária interessados no licenciamento sem exclusividade das marcas UFMG deverão submeter a demanda à Congregação da Unidade ou estrutura equivalente que, se aprovada, será encaminhada pelo Diretor da Unidade ao Comitê Gestor de Marcas (CGM) para apreciação.

Parágrafo único. Para fins do disposto no *caput* deste artigo, no caso dos demais Órgãos e estruturas, a demanda será encaminhada ao CGM por seu dirigente máximo.

Art. 9º O uso das marcas institucionais da UFMG poderá constituir encargo das doações de pessoas físicas ou jurídicas de direito privado.

Art. 10. O uso das marcas institucionais da UFMG poderá constituir contrapartida total ou parcial da aquisição de produtos ou contratação de serviços de pessoas físicas ou jurídicas de direito privado.

Art. 11. A Universidade poderá autorizar o uso das marcas institucionais da UFMG nas ações destinadas à arrecadação de doações.

Art. 12. O uso das marcas institucionais da UFMG, nos termos dos artigos 9º, 10 e 11 dependerá da observância da legislação aplicável e da autorização do Comitê Gestor de Marcas (CGM).

Art. 13. A captação, a aplicação e a destinação das receitas advindas das atividades tratadas nesta Resolução deverão obedecer à legislação vigente aplicável.

Art. 14. O uso não autorizado ou indevido de marcas da UFMG e de suas derivações estará sujeita aos efeitos previstos na legislação civil, penal e administrativa.

Art. 15. Revogam-se as disposições em contrário.

Art. 16. A presente Resolução entra em vigor nesta data.

Professora Sandra Regina Goulart Almeida
Presidente do Conselho Universitário