

## 5

### Espaços de interação do *Design* com a propriedade intelectual

No capítulo anterior, tratou-se de vínculos e interações da propriedade intelectual no contexto educacional em geral associados a cursos de nível superior, de habilitações, ênfases e especialidades do *Design*, que foram relacionados com conteúdos criativos da PI cada uma. Foi desenvolvido também um quadro da situação do ensino de conteúdos de PI de um grupo de instituições de ensino superior de *Design*, verificando-se, principalmente, pouca consistência nos conteúdos das ementas das disciplinas. Com isto, foi possível apresentar alguns subsídios para formulações de conteúdos disciplinares de PI voltados para a formação de *designers*, independentemente do nível do curso (técnico, tecnológico, graduação plena, pós-graduação, etc.).

Com os vínculos e interações a partir da taxonomia apresentados em contextos educacionais, é desenvolvido neste capítulo o estudo de espaços de interações entre o *Design* e a PI a partir de evidências empíricas. São indicados também os possíveis resultados esperados em relação ao ensino-aprendizagem de PI em cada um dos espaços de interação articulados. Com isto, a partir dessas articulações é possível também desenvolver roteiros gerais que podem servir de subsídios para formulações de conteúdos disciplinares voltados para o ensino-aprendizagem de PI em cursos de *Design*<sup>1</sup>.

Nesses espaços de interações são apresentados os recursos disponíveis em cada um, destacando-se, principalmente, o caráter utilitário dos conteúdos ali desenvolvidos. São eles: (i) *coletas e análise de dados*, (ii) *proteção e defesa*, (iii) *negociação e apropriação* e (iv) *novas competências*. Cada espaço foi analisado com vista a identificar possíveis interações e desdobramentos a partir do

---

<sup>1</sup> Os referidos roteiros também podem servir para qualquer curso que desenvolva conteúdos criativos relacionados à PI.

conhecimento de PI associado ao *Design*. Os critérios utilizados para escolha desses espaços foram os que apresentassem possibilidades de aplicação para o *designer*. O campo *coleta e análise de dados* de conteúdos de PI refere-se às informações que podem contribuir na tomada de decisão antes, durante ou depois do desenvolvimento de projeto; o de *proteção e defesa* trata do núcleo primário do conhecimento de PI, que é o resguardo e defesa do bem criado em *design* contra terceiros não autorizados; o de *negociação e apropriação* apresenta algumas possibilidades para o *designer* gerir o resultado do seu trabalho intelectual; e o de *novas competências*, para o exercício de outras atividades que requerem conhecimento de PI e que o *designer* pode atuar profissionalmente. O Quadro 24 é uma síntese dos quatro espaços de interação desenvolvidos com os seus respectivos conteúdos a serem articulados.

ESPAÇOS DE INTERAÇÃO			
1	2	3	4
Coleta e análise de dados	Proteção e defesa	Negociação e apropriação	Novas competências
NA PROPRIEDADE INDUSTRIAL			
Invenção Modelo de utilidade Desenho industrial Marcas	Proteção Controle Divulgação Titularidade Defesa	Titularidade Cessão Licenciamento Formas de remuneração	Judicial: Perito Assistente Parecerista  Outras: INPI Agente da propriedade industrial
NO DIREITO DE AUTOR			
Obra expressiva	IDEM	IDEM	Judicial: Perito Assistente Parecerista

Quadro 24: Espaços de interação entre o *Design* e a PI – Quadro geral.

Fonte: do autor.

Desses espaços de interações, o mais comum é o de proteção do bem criado. Tem sido este o principal tópico tratado na maioria das disciplinas analisadas anteriormente. É a este, inclusive, que imediatamente se remete quando se fala de propriedade intelectual. Embora este seja o núcleo principal da PI, e o objetivo maior das leis, não existe proteção de qualquer bem jurídico se não for instrumentalizada a sua defesa e, neste tópico, não fica claro este conteúdo nas ementas analisadas. Outro é o caráter econômico da proteção do bem criado

sob o aspecto estratégico da empresa, como também para o próprio *designer* quando da negociação e das formas de retribuições por seu trabalho intelectual; do entendimento dos alcances das apropriações legalmente resguardadas aos contratantes de serviços de *design*; das informações disponibilizadas em bancos de dados úteis nas tomadas de decisões, principalmente para projetos de produtos; e dos desdobramentos que o conhecimento de PI pode gerar com relação ao exercício profissional de novas competências. Dos espaços aqui tratados, apenas este último não tem relação direta com a atividade de projeto, os demais podem ocorrer antes, durante e/ou depois do processo de projeto. São fases do projeto em que a propriedade intelectual pode ser relacionada.

A seguir são descritas evidências empíricas relacionadas a cada tópico do espaço de interação. Essas evidências relacionadas são resultado da observação da realidade vivenciada pelo pesquisador em sala de aula, ministrando disciplinas de Desenvolvimento de Projeto de Produto<sup>2</sup>; do convívio com outros profissionais e docentes de outras habilitações em *Design* (gráfico e interiores); do trabalho de perito judicial em ações de contrafação de *design*, de palestras e cursos relacionados à PI e tempo de experiência nas áreas aqui abordadas (*Design* e PI). Também são relacionadas para cada situação investigada as possíveis habilidades esperadas que o ensino-aprendizagem de PI pode promover na formação do *designer*, pois a vocação interdisciplinar de ambas as áreas facilita a troca de conteúdos entre elas. Já a realidade acadêmica institucional é que determinará a sua ordem e composição quando da formulação dos seus conteúdos disciplinares em face do Projeto Pedagógico, podendo os conteúdos aqui postos servir como roteiro para a construção desses conteúdos disciplinares.

## 5.1 Coleta e análise de dados

Para este espaço de interação serão apresentadas formas básicas de pesquisa para acesso de conteúdos criativos da propriedade intelectual disponibilizados em banco de dados públicos e gratuitos. Não são abordados aqui os bancos de dados pagos, nem sistemas de pesquisa especializadas, próprios de cursos preparatórios de busca em banco de dados de patente oferecidos por instituições como o INPI, UNICAMP<sup>3</sup>, etc. O objetivo é demonstrar haver conteúdos de PI nesses bancos de dados que podem vir a ser úteis quando da tomada

<sup>2</sup> Docente desde 1986 no curso de Desenho Industrial – Habilitação de Projeto de Produto, da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Em disciplina de projeto de produto desde 1998.

<sup>3</sup> Universidade Estadual de Campinas. Projeto InovaNIT, sítio: <http://www.inova.unicamp.br/projetos/em-andamento/inovanit>.

de decisão em projeto, e estabelecer habilidades que se espera alcançar neste espaço com o ensino de propriedade intelectual.

### 5.1.1 Conteúdos *expressivos*

Para a obtenção de informações de conteúdos *expressivos* registrados, a coleta mostra-se um pouco mais complicada porque, primeiro, como já dito, a lei de direitos autorais não condiciona a obtenção do direito a algum registro, portanto, o banco de dados não alcança todas as criações possíveis neste ramo; segundo, atualmente as informações de criações expressivas ou artísticas disponibilizadas pelo Setor de Direitos Autorais, da Escola de Belas Artes (EBA) da Universidade Federal do Rio de Janeiro, não são digitalizadas, devendo o requerente indicar um lapso temporal que deseja investigar, e não uma palavra ou conjunto de palavras, como nos bancos de dados quando *online*.

Há ainda a Biblioteca Nacional no Rio de Janeiro, que também recebe desenhos de personagem para registro junto ao órgão, embora esta devesse cuidar apenas dos registros das obras literárias. É possível consultar via *internet* as obras registradas pelo Escritório de Direitos Autorais (EDA), via palavras ou conjunto de palavras, sem, contudo, obter qualquer imagem, mas apenas informações básicas do registro ali realizado (título da obra, autor, nº do registro, gênero, etc.)<sup>4</sup>. A obtenção de maiores detalhes da obra se dá somente através de cópia paga solicitada junto ao órgão.

Assim, informações de conteúdos *expressivos* contidos nestes bancos de dados apresentam algumas dificuldades para a sua pesquisa, o que, para o desenvolvimento de projeto, torna a sua consulta praticamente inviável, pela pouca agilidade na obtenção da informação.

### 5.1.2 Conteúdos de formas *funcionais e dispositivas, produto e processo*.

São informações disponíveis gratuitamente ao público e que podem ser úteis no processo de projeto, ou mesmo para a tomada de decisão estratégica de empresa frente a uma determinada inovação do concorrente.

São dados de interesse quando da gerência do processo de *design*, por retratarem uma posição tecnológica de um ou conjunto de produtos, suas caracte-

---

<sup>4</sup> [http://www.bn.br/portal/index.jsp?nu\\_pagina=75](http://www.bn.br/portal/index.jsp?nu_pagina=75).

terísticas e tendências técnicas e formais, âmbito de proteção (nacional ou internacional), empresa detentora, inventores, etc. (LOBO, 1997)<sup>5</sup>.

Esta é uma característica relevante do sistema de proteção útil à gestão do *design*: fonte de informação tecnológica. Uma via de mão dupla em que, para cada trabalho intelectual protegido, realimenta-se o banco de dados com informações atualizadas e disponibilizadas. Estas formam a base de dados para o desenvolvimento de novos produtos, portanto, um sistema dinâmico.

O Programa Brasileiro de Design (2007, p. 8)<sup>6</sup> já estabelecia como política “inserir a necessidade de registro de propriedade intelectual nas ações de promoção do design”. São informações estratégicas para o processo de inovação, na medida em que não fica restrita apenas à obtenção de um certificado de privilégio, mas evidenciando que é a partir da “aplicação social e econômica que a inventividade se torna um meio concreto de desenvolvimento.” (ARANHA, 2002, p. 21)<sup>7</sup>.

Para a obtenção de informações dos demais tipos de conteúdos criativos que tenham pedido de patente (*formas funcional e dispositiva, produto e processo*) ou de registro (*marcário, formas gráfica e plástica*) junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), há o acesso através do sítio do órgão<sup>8</sup>, de acordo com a modalidade, sendo em *Patentes* o acesso aos pedidos de invenção e modelo de utilidade, *Desenho Industrial* e *Marca* para as respectivas modalidades.

Outros bancos de dados disponibilizados são o da Organização Americana de Marcas e Patentes (USPTO), que permite obter informações de patentes americanas desde 1791<sup>9</sup>; dos Escritórios Europeus (Esp@cenet), com um acervo de patentes do mundo todo e possibilidade de baixar ou imprimir o arquivo com o documento de patente<sup>10</sup>; do Escritório Japonês (JPO), com página em inglês<sup>11</sup>; do Escritório Canadense (CIPO)<sup>12</sup>; o *Free Patents Online*, com patentes

<sup>5</sup> LOBO, Thomaz Thedim. *Introdução à nova Lei de Propriedade Industrial: 9.279/96*. São Paulo: Atlas, 1997.

<sup>6</sup> PROGRAMA BRASILEIRO DE DESIGN - PBD – *Orientação Estratégica*. [Online]. 2007. Disponível em: [http://www.designbrasil.org.br/porta/acoes/PBD\\_Plano\\_Estrategico\\_v04\\_04\\_07\\_c.pdf](http://www.designbrasil.org.br/porta/acoes/PBD_Plano_Estrategico_v04_04_07_c.pdf). Acesso em: 12 jul. 2008.

<sup>7</sup> ARANHA, José Graça: Cerimônia de abertura. In: 5º Encontro de Propriedade Intelectual e Comercialização de Tecnologia. Rio de Janeiro, Rede de Tecnologia do Rio de Janeiro, INPI, Brasília, ABIPTI, 2002.

<sup>8</sup> <http://www.inpi.gov.br>

<sup>9</sup> <http://www.uspto.gov>

<sup>10</sup> <http://www.epo.org/searching/free/espacenet.html>

<sup>11</sup> <http://www.jpo.go.jp>

<sup>12</sup> <http://patents1.ic.gc.ca/intro-e.html>

americanas e europeias<sup>13</sup>; e o *Google Patents*, com patentes depositadas no USPTO<sup>14</sup>.

O banco de dados dos Escritórios Europeus (Esp@cenet) também pode ser acessado via página de busca de patentes do INPI, quando da abertura da última página da pesquisa, através de um ícone localizado no canto superior direito. Através dele chega-se ao documento de patente completo, permitindo acesso a todas as informações tecnológicas da invenção ou do modelo de utilidade.

É possível também conhecer o(s) inventor(es) da criação técnica, observando os dados constantes da folha de rosto do documento, assim como o(s) respectivo(s) titular(es) no momento do pedido; o número da RPI em que foi publicado o pedido e respectiva data do seu depósito – no caso do exemplo da Imagem 8 a RPI é a de nº 2125, p.80; e o resumo da inovação, que é a mesma constante da página do INPI quando da consulta do banco de dados.

 República Federativa do Brasil Ministério do Desenvolvimento, Indústria e do Comércio Exterior Instituto Nacional da Propriedade Industrial	<b>(21) PI1000428-9 A2</b>	 * B R P I 1 0 0 0 4 2 8 A 2 *
	<b>(22) Data de Depósito:</b> 12/02/2010 <b>(43) Data da Publicação:</b> 27/09/2011 <b>(RPI 2125)</b>	<b>(51) Int.Cl.:</b> G02C 13/00
<b>(54) Título:</b> CONJUNTO DELENTE E HASTES PARA ÓCULOS, COM SISTEMA DE MONTAGEM, ARTICULAÇÃO E INTERCÂMBIO DE COMPONENTES		<b>(57) Resumo:</b> CONJUNTO DELENTE E HASTES PARA ÓCULOS, COM SISTEMA DE MONTAGEM, ARTICULAÇÃO E INTERCÂMBIO DE COMPONENTES. Onde a lente (1) recebe (3) em cada uma de suas extremidades, receptores da força de terminais deformáveis (6) correspondentes, p incorporados nas extremidade de par de hastes (2) fabricadas em material elastomérico, as quais, através de batentes de encosto com chanfro (4) em inclinação com o ângulo de curvatura da lente (1), posicionam-se perfeitamente em alinhamento em adequada pressão contra o crânio do usuário. As hastes (2) são articuladas em movimento radial por seus terminais (6), fazendo seus batentes de encosto com cha
<b>(73) Titular(es):</b> NÓ DESIGN CRIAÇÃO DE SERVIÇOS LTDA ME.		
<b>(72) Inventor(es):</b> CÂNDIDO JOSÉ NAVARRO MARCONDES DE AZEREDO, FLÁVIO DI SARNO, LEONARDO MASSARELLI CARDOSO		

Imagem 8: Folha de rosto de pedido de patente de invenção.

Fonte: adaptado do documento BRPI1000428A2 do Esp@cenet.

Outras informações podem ser identificadas nesses documentos de patente. No exemplo da patente da Imagem 8, outros desenhos e soluções técnicas de montagem das respectivas hastes na lente foram obtidos acessando o documento completo conforme indicados na Figura 43 (p. 163).

<sup>13</sup> <http://www.freepatentsonline.com/search.html>

<sup>14</sup> <http://www.google.com/patents>

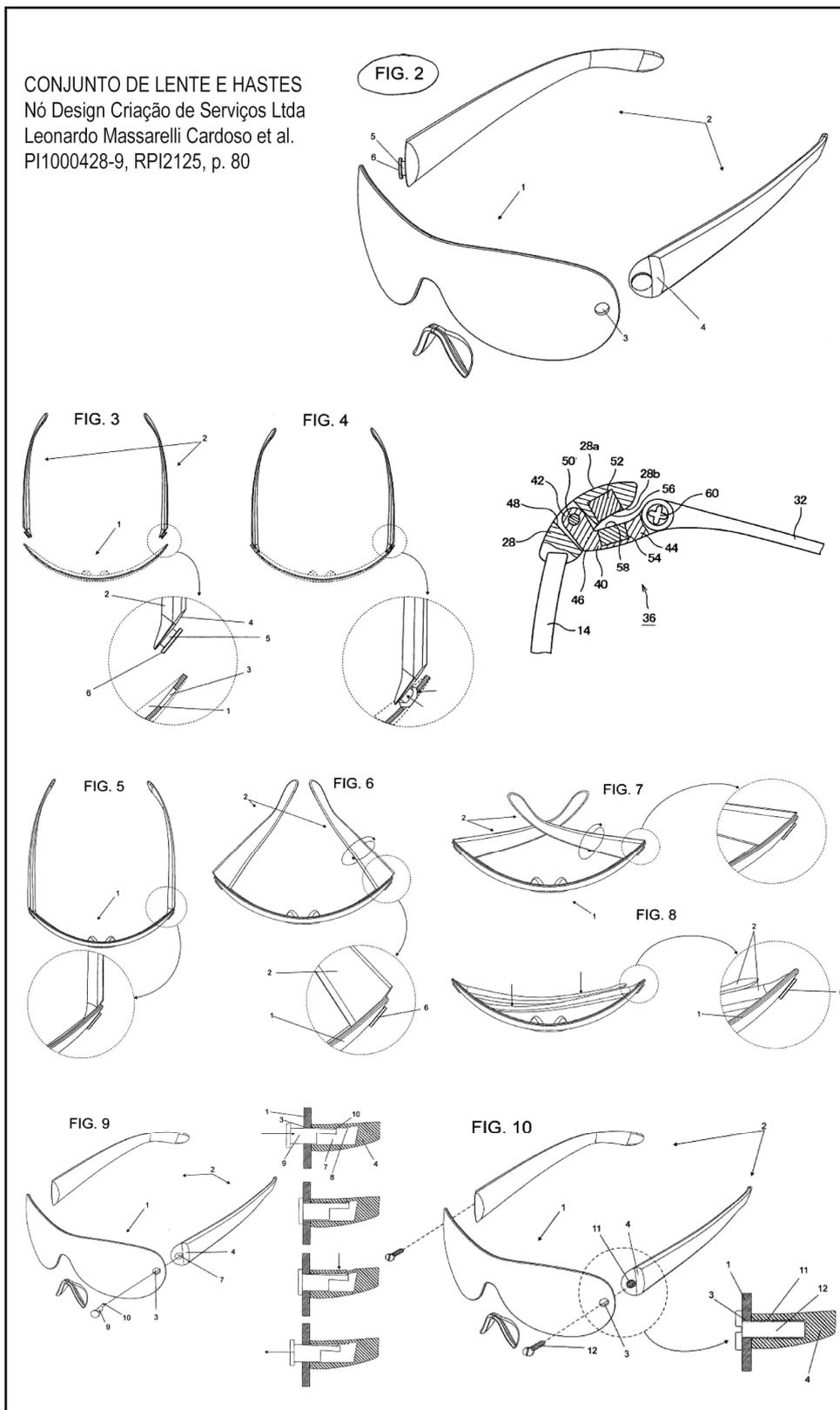


Figura 43: Detalhes do pedido de patente de invenção.  
 Fonte: adaptado do documento BRPI1000428A2, p. 14-20, do sítio Esp@cenet.

Para a pesquisa de *formas gráfica e plástica* no banco de dados do INPI, o acesso é através do *link* da modalidade específica: desenho industrial. Como a forma externa do objeto criativo é a informação principal que se busca, o acesso à sua imagem é que permitirá avaliar o seu conteúdo formal, contudo, diferentemente da estrutura de informações oferecida para a pesquisa de patentes, na pesquisa de desenho industrial é necessário acessar o *link* da RPI correspondente à publicação do objeto criativo para observá-lo (Imagem 9). Portanto, um roteiro diferente da pesquisa de patentes.

## Diretoria de Contratos de Tecnologia e Outros Registros - DIRTEC Publicação de Desenhos Industriais

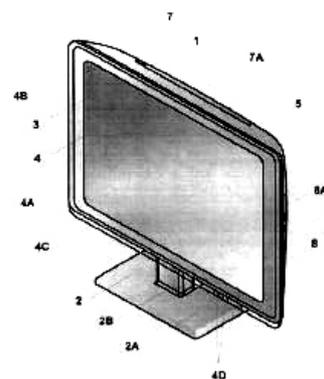
RPI 2050 de 20/04/2010

### 39 CONCESSÃO DO REGISTRO

(1) DI 6802226-3 (22) 16/04/2008  
(15) 20042010  
(30) 16/10/2007 EM 00080879  
(45) 20042010  
(52)(BR) 09-01  
(54) CONFIGURAÇÃO APLICADA A EMBALAGEM  
(73) CARTIER CREATION STUDIO S.A (CH)  
(72) Damienne Lulic  
(74) DANNEMANN, SIEMSEN, BIGLER & IPANEMA MOREIRA  
Prazo de validade: 10 (dez) anos contados a partir de 16/04/2008, observadas as condições legais.



(1) DI 6805191-3 (22) 13/11/2008  
(15) 20042010  
(45) 20042010  
(52)(BR) 14-02  
(54) CONFIGURAÇÃO APLICADA EM MÓDULO INTEGRADO POR MICROCOMPUTADOR E MONITOR  
(73) Niko Metalurgia LTDA (BR/PR)  
(72) Fraimundo Huscher  
(74) Ildo Ritter de Oliveira  
Prazo de validade: 10 (dez) anos contados a partir de 13/11/2008, observadas as condições legais.



(11) DI 6805705-9 (22) 29/12/2008  
(15) 20/04/2010  
(45) 20/04/2010  
(52)(BR) 15-01  
(54) CONFIGURAÇÃO APLICADA EM GALERIA DE COMBUSTÍVEL  
(73) Robert Bosch Limitada (BR/SP)  
(72) Fernando Lepechi, Tulio Itálico Moreira Coletto  
(74) Dannemann, Siemsen, Bigler & Ipanema Moreira  
Prazo de validade: 10 (dez) anos contados a partir de 29/12/2008, observadas as condições legais.

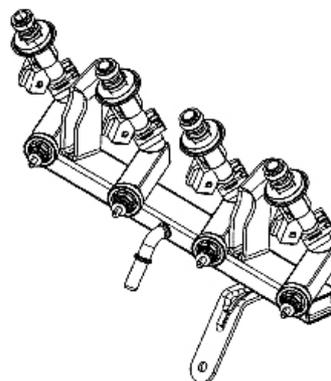


Imagem 9: Publicação de *formas plásticas* concedidas – página inicial.  
Fonte: adaptado da RPI 2050, p. 97 (patentes).

Caso ainda precise de mais vistas do objeto criativo constantes do pedido para analisar mais informações, somente através de cópia do documento ou consulta junto ao INPI, pois é publicada apenas uma imagem por objeto criativo ou de suas variações<sup>15</sup>.

Como na formação do *designer*, o projeto representa a atividade acadêmica em que a maioria dos conteúdos operacionais das demais disciplinas que integram a grade curricular de um curso de *Design* é direcionada. No processo de projeto, a informação é parte importante na construção da base fundamentadora das ações projetivas, sendo o método utilizado o que poderá encadear as ações para a obtenção de um resultado estruturado. São informações oriundas de diferentes fontes e utilizadas em diversas fases do projeto. Além das diversas fontes e formas de obtê-las, também variam em razão do objeto que se está investigando.

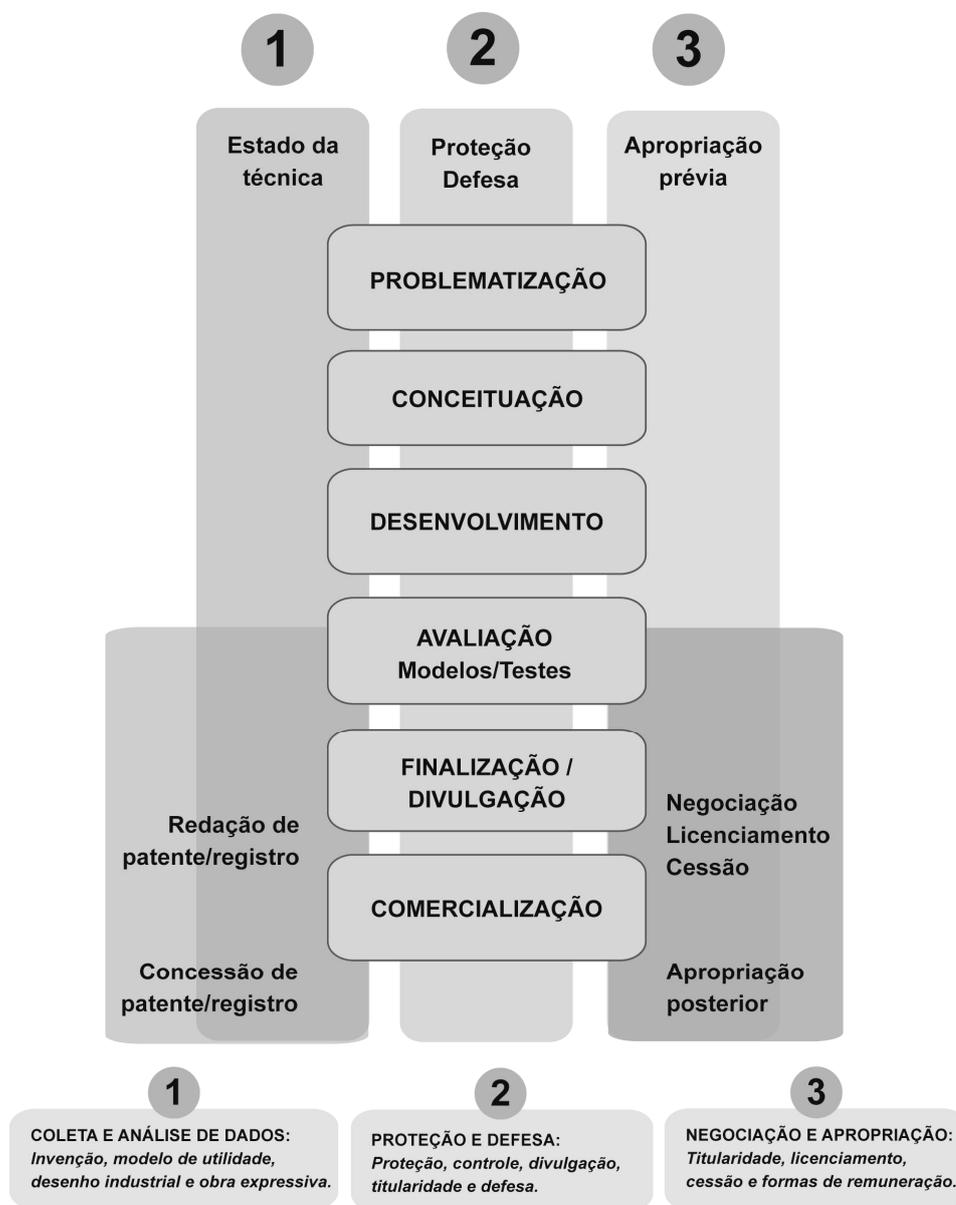
As informações disponibilizadas podem ser utilizadas quando do desenvolvimento de projeto, ficando a sua coleta, análise e uso condicionados à metodologia a ser empregada no caso específico. Contudo, da análise de 18 modelos de processo de projeto, Ana Weber percebe que “não há um consenso nem no número de fases, como nos termos utilizados para denominá-las” (WEBER, 2010, p. 174)<sup>16</sup>, portanto, foram aqui utilizadas fases e termos sem ater-se a um modelo metodológico específico, com a finalidade apenas de situar os recursos da PI disponíveis com relação a projeto e demonstrar que a PI pode ser relacionada às diversas fases do processo. As fases propostas foram *problematização*: identificação dos alcances do problema de projeto posto; *conceituação*: atribuição de valores (semânticos, simbólicos, etc.) ao objeto do projeto; *desenvolvimento*: realização de alternativas, soluções e aprimoramentos técnicos; *avaliação*: aferição das alternativas e soluções escolhidas; *finalização/divulgação*: quando da realização/execução do projeto final e sua divulgação pública; e *comercialização*: quando posto para circulação econômica no mercado.

Para sistematizar o tópico, foram tratados neste campo de interação o *design* gráfico e o *design* de produto. Isto porque, para o primeiro, podem ser utilizadas informações de marcas e de *formas gráficas* registradas e, para o segundo, de patentes (informações tecnológicas) e de registros de *formas plásticas*. São espaços de interações que não caracterizam uma estrutura rígida nem

<sup>15</sup> Art. 104, da LPI.

<sup>16</sup> WEBER, Ana V. P. M. P. *Modelo de ensino de métodos de Design de Produtos*. Tese (Doutorado em Design). Rio de Janeiro: Departamento de Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio, 2010.

quanto à ordem em que são abordados, nem quanto aos conteúdos específicos neles tratados.



Quadro 25: Interações da PI no processo de projeto.  
Fonte: do autor.

O Quadro 25 ilustra interações do processo de projeto em *design* com conteúdos relacionados à PI. São interações que podem ocorrer em qualquer fase do projeto (antes, durante ou depois). O estado da técnica (coluna 1 - coleta e análise de dados) de determinados conteúdos pode ser consultado em qualquer das fases de desenvolvimento do projeto através dos bancos de dados de pedidos de registros ou de patentes, situando o *designer* em relação ao que se

encontra sob proteção ou em domínio público, fornecendo-lhe um panorama do desenvolvimento até aquele momento. A proteção e defesa (coluna 2 – proteção e defesa) também podem ocorrer em qualquer fase do projeto. Já as apropriações antecipadas (coluna 3 – negociação e apropriação) ocorrem por conta de acordos prévios ou por definição legal, quando fruto de determinadas relações de trabalho<sup>17</sup>. Os espaços de interação *proteção e defesa* e *negociação e apropriação* indicados no Quadro 25 (p. 166) são tratados em tópicos específicos, servindo o quadro ilustrativo para apresentar uma visão geral das relações no processo de projeto.

### 5.1.3 Conteúdo *marcário*

A pesquisa de informação marcária parte de *link* específico no sítio principal do INPI, até se encontrar a informação desejada nas páginas subsequentes. As marcas mistas, figurativas e tridimensionais têm suas imagens disponibilizadas no sítio, sem a necessidade de acessar a RPI respectiva, sendo possível, inclusive, identificar a apresentação (mista, figurativa, etc.), natureza (serviço, produto), classe, etc., do conteúdo *marcário*. Na RPI de marcas, estas informações aparecem de modo resumido e com a mesma imagem da página de pesquisa (Imagem 10).

No. **827809280** 05/10/2005  
Tit. MARTELL & CO (FR)  
C.N.P.J./C.I.C./NºINPI : 4850530  
Apres.: Tridimensional ; Nat.: De Produto  
Marca: **MARTELL**

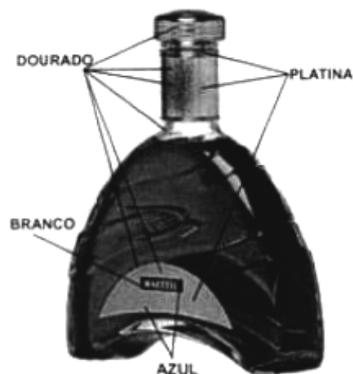


Imagem 10: Informações na RPI da marca tridimensional “Martell”.  
Fonte: adaptado da RPI 1979, p. 434 (marcas).

<sup>17</sup> Quadro 27, p. 175

Com as informações relacionadas à PI disponibilizadas para acesso público, e havendo a possibilidade de seu uso quando do desenvolvimento de projeto de *design*, estabelece-se um espaço de interação que requer o conhecimento específico das formas de pesquisa dessas informações, dos tipos de conteúdos criativos da PI<sup>18</sup> e suas respectivas modalidades. Ou seja, são habilidades esperadas possíveis com o ensino-aprendizagem dos vínculos e interações da PI nos cursos de *Design* associadas às atividades projetivas (Quadro 26).

1 COLETA E ANÁLISE DE DADOS		
Fontes	Evidências empíricas	Ensino-aprendizagem (habilidades esperadas)
<b>PATENTES</b>		
<i>Invenção</i>	No desenvolvimento de <i>design</i> de produto não é comum a busca de conteúdo técnico industrial em banco de dados de patentes.	Utilização da fonte de informação quando da coleta e análise de dados no desenvolvimento de projeto.
<i>Modelo de utilidade</i>		Identificação do estado da técnica, do titular, do inventor, do país, tendências tecnológicas, etc.
<b>REGISTROS</b>		
<i>Desenho industrial</i>	No desenvolvimento de <i>design</i> de produto não é comum a busca de conteúdo estético industrial de formas plásticas ou de elementos gráficos aplicados em produtos constantes de banco de dados de desenho industrial.	Idem. Identificação de tendências formais e gráficas de determinado produto ou linha de produtos de concorrentes, do titular, inventor, país, etc.
<i>Marcas</i>	No desenvolvimento de <i>design</i> gráfico de marcas não é comum a busca de informações em banco de dados de marcas (busca prévia).	Utilização dessa fonte de informação quando da análise e desenvolvimento de marca. Identificação do estado da arte, do titular, tendências gráficas no segmento, etc.
<i>Obra expressiva</i>	No desenvolvimento de <i>design</i> de produto ou gráfico não é comum a busca de conteúdo estético expressivo em banco de dados (busca prévia).	Limitação: informação limitada por não ser imprescindível o registro de obras expressivas. Identificação do estado da técnica, obra em domínio público, autor, etc.

Quadro 26: Evidências empíricas e habilidades esperadas para a coleta e análise de dados.

Fonte: do autor.

<sup>18</sup> Capítulo III.

## 5.2 Proteção e defesa

A proteção do objeto resultado do trabalho intelectual criativo é o que se espera, inicialmente, do conhecimento de propriedade intelectual. Todavia, o sistema legal de proteção das criações intelectuais impõe, necessariamente, um conhecimento de conteúdos jurídicos nem sempre ajustados as pessoas que não são familiarizadas com a área. São vários dispositivos legais cuidando de aspectos os mais variados possíveis, como, por exemplo, o que pode e não pode ser enquadrado numa determinada modalidade, os requisitos a que o objeto deve atender para o seu enquadramento, os meios e modos de obter proteção, os direitos adquiridos com a proteção, os instrumentos legais para a sua defesa, os prazos, etc. Somada a esta parte instrumental das leis, há ainda aspectos de gestão, estratégias, mercado, etc. Portanto, conhecimentos com vínculos e interações complexas que pedem formação especializada para se conseguir operar um conjunto tão amplo de informações – tanto assim que, no direito, há os profissionais especializados em PI.

Para o *Design*, os vínculos e as interações podem ser tratados em um espaço menos complexo, sem, contudo, deixar de se abordar esses alcances. Assim, permite-se afastar associação automática de que conteúdo de PI só tem finalidade de proteger o conteúdo criativo, quando na realidade não é só isto, pois a PI não é uma ferramenta legal unicamente de resguardo da criação, mas também de defesa de mercado. Sua importância está em saber geri-la sob a ótica estratégica empresarial, quando voltada para o mercado, ou social, quando inovação social ou para grupos sociais, sem, no entanto, esquecer os custos financeiros que lhe são inerentes. Por isso, para a gestão desses ativos, podemos citar como exemplo os seguintes fatores que podem ser considerados na tomada de decisão:

- Período estimado para a obsolescência típica do *design* no respectivo segmento de mercado (curto, médio ou longo) em relação ao tempo de cobertura das modalidades de proteção e seus custos inerentes;
- Custos de todo o processo de proteção em relação ao potencial de ganho que a criação pode gerar e/ou como barreira estratégica para avanços concorrenciais;
- Riscos que possa sofrer por sua violação, somados aos custos dos atos extrajudicial ou judicial e o tempo necessário para o seu deslinde;
- Como investimento para consolidar ou conquistar espaços criativos estratégicos a partir de ativos de propriedade intelectual.

Portanto, a proteção do objeto criativo tem caráter estratégico, embora o *designer* pode não ter qualquer tipo de ingerência, mas sobre os quais pode ter que opinar quando da fase de projeção, por conta dos vínculos e interações que o processo projetivo em *Design* tem com a PI.

Como exemplo de empresa que utiliza a propriedade intelectual como estratégia de mercado, podemos citar a Clever Pack, empresa de embalagens que investe no desenvolvimento de inovações, sem deixar de resguardar suas criações. Possui aproximadamente 30 pedidos de registro de desenho industrial e 10 de patentes. Foi ganhadora de diversos prêmios, entre eles o IDEA de 2010 (prata)<sup>19</sup> e *PACK EXPO Selects*<sup>20</sup>, no mesmo ano. Concorreu com um projeto de tampa de segurança de peça única, parede simples e tampa sempre presa ao corpo, de fabricação mais econômica em relação às similares (Imagem 11).

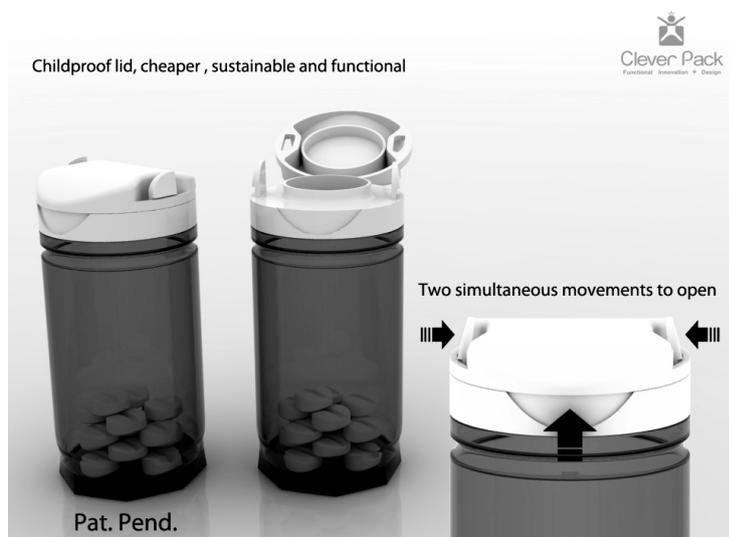


Imagem 11: Tampa CP 1.1 da Clever Pack.  
Fonte: Export Plastic News<sup>21</sup>.

O sistema resguarda o produto envasado da ação de crianças, principalmente remédios e produtos de limpeza, evitando intoxicações acidentais. Em entrevista ao informativo *Export Plastic News*, Cláudio Patrick, diretor da Clever Pack, quando fez referência ao sistema de fechamento de embalagem que parti-

<sup>19</sup> <http://www.ideabrasil.com.br/site/category/premiados/2010/prata/>.

<sup>20</sup> <http://www.packexpo.com/pei2010/public/Content.aspx?ID=1120>.

<sup>21</sup> EXPORT PLASTIC NEWS. *Empresa brasileira é finalista em prêmio internacional sobre inovação* [online]. Informativo nº 109, de 28/09/2010. Disponível em: <http://www.exportplastic.com.br/infos/109-10.html>. Acesso em: 03 ago. 2011.

cipava do *Pack Expo* de 2010, destaca esta política de diferenciação da empresa:

Trata-se de um sistema mais sustentável que o similar usado nos Estados Unidos e 30% mais leve que o dos concorrentes e o número das etapas de produção é menor, já que é peça única, ao contrário dos concorrentes, que usam duas peças; e facilita a reciclagem, pois utiliza apenas uma matéria-prima, o polipropileno (EXPORT PLASTIC NEWS, 2010)<sup>22</sup>.

Este sistema de fechamento apresentado tem pedido de patente requerido em 2009. Os detalhes do projeto podem ser vistos no documento disponível no sítio da Esp@cenet. A Figura 44 detalha o sistema de fechamento.

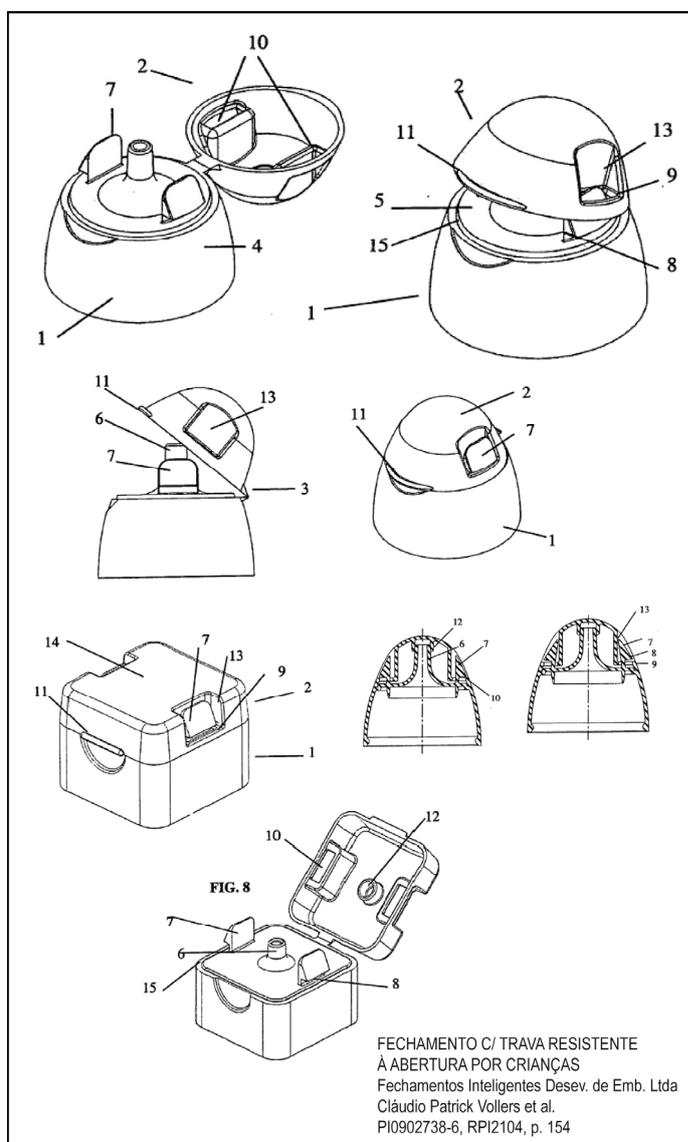


Figura 44: Detalhes do sistema de fechamento da tampa.  
Fonte: adaptado do documento BRPI0902738A2 do sítio Esp@nete.

<sup>22</sup> Op. cit.

Além do pedido de patente anterior, outras patentes de sistemas de fechamento em tampas também foram requeridas pela Clever Pack, conforme Figura 45.

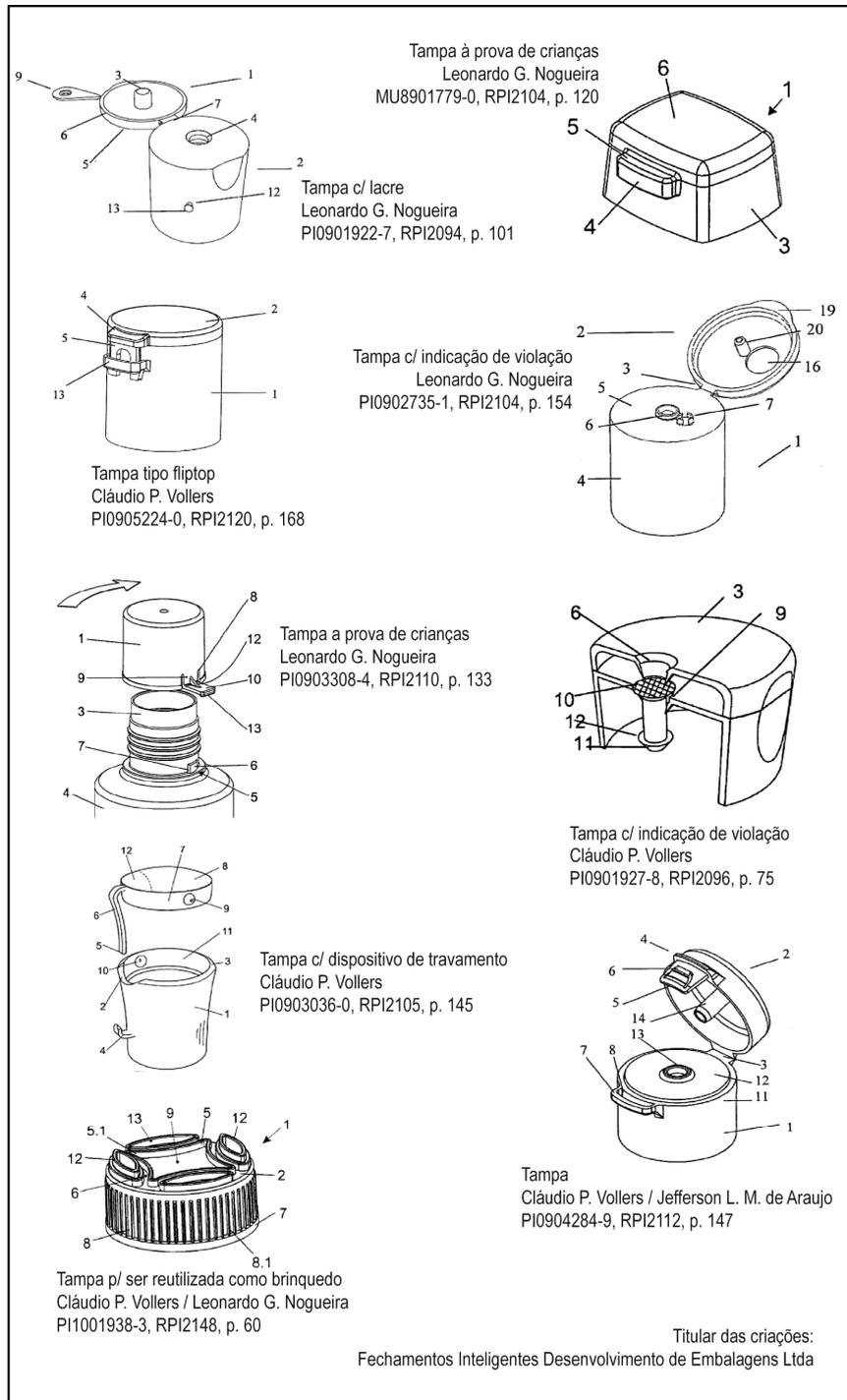


Figura 45: Outras patentes requeridas pela Clever Pack.  
Fonte: adaptado da RPI 2148, 2120, 2112, 2110, 2105, 2104, 2096 e 2094 (patentes).

A Imagem 12 mostra aplicações de alguns dos sistemas desenvolvidos pela empresa, que tem como política a inovação de produtos, resguardando-a através da gestão de ativos de propriedade intelectual, formando um portfólio bem definido em termos de atuação empresarial.

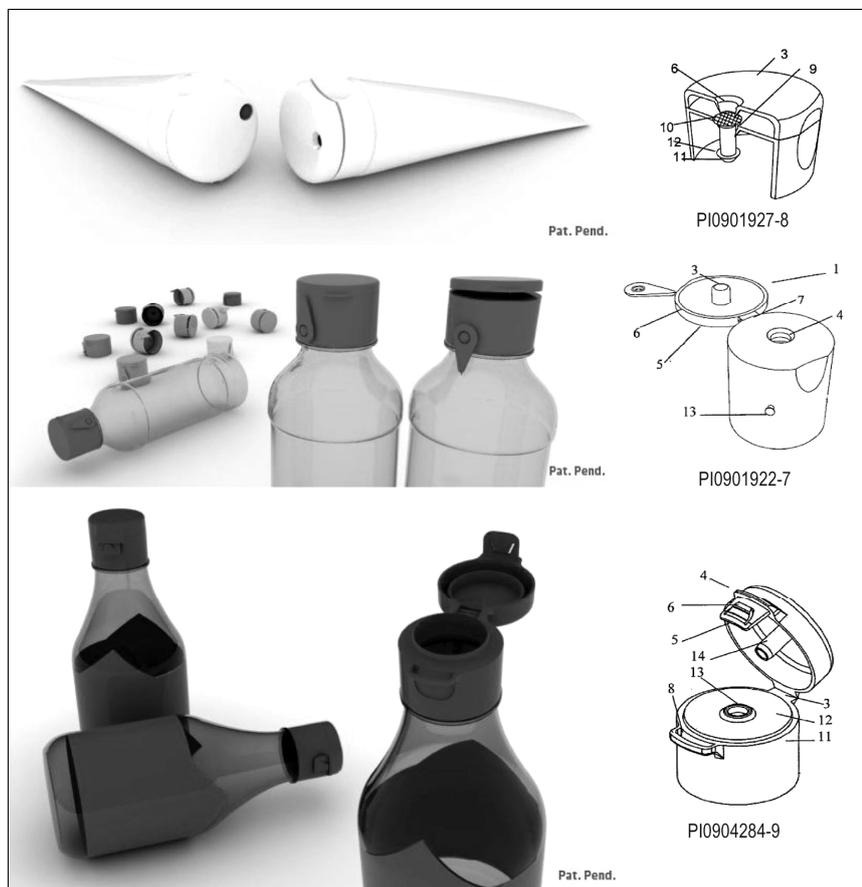


Imagem 12: Aplicações das tampas.

Fontes: adaptado do sítio da Clever Pack<sup>23</sup> e das RPI 2112, 2096 e 2094 (patentes).

Para o *designer*, será preciso saber lidar com empresas com essas políticas de gestão. Para tanto, um conhecimento mínimo de propriedade intelectual será necessário para ter alguma compreensão do seu alcance e poder contribuir quando da sua atuação no processo de projeto.

Tanto o conhecimento de PI quanto a sua prática encontram maior possibilidade de cumprir a função de formação do profissional se esta se iniciar na graduação e houver uma política acadêmica institucional de fomento e apoio ao desenvolvimento de projetos associados às demandas empresariais e sociais que podem contribuir para isto. Contudo, nada impede de se buscar identificar

<sup>23</sup> <http://www.cleverpack.com.br/2011/index.html>. Acesso: 10/09/2012.

nos cursos de *Design* projetos com alguma chance de aplicação industrial e colaborar institucionalmente para o seu resguardo e aproximação com possíveis empresas interessadas.

O corpo discente sozinho poderá ter alguma dificuldade de encontrar respostas adequadas para este tipo de demanda, sem o apoio da instituição de ensino. Existem ainda questões de coautoria e de titularidade de trabalhos acadêmicos em *design*, pois existem relações entre o discente e seu orientador; entre o discente e a instituição; e entre o orientador e a instituição que o contratou. Ou seja, no processo de ensino-aprendizagem temos o resultado criativo do trabalho intelectual da atividade acadêmica, principalmente em cursos de conteúdo projetivo como o *Design*, em que conteúdos criativos apresentam-se com constância pela característica criativa da atividade de projeto nos cursos. Assim, algumas reflexões são levantadas, contribuindo para a questão posta.

Inicia-se tratando da questão da titularidade de criações intelectuais nas relações de trabalho definida pela LPI<sup>24</sup>. É um conteúdo importante na gestão da criação, seja para quem é titular da própria criação, seja para uma criação alheia. O resultado do trabalho intelectual criativo do *designer* sofre maneiras diferentes de apropriação, de acordo com o tipo de relação profissional que mantenha com o cliente, pois a propriedade de uma determinada criação pode não estar automaticamente vinculada ao seu criador e este não poder dispor dela livremente. O vínculo de trabalho com terceiros pode alterar o quadro de titularidade do bem criado (VIVEIROS, 2010)<sup>25</sup>.

Independentemente de quem seja o titular da criação (proprietário), o nome do criador do bem intelectual deve sempre estar relacionado à obra criada. Deve constar dos documentos quando de pedido de patente ou de qualquer registro em que se peça a identificação do autor. Este é um direito que não se transfere (direito moral). A vinculação entre o bem criado e o seu legítimo criador é permanente. Somente a propriedade é negociada, transferida, cedida, licenciada, etc.

O direito de autor estabelece explicitamente a quem pertence a titularidade da obra coletiva, que no caso é do seu organizador. Porém, é silente quando a criação ocorre dentro de uma relação de emprego ou estágio. Diferentemente, o direito da propriedade industrial estabelece as regras para as relações de trabalho. São critérios diferenciados de apropriação pela empresa com a qual o profissional mantém alguma relação de trabalho, seja como empregado, autônomo

---

<sup>24</sup> Arts. 88 ao 93, da LPI.

<sup>25</sup> VIVEIROS, Luciano. *Contraprestação salarial do empregado na invenção*. São Paulo: LTr, 2010.

(*freelancer*), estagiário ou bolsista. Para os casos de criações no âmbito do serviço público<sup>26</sup> ou com entidades públicas<sup>27</sup>, há normas próprias definindo titularidade, percentual de premiação, etc.

A LPI, ao regular quem é o titular da criação numa relação de trabalho (limitado à invenção, modelo de utilidade e desenho industrial), o fez a partir das seguintes referências: (i) se o bem criado tem relação direta ou não com a atividade contratada; e (ii) se houve uso de qualquer recurso da empresa. A partir desses dois referenciais, temos as seguintes possibilidades (Quadro 27):

- a) Criações oriundas diretamente da atividade profissional contratada, a propriedade do bem criado é integralmente da empresa contratante;
- b) Derivam indiretamente da atividade profissional contratada e utilizaram recursos da empresa, a propriedade do bem criado será igualmente dividida entre a empresa e o autor do bem criado;
- c) Derivam indiretamente da atividade profissional contratada e não utilizou de recursos da empresa, a propriedade é integralmente do autor.

TITULARIDADE DE CRIAÇÕES - LPI				
Vínculo	Variáveis para identificação da titularidade			
Empregado Autônomo <i>freelancer</i> Estagiário Bolsista	A criação resulta da atividade contratada?			
	SIM		NÃO	
	Empresa é a titular e não é obrigada a remunerar, salvo por previsão contratual	Utiliza recursos da empresa?		
		SIM		NÃO
		Titularidade dividida entre a empresa e o autor	Autor é o titular da criação	

Quadro 27: Titularidade da criação segundo a LPI.

Fonte: do autor.

São regras de titularidade aplicáveis em qualquer relação de trabalho, embora novas regras possam ser estabelecidas por contrato ou norma. Há ainda a possibilidade de interação com outros profissionais da mesma ou de outras áreas, dentro ou fora da empresa, através de setor específico interno, de escritórios de *design* contratado, *freelancer* ou mesmo misto. Essas interações impõem

<sup>26</sup> Ex.: Decreto 2.553, de 16 de abril de 1998; § 2º, do art. 8º, da Lei 10.973, de 2 de dezembro de 2004 (Lei de Inovação); art. 98, da LPI.

<sup>27</sup> Ex.: Resolução Normativa 013/2008, do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico).

a gestão de interesses antes mesmo do início do processo criativo, para evitar futuros litígios por falta de clareza de qual percentual de titularidade cabe a cada um dos criadores.

Nos cursos de *Design*, o docente é contratado para o exercício do magistério numa área de projeção, portanto, toda criação oriunda desta atividade docente será a instituição de ensino a titular, segundo os critérios da LPI anteriormente citados.

O aluno, entretanto, não mantém qualquer relação de trabalho com a instituição, ao contrário, ele é um tomador de serviço de ensino, seja ele privado ou público, ou seja, a instituição de ensino é quem tem de prestar o serviço por força de um contrato firmado, ou por amparo legal quando do acesso à instituição de ensino público.

Se a instituição é o prestador de serviço, que o realiza através de seu corpo docente, segundo a lógica posta pela LPI ela então não poderia ser titular de qualquer criação intelectual do aluno, mesmo que este utilize os recursos da instituição, até porque são recursos que devem lhe ser oferecidos por força da própria prestação do serviço. Somado a isto, temos ainda a vinculação entre criação intelectual e curso de conteúdo projetivo, onde resultados criativos no projeto são objetivos a serem alcançados no processo pedagógico.

Outra relação é a do aluno com o professor orientador nas disciplinas de projeto. Como o exercício criativo é parte do objetivo destas disciplinas, a atividade docente segue uma dinâmica de relação individualizada para se atingir tal objetivo, havendo troca de ações criativas entre ambos para se chegar ao resultado criativo minimamente esperado, pois sem isto o aluno provavelmente não logrará uma avaliação suficiente para a sua aprovação. O ensino-aprendizagem de ações criativas voltadas para o desenvolvimento de projeto requer não só troca de conteúdos, mas também, do docente, ação criativa em cada caso que orienta, objetivando ajustar o rumo do resultado, sem, com isto, restringir a aprendizagem pessoal do processo criativo pelo aluno.

Desta relação, pode acontecer de o resultado da ação criativa ser interessante para a proteção via propriedade intelectual. A questão é se o docente, no caso, é também autor<sup>28</sup> do objeto criativo em uma disciplina de projeção. Pela dinâmica de ensino anteriormente posta, uma vez que há troca de ação criativa objetivando o ensino-aprendizagem da criatividade na prática projetiva, parece que sim. Desse modo, toda criação realizada em sala de aula que demanda cria-

---

<sup>28</sup> Entendendo-se que autor é quem cria e titular é quem tem a propriedade e pode dispor: vender, ceder, licenciar, doar, etc.

tividade na obtenção do resultado acadêmico, o docente orientador também será autor.

Diferentemente de outras orientações acadêmicas (teses, dissertações ou monografias), que visam resultados intelectuais de conteúdos teóricos ou práticos sem qualquer ação criativa para o resultado alcançado. Nesses casos, a relação entre o orientador e orientando não se mostra na mesma dinâmica das de orientação de projeto, onde a ação criativa é o núcleo da disciplina.

Denis Borges Barbosa (2009)<sup>29</sup> também entende que, nas orientações de teses, os orientadores não seriam coautores da obra realizada. Até porque o que se resguarda, nesses casos, é o estilo do texto (parte escrita) que expõe o conteúdo pesquisado e não o próprio conteúdo (§ 3º, do art. 7º, do DA). Contudo, se no conteúdo da pesquisa realizada houver conteúdo criativo passível de enquadramento em alguma das modalidades da LPI, então o orientador passa a ser coautor na parte criativa, pelo desdobramento do trabalho de orientação.

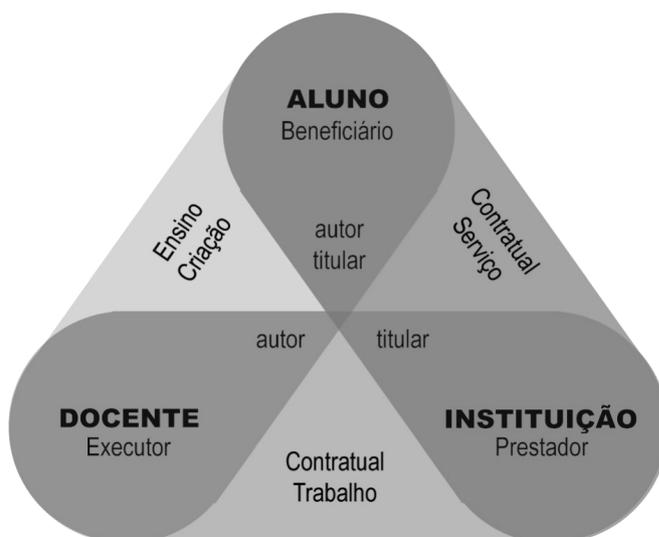


Figura 46: Relações de autoria e titularidade de conteúdo criativo no ensino.  
Fonte: do autor.

A Figura 46 mostra as relações de autoria e titularidade entre discente, docente e instituição de ensino derivadas da geração de conteúdos criativos no ambiente acadêmico. Quando discente e docente são autores por ações criativas em comum, a instituição de ensino será, por extensão, a titular da parcela que cabe ao docente, por força do contrato de trabalho que mantém com este, segundo a regra contida na LPI. A porcentagem que caberá a cada um é resul-

<sup>29</sup> BARBOSA, Denis Borges. *A Propriedade Intelectual no Século XXI: estudos de Direito*. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2009.

tado da divisão pelo número de autores, e.g. se dois, 50% para cada. O aluno pode ser autor e titular de uma obra criativa, o docente só pode ser autor em função da sua relação de contrato de trabalho com a instituição de ensino, e esta somente titular, pois pessoa jurídica não pode ser autora.

Este também é um princípio aplicável às instituições públicas de ensino. A diferença é que há uma garantia legal de recebimento de prêmio pela criação apropriada (licença, cessão, etc.), ou seja, diferentemente da iniciativa privada, onde o empregado não tem direito a qualquer forma de retribuição quando a criação deriva da atividade contratada, a não ser que haja previsão contratual prevendo algum ganho financeiro, para o servidor público há previsão em lei de um percentual de até 1/3<sup>30</sup>.

 República Federativa do Brasil Ministério do Desenvolvimento, Indústria e do Comércio Exterior Instituto Nacional da Propriedade Industrial	<b>(21) PI0702968-3 A2</b>	 * B R P I 0 7 0 2 9 6 8 A 2 *
	<b>(22) Data de Depósito:</b> 02/07/2007 <b>(43) Data da Publicação:</b> 17/02/2009 (RPI 1989)	<b>(51) Int.Cl.:</b> A43B 21/42 (2009.01) A43B 7/16 (2009.01) A43B 7/38 (2009.01)
<b>(54) Título:</b> CALÇADO COM SALTO COMUTÁVEL	<b>(57) Resumo:</b> CALÇADO COM SALTO COMUTÁVEL aqui descrito vem amenizar os efeitos neq hábito cultural do uso do salto alto. O escopo do salto de se proporcionar ao calçado de salto alto a versa transformar em salto baixo. Por meio do corpo com se gira em torno de um eixo (17), o calçado pode assu	
<b>(73) Titular(es):</b> UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO		
<b>(72) Inventor(es):</b> Hugo Borges Backx, Livia Santos Oliveira		

Imagem 13: Pedido de patente de salto comutável pela UFRJ.  
 Fonte: adaptado do documento BRPI0702968A2 do Esp@cenet.

Para exemplificar, até recentemente as relações de autoria e titularidade entre alunos do curso de Desenho Industrial, habilitação Projeto de Produto, da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) quando encaminhados à Agência de Inovação da própria instituição, eram tratadas de modo que, caso houvesse interesse do aluno do curso em proteger alguma criação oriunda da atividade acadêmica, este teria de assinar um termo de cessão total dos direitos patrimoniais à instituição. Feita a cessão de direitos por parte do aluno, no pedido de patente ou de registro, a UFRJ aparecia como a titular, e o docente e o aluno como inventores, como no exemplo da Imagem 13. Este é um procedimento que pode se apresentar tanto em instituições de ensino público quanto privado, dependendo da política de resguardo das criações intelectuais da instituição.

<sup>30</sup> Decreto nº 2.553, de 16 de abril de 1998.

Contudo, a UFRJ através do seu Conselho de Ensino para Graduados (CEPG), aprova em 2011, a Resolução nº 1 em que estabelece novas relações de titularidade e fixa a parcela dos ganhos econômicos auferidos. O Decreto nº 2.553, em seu art. 10, estabelece como o máximo a ser auferido pelos criadores a parcela de ganhos econômicos em até 1/3; na resolução da UFRJ esta parcela também é fixada neste limite legal de 1/3<sup>31</sup>. No tocante à titularidade, entretanto, há uma mudança significativa de posição da UFRJ:

Art. 3º A Universidade Federal do Rio de Janeiro é a **titular** dos direitos de Propriedade Intelectual das criações geradas em suas **instalações e/ou com utilização dos seus recursos** por seus Criadores, segundo o disposto no Art. 4º.  
(...)

Art. 4º Considerar-se-á Criação de titularidade da UFRJ quando for realizada por:

I. servidores **docentes**, técnicos e administrativos, que tenham vínculo permanente com a Universidade, no exercício de suas funções, ou que a sua Criação tenha sido resultado de atividades desenvolvidas nas instalações, ou com o emprego de recursos, dados, materiais, meios, informações ou equipamentos da UFRJ;

II. **alunos** e estagiários e seus **orientadores** que realizem **atividades curriculares** de cursos de **graduação** ou de pós-graduação na UFRJ, inclusive dissertações e teses desenvolvidas mediante o uso de instalações ou com o emprego de recursos, dados, materiais, meios, informações ou equipamentos da UFRJ (BUFRJ, 2011, p. 10-2)<sup>32</sup>. (Grifos nossos).

Quanto aos servidores e estagiários, a regra, a princípio, não apresenta maiores contradições em relação ao regramento contido na LPI<sup>33</sup>. O que se destaca da presente norma é a inclusão das criações de alunos oriundas de atividades curriculares com uso de recursos da instituição. Assim, o aluno, enquanto detentor do direito de receber um serviço público de ensino, que se realiza através dos recursos públicos disponíveis postos para o cumprimento da obrigação legal da instituição, caso gere alguma criação resultante de atividade acadêmica, segundo a presente resolução, não será titular da mesma, ou seja, a UFRJ passou a ser detentora de toda criação, independentemente de o aluno ser o tomador do serviço público e aquela a prestadora do serviço disponibilizado pelo estado.

Nos casos específicos de cursos em que a atividade acadêmica é voltada para criações intelectuais como núcleo formador do aluno, e sendo este avaliado academicamente segundo os resultados criativos por ele obtidos na disciplina, o

<sup>31</sup> § 1º, do art. 9º, da Resolução nº 1, de 2011, UFRJ.

<sup>32</sup> BUFRJ – Boletim da Universidade Federal do Rio de Janeiro. [online]. Rio de Janeiro: UFRJ, nº 19, de 12 de maio de 2011. Disponível em: <http://www.ufrj.br/docs/boletim/2011/19-2011.pdf>. Acesso em: 20 mai 2011.

<sup>33</sup> Quadro 27, p. 175.

estudante precisa criar caso queira obter alguma avaliação favorável na atividade acadêmica proposta. Não obtendo resultados criativos esperados na disciplina, as chances de uma boa avaliação ficam comprometidas, portanto, a geração de conteúdos criativos trata-se de condição acadêmica imposta ao aluno pela característica criativa dos resultados esperados na atividade acadêmica.

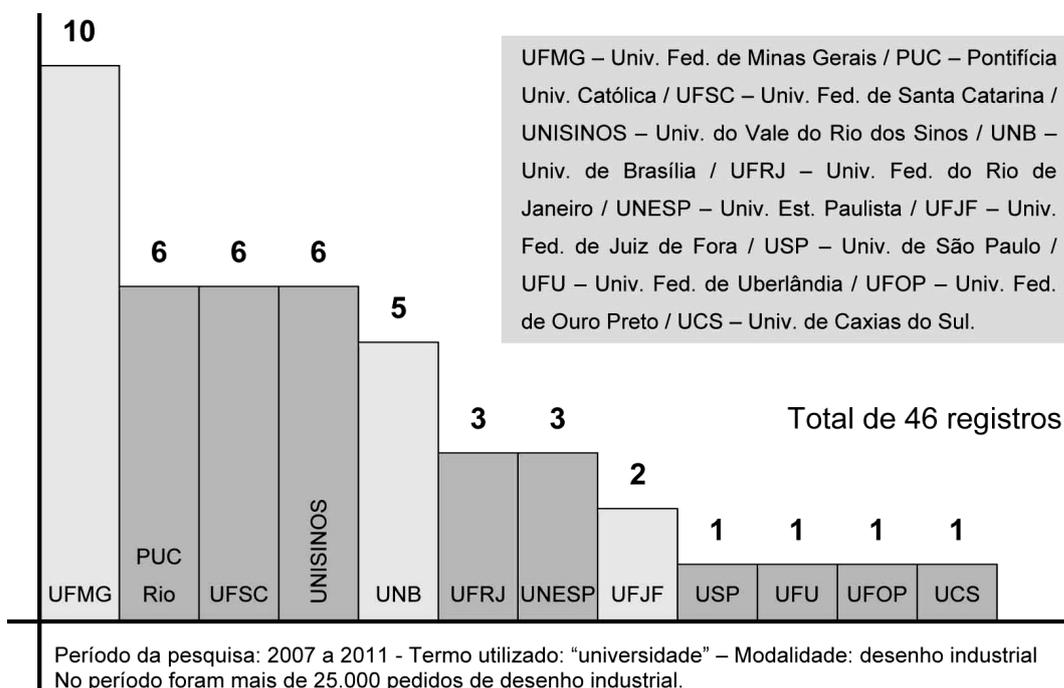
Quando uma instituição oferece um curso com estas características, precisa formular em seu Projeto Pedagógico conteúdos com atividades para este fim, assim como disponibilizar os recursos e instalações materiais mínimas para a realização da atividade acadêmica que venha a estabelecer. Visto que serão formuladas atividades acadêmicas com a finalidade de o estudante criar, em cumprimento aos requisitos curriculares estabelecidos pela própria instituição, e sem as quais pode não alcançar uma avaliação favorável em disciplinas com núcleo criativo em seus programas. Ou seja, o aluno no exercício do seu direito ao ensino de conteúdos projetivos contratados precisa gerar conteúdos criativos em disciplinas estabelecidas pela própria instituição prestadora do serviço, onde o seu desempenho acadêmico é avaliado pelo professor orientador a partir do objeto criado, entre outros possíveis quesitos.

Para conferir se há algum nível de política de estímulo à proteção de criações intelectuais em instituições de ensino superior recorreu-se a busca em bancos de dados do INPI. A busca deu-se em registros de desenho industrial porque se aproxima melhor das atividades acadêmicas de *design* nas instituições, pois, a busca através de banco de dados de patentes, que são criações técnicas, a aferição dentro da amostragem não teria como indicar possíveis participações de *designers* no desenvolvimento da criação levantada, mas, através de desenho industrial, esta participação apresenta-se crível, embora não se possa também afirmar que de fato houve.

Outro critério é a utilização de quatro termos para a busca: *universidade*, *centro universitário*, *faculdade* e *faculdades*. Para *centro universitário* e *faculdade*, o resultado foi zero; para *faculdades*, o resultado foram todos os registros da PUC-Rio que apareceram também quando do uso do termo *universidade*; para este último, foram encontrados 74 resultados e, destes, 28 ainda não tinham a concessão do registro, portanto, não foram considerados. Uma pequena parcela teve o seu registro anulado administrativamente, contudo, foram considerados para efeito do quantitativo, porque ainda pode-se reverter a decisão através de ação judicial; todos os seis registros da UNISINOS referem-se a um mesmo tipo de objeto criativo, qual seja, isolador elétrico; dos dez registros da UFMG, cinco

foram a respeito de forma plástica de carenagem de avião; dos seis registros da UFSC, quatro são de módulos de refrigeração.

Dos dados analisados, chama a atenção o fato de a maioria das instituições que promoveram registro de desenho industrial ser pública, sendo a PUC-Rio e a UNISINOS as únicas exceções; o número de instituições que realizaram registros (12) ser pouco representativo diante do número das que ministram curso de *Design*, aproximadamente cento e cinquenta<sup>34</sup>; o número total de pedidos no período analisado, mais de 25 mil, em comparação ao total de registros das instituições, quarenta e seis ao todo (Quadro 28).



Quadro 28: Registros de desenho industrial por universidades de 2007 a 2011.  
Fonte: banco de dados do INPI.

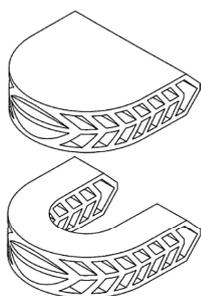
Do levantamento chegam-se as seguintes conclusões: (i) pouco registro de desenho industrial pelas universidades no período analisado, quando comparado com o universo de pedidos no período (25 mil); (ii) o número de instituições que registraram em desenho industrial foi reduzido, quando comparado com o universo das que têm curso de *Design*; (iii) das que registraram, a maioria absoluta foi de instituições públicas. O cenário sinaliza para o pouco desenvolvimento de políticas de fomento e disseminação de PI nas instituições de ensino no Brasil aplicáveis ao *Design* quando analisado pela ótica de registros de desenho indus-

<sup>34</sup> Fonte: <http://emec.mec.gov.br/>. Termos da pesquisa: *design*, *presencial*, *bacharelado* e *em atividade*.

trial. Das instituições identificadas, apenas a Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) não oferece curso de *Design*.

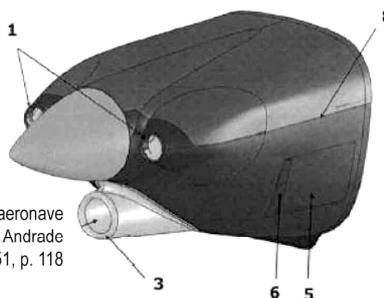
As Figuras 47 ao 49 (pp. 182-84) apresentam os objetos criativos registrados por cada instituição de ensino analisada.

### UFMG

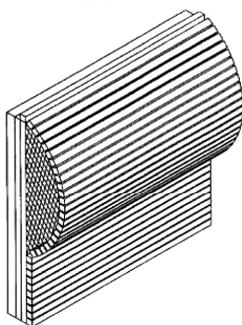


Solado de calçados  
Marcos Pinotti Barbosa et al.  
DI6902332-8, RPI2091, p. 83

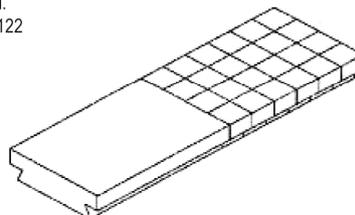
Capô do motor de aeronave  
Paulo H. Iscold Andrade  
DI6901830-8, RPI2051, p. 118



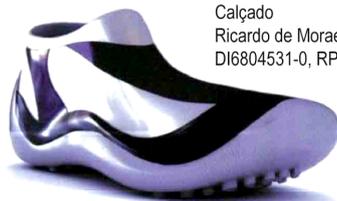
Absorvedor sonoro  
Andrea Franco Pereira et al.  
DI6702102-6, RPI1957, p. 122



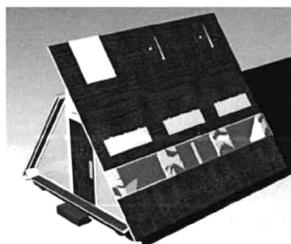
Taco ornamental modular  
Andrea Franco Pereira et al.  
DI7001231-8, RPI2087, p. 136



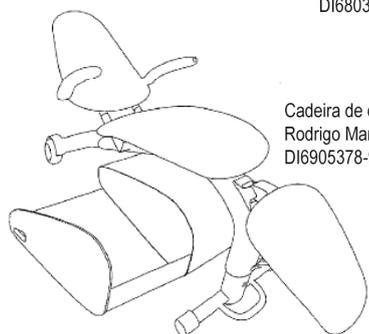
### PUC-Rio



Calçado  
Ricardo de Moraes C. Orlando  
DI6804531-0, RPI2022, p. 168-9



Casa modular  
Pedro Braga Leitão et al.  
DI6803679-5, RPI2019, p. 151-2



Cadeira de dentista  
Rodrigo Marques R. Guimarães  
DI6905378-9, RPI2042, p. 132



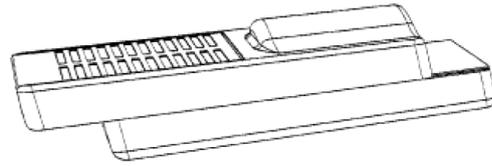
Aparata p/ produção de máscaras  
Sandra Barbosa Bastos  
DI6804438-0, RPI2043, p. 114

Figuras 47: Registros de desenho industrial de universidades 1.  
Fontes: adaptado da RPI 2091, 2087, 2051, 2042, 2043, 2022, 2019 e 1957.

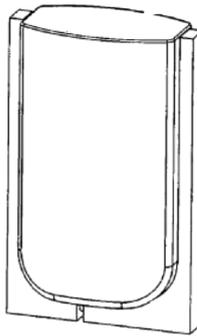
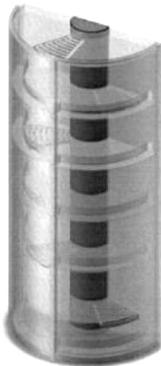
## UFSC



Módulo de refrigeração  
Taciani Meurer Duarte  
DI6702565-0, RPI1957, p. 124



Módulo de refrigeração  
Luciana Wasnievski da Silva  
DI6703046-7, RPI1945, p. 147



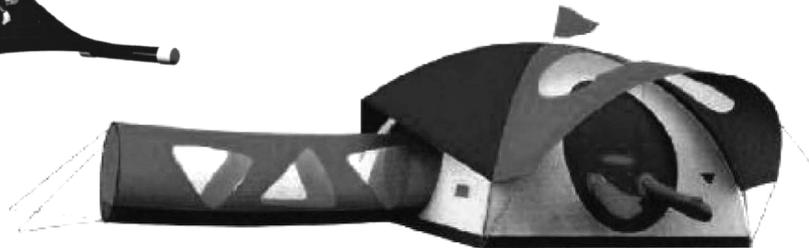
Módulo de refrigeração  
Taciani Meurer Duarte et al.  
DI6705260-6, RPI2004, p. 111

## UFRJ

Ônibus  
Ricardo Wagner  
DI6701910-2, RPI1956, p. 175



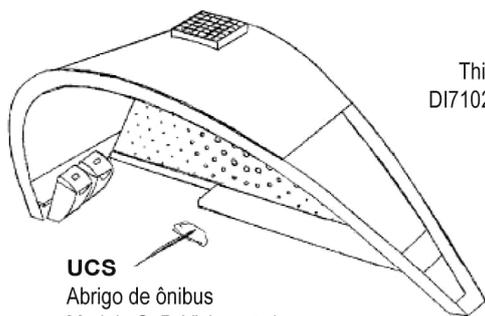
Bicicleta ergométrica  
Hugo Backx, Thiago S. Donati et al.  
DI6903234-0, RPI2038, p. 141



Barraca de camping  
Hugo Backx, Francisco S. Carriço et al.  
DI6804417-8, RPI2025, p. 141

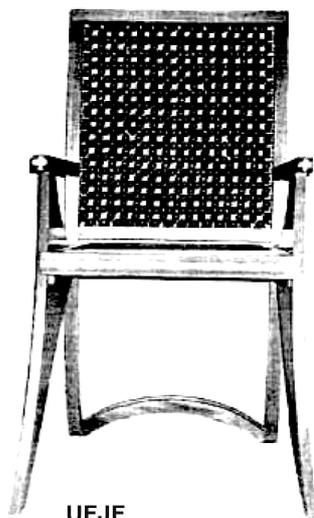
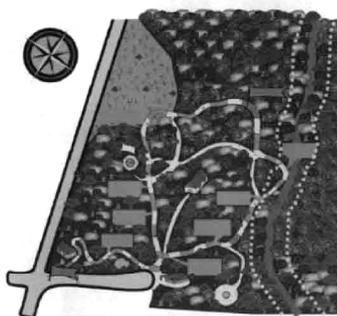
Figura 48: Registros de desenho industrial de universidades 2.  
Fontes: adaptado da RPI 2038, 2025, 2004, 1957, 1956 e 1945.

**DEMAIS INSTITUIÇÕES**



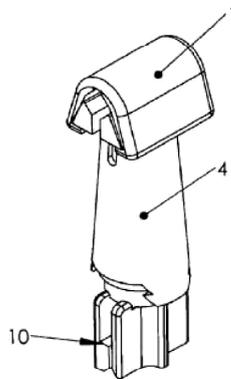
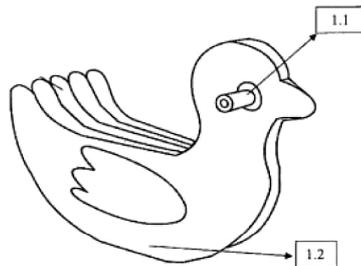
**UCS**  
Abrigo de ônibus  
Muriele S. P. Vivian et al.  
DI6804255-8, RPI2067, p. 115

**UESP**  
Tabuleiro de jogo  
Thiara Vichiato Breda et al.  
DI7102128-0, RPI2125, p. 157



**UFJF**  
Cadeira  
Eduardo Seabra Guedes et al.  
DI6600663-5, RPI1894, p. 119

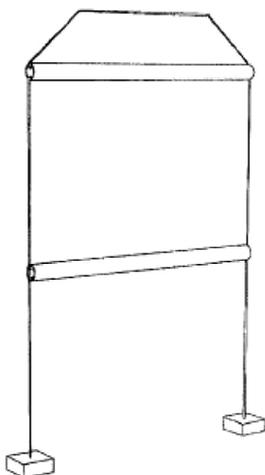
**UFU**  
Brinquedo de balanço  
Aline T. de Souza et al.  
DI7004420-1, RPI2121, p. 476



**UNISINOS**  
Isolador elétrico  
Carlos Alberto M. Moraes et al.  
DI7005047-3, RPI2152, p. 120



**UNB**  
Pufe  
Nanessa P. Cavalcante  
DI6903392-7, RPI2061, p. 134



**UFOP**  
Pôster ou painel  
Adilson R. da Costa et al.  
DI6502299-8, RPI 1852, p. 127

**USP**  
Caixa acústica  
Maria Aparecida de Souza  
DI6504247-6, RPI1833, p. 145

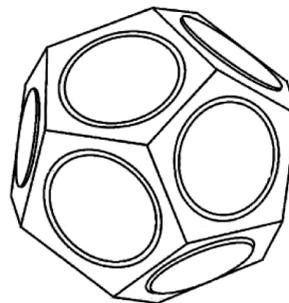


Figura 49: Registros de desenho industrial de universidades 3.  
Fontes: adaptado da RPI 2152, 2125, 2121, 2067, 2061, 1894, 1852 e 1833.

### 5.2.1 Defesa da criação (aspectos gerais)

Para a gestão de ativos de propriedade intelectual, temos as seguintes fases: proteção, acompanhamento e defesa. A fase de proteção incorpora toda informação estratégica anterior ao início do processo criativo até a sistemática disponível de resguardo da criação, seja formal (patentes ou registros) ou informal (segredo de indústria). A fase de acompanhamento tem a função de manter a permanente observância no regular processo de manutenção do ativo (administrativa ou judicialmente). Defesa cumpre a função de afastar qualquer situação que possa comprometer o ativo em face de terceiros (administrativa, extra ou judicialmente).

Quanto às tipificações dos atos ilícitos, é considerada contrafação toda reprodução não autorizada de criação protegida pelo DA ou LPI. Já os atos ilícitos praticados contra criações que não se enquadram em nenhum desses são denominados de concorrência desleal. Os Tribunais assim se pronunciaram sobre concorrência e concorrência desleal:

#### Jurisprudência: CONCORRÊNCIA E LUTA DE BOXE É TUDO IGUAL.

Superior Tribunal de Justiça - STJ

Recurso ordinário em habeas corpus:0003831 ano:94 uf:RJ turma:06

Julgado: 13.09.1994 DJ de 28.11.1994 pg. 32641

Ementa: Rhc - penal - infração penal - ilicitude - perigo - comércio - concorrência - a infração penal, além da conduta, reclama resultado (dano, ou perigo de dano ao objeto jurídico). Além disso, ilicitude do comportamento do agente. Quando o legislador define o ilícito penal, significa postura axiológica negativa referente a conduta descrita. A concorrência é própria do regime de economia de mercado. A disputa entre empresas é consequência natural. O exagero é tônica dos anúncios comerciais e industriais. Nenhuma censura, inexistindo desvirtuamento da qualidade da coisa ou prestação de serviços. Os romanos, há séculos, divisaram o *dolus bonus*. A fantasia não se confunde com a fraude. O perigo (próprio do resultado) deve ser concreto, ou seja, ensejar probabilidade (não mera possibilidade) de dano. Assim, como já dissemos, não há ilícito no dano que faz um concorrente a outro, na estrita obediência das regras do jogo competitivo. Gerando produto de tecnologia superior, ou a menor preço, um concorrente pode, e mesmo deve, alijar o outro do mercado, para o bem comum.

#### Jurisprudência: CONCORRÊNCIA COMO LIBERDADE

Supremo Tribunal Federal - STF

"A livre concorrência, com toda liberdade, não é irrestrita, o seu direito encontra limites nos preceitos dos outros concorrentes pressupondo um exercício legal e honesto do direito próprio, expresso da probidade profissional. Excedidos esses limites surge a CONCORRÊNCIA DESLEAL...

Procura-se no âmbito da concorrência desleal os atos de concorrência fraudulenta ou desonesta, que atentam contra o que se tem como correto ou normal no mundo dos negócios, ainda que não infrinjam diretamente PATENTES ou SINAIS DISTINTIVOS REGISTRADOS". (R.T.J. 56/ 453-5).

A proteção de uma marca não está restrita apenas ao seu registro junto ao órgão competente, no caso, o INPI. A própria concepção desta pode posicioná-la em áreas de conflitos, em razão da fragilidade distintiva ou de impregnação (projeto gráfico deficiente). Marcas com nomes ou grafismos muito comuns à própria área de abrangência tendem a comprometer o seu nível de proteção. A busca por marca com baixa distintividade entre as demais, para não chamar atenção, é próprio de quem copia. O benefício é exatamente tirar proveito da similaridade com os concorrentes.

A marca demanda um constante acompanhamento para possíveis atualizações ou defesa com vista a resguardá-la contra a perda de valor ou distintividade. É um patrimônio que se constrói ao longo do tempo e que pode chegar a ser maior do que o patrimônio físico da empresa (e.g. Google, Coca-Cola, Microsoft, etc.). A sua proteção e defesa são estratégicas para manter os atributos a ela associados intactos e seguros. Quanto mais se fortalece, mais tende a atrair a concorrência para atos que visam se aproveitar inescrupulosamente da força que tem no mercado, ou de ataques que lhe comprometem o atributo distintivo. É um ativo estratégico na composição do patrimônio da empresa, que não deve ser negligenciado.

Abaixo, exemplo de contrafação de marca registrada (imagem 14):

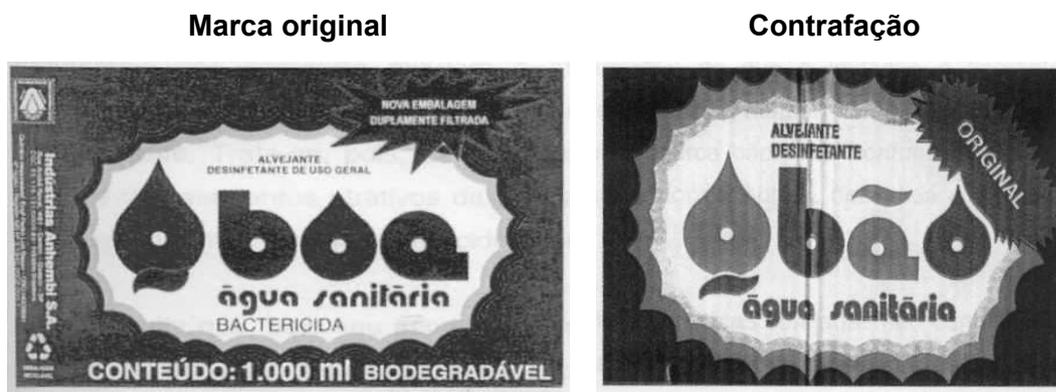


Imagem 14: Contrafação da marca “QBOA”.  
Fonte: adaptado de Pimenta & Amaral (2003)<sup>35</sup>.

<sup>35</sup> As imagens são originárias de material apresentado por Luiz Edgar Montauray Pimenta e Rafael Lacaz Amaral no curso da ABAPI “Curso Avançado de Marcas”, em 27/09/2003. PIMENTA, L. E. M.; AMARAL, R. L. *Requisitos de Proteção das Marcas*. I Curso Avançado de Marcas, Associação Brasileira dos Agentes da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 06 de setembro a 29 de novembro de 2003.

A contrafação está condicionada à registrabilidade da marca, pois esta deriva da reprodução não autorizada ou imitação. A Imagem 14 (p. 186) apresenta um exemplo de contrafação na parte referente à marca registrada “Q BOA” e na sua disposição de conjunto (concorrência desleal). A marca “Q BOA” transforma-se em “Q BÃO”, com a mesma tipologia e cores. Este é um exemplo de contrafação por imitação.

A Imagem 15 caracteriza a contrafação em face da colidência da marca “BR” com a “13R”, em que esta aproxima os números 1 e 3 para formar um conjunto que sugere a letra “B”, e esta, próxima da letra “R”, forma um conjunto assemelhado à “BR”. Zorzaneli (2009)<sup>36</sup> assim descreve esta contrafação:

A distribuidora BR processou a rede de postos 13R e ganhou. A Justiça determinou que o logotipo fosse retirado dos postos. Hoje a BR se preocupa com outro tipo menos explícito de infração do trade dress: o uso do jogo de cores de sua franquia em postos não filiados. Segundo a assessoria da BR, há uma nova onda de postos usando as cores verde e amarelo características da rede.

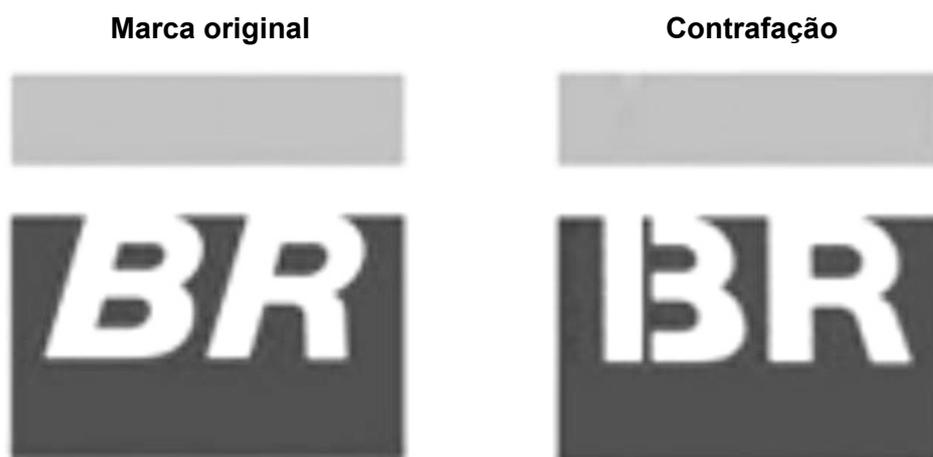


Imagem 15: Contrafação da marca registrada “BR”.  
Fonte: adaptado de Zorzaneli (2009).

A vigilância constante do movimento concorrencial é importante para a empresa que busca novas oportunidades de negócios ou preservação do espaço de mercado já conquistado. O comprometimento da imagem empresarial fragiliza sua relação com a clientela. Restabelecê-la implica esforços para coibir todos os atos ilícitos e extinguir ou reduzir minimamente qualquer mácula que tais práticas possam deixar junto aos clientes. São desleais todos os atos contrá-

<sup>36</sup> ZORZANELLI, Marcelo. *Como levar vantagem na base da imitação*. Revista Época, editoria Mundo, de 15/04/2009 [online]. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,ERT68513-15227-68513-3934,00.html>. Acesso em: 23 abr. 2009.

rios à boa prática, mesmo os que não infrinjam uma patente, registro de desenho industrial ou marca.

Para as criações não protegidas, os atos de concorrência que prejudicam “a reputação ou os negócios alheios, a criar confusão entre estabelecimentos comerciais, industriais ou prestadores de serviços ou entre os produtos e serviços postos no comércio”, são passíveis de ação de perdas e danos pelos prejuízos que causarem.

Como exemplo de criações não protegíveis como patente ou registro, citamos algumas soluções de *design* aplicadas em pontos de venda: o conceito de iluminação da loja, a distribuição e cores do mobiliário, o modo de dispor os produtos para os clientes (vitrines, gôndolas, etc.), a ambientação através da sonorização, fragrâncias, sinalização, etc. É um conjunto de elementos dispostos ao alcance da percepção da clientela de modo original e distinto dos concorrentes, formando uma imagem própria e vinculada à empresa. São configurações, arranjos e composições originais que criam o aspecto distintivo ou diferenciado de um ambiente, produto, sinal ou serviço, de modo a consolidar na percepção dos consumidores a imagem do conjunto como identificadora de uma empresa específica.

Apesar de não haver previsão para a proteção formal desse tipo de criação, há a possibilidade de defesa para afastar terceiros de utilizar tais características originais e individualizadoras, visando resguardar a unidade do negócio contra qualquer forma de imitação servil. Esta característica integradora dos elementos da criação não passível de proteção como patente, desenho industrial ou marca é definida como conjunto-imagem ou *trade dress*.

A modalidade de repressão à sua violação é a da concorrência desleal. O fundamento principal, entre outros, baseia-se na vedação legal à prática de desvio de clientela por meio fraudulento. A imitação servil busca exatamente confundir os consumidores de modo ardiloso, pois “a concorrência desleal não se exerce de modo ostensivo, ocultando-se sob mil disfarces e aparências de atos legítimos; e quanto mais bem urdido é o plano, mais perigosa se torna” (CERQUEIRA, 2010, p. 290-1)<sup>37</sup>.

O jurista José Tinoco Soares assim o define:

**‘Trade dress’** é a imagem total do negócio; num sentido bem geral é o **‘look and fell’**, isto é, o ver e sentir do negócio; é o meio pelo qual o produto é apresentado ao mercado; é o identificador da origem; o termo **‘trade dress’** significa a imagem total ou a aparência geral de um produto ou serviço, incluindo, mas não limitado a, desenho de embalagem, rótulos, recipientes, mostruários, à decoração, às cores,

---

<sup>37</sup> Op. cit.

ao desenho do produto, à característica do produto ou à combinação das características do produto; **'trade dress'** é a combinação de elementos ou figuras que são ou se tornam associadas exclusivamente com uma existência particular que permitem funcionar como sendo um indicador de origem do produto; o **'trade dress'** compreende uma única seleção de elementos que imediatamente estabelecem que o produto se distancia dos outros porisso [sic] que se torna inconfundível (SOARES, 2004, p. 213)<sup>38</sup>. (Grifos do autor)

No caso Mr. Cat x Mr. Foot (Imagem 16), a justiça entendeu que não havia colidência quanto às marcas; contudo, considerou que a Mr. Foot imitou o design de interior da Mr. Cat, obrigando-a a indenizar e alterar a configuração visual do ambiente assemelhado. Este é um caso típico de concorrência desleal pela imitação da apresentação visual (*trade dress*) da cadeia de sapatarias Mr. Cat, bem como com relação à forma de apresentação de seus produtos, que são exibidos em pequenos sacos amarelos de algodão separados através de escaninhos de madeira. Este caso é assim descrito por Fernando Teixeira, no Jornal *Valor Econômico*, conforme citação de Barbosa (2006):

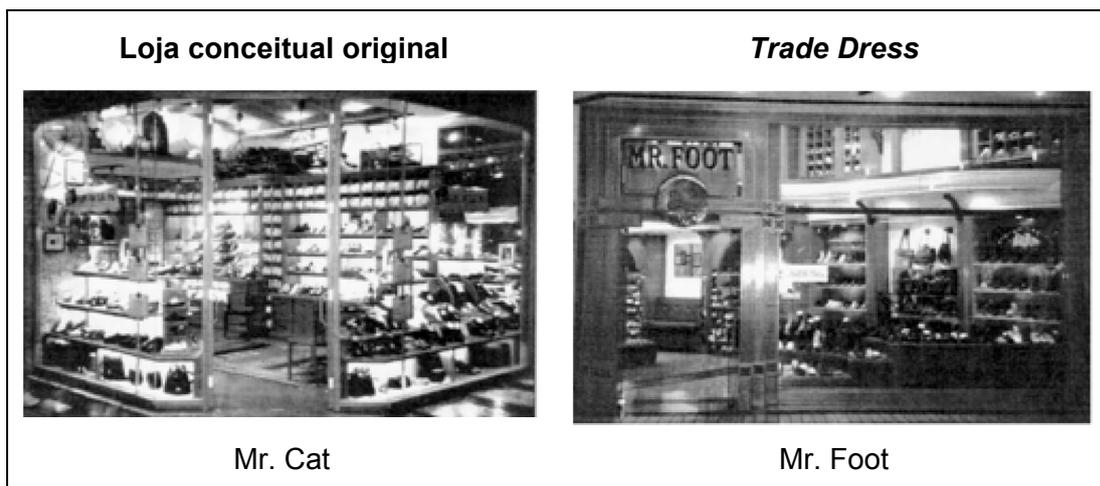


Imagem 16: Mr. Cat x Mr. Foot.  
Fonte: adaptado de Pimenta & Amaral (2003).

A empresa de franquias de calçados Mr. Cat obteve uma liminar na Justiça do Rio de Janeiro impedindo o uso indevido do conjunto de imagem – ou “trade dress” – de suas lojas. A decisão foi proferida contra um ex-franqueado que, depois de encerrado o contrato, continuou usando o mesmo ponto, fornecedores e toda a sinalização visual que identifica a franquia original, alterando apenas o nome da loja.

Segundo a decisão da juíza Márcia de Carvalho, da 7ª Vara Empresarial do Rio de Janeiro, a ex-franqueada tem 30 dias para cessar as práticas de concorrência des-

<sup>38</sup> SOARES, José Carlos Tinoco. “Concorrência Desleal” vs. “Trade Dress” e/ou “Conjunto-Imagem” (visual do objeto, do produto, de sua exteriorização e do estabelecimento). São Paulo: Ed. do Autor, 2004.

leal, sob pena de multa. Deverá alterar a decoração interna e externa das lojas, mudar embalagens e deixar de usar know-how e dados confidenciais adquiridos durante o contrato de franquia.

A decisão implica também em mudar o ramo de atividade da loja. Segundo o advogado da Mr. Cat, Luiz Edgard Montaury Pimenta, do Montaury, Pimenta, Machado Lioce Advogados, o contrato de franquia continha uma cláusula de não-concorrência que obrigava a ex-franqueada a ficar um ano fora do ramo de calçados.

De acordo com Montaury Pimenta, a ex-franqueada praticou concorrência desleal ao se apropriar da propriedade visual da loja. A previsão não existe explicitamente na legislação de concorrência desleal, mas já há alguma jurisprudência sobre o assunto. A Mr. Cat possui outro precedente do gênero no Tribunal de Justiça de Goiás, contra uma loja que encerrou o contrato mas manteve-se em atividade com outro nome (TEIXEIRA apud BARBOSA, 2006, p. 29)<sup>39</sup>.

Outro exemplo de concorrência desleal através do *trade dress*, agora aplicado à embalagem de um produto, é o caso da Leite de Rosa x Leite de Flores (Imagem 17, p. 191). Brasileiro (2006) descreve o desdobramento da ação movida em face da violação:

Em recente decisão proferida pela 3ª Vara Cível da Comarca de Londrina, Paraná, a empresa KLD Indústria e Comércio de Cosméticos Ltda foi condenada a pagar indenização por danos materiais e morais à titular da famosa marca de desodorante Leite de Rosas, L.R Companhia Brasileira de Produtos de Higiene e Toucador.

A indenização, no valor de R\$ 168 mil, por danos patrimoniais, e mais R\$ 100 mil, por danos morais, resultou da comercialização do desodorante Leite de Flores, pela Ré, cuja embalagem imitava a combinação de cores e formato da conhecida embalagem rosa e branca do desodorante Leite de Rosas.

A decisão consagrou o entendimento de que, apesar de cores e suas denominações *per se* não serem passíveis de proteção, é possível a proteção e o registro como marca da combinação de cores, quando feita de forma peculiar e distintiva.

No caso em questão, o juiz entendeu que a combinação peculiar das cores rosa e branco, características da tradicional embalagem do desodorante Leite de Rosas, merece a proteção da Lei de Propriedade Industrial e que a utilização de embalagem semelhante por concorrente caracteriza ato ilícito.[...]

Esta decisão, muito embora ainda seja objeto de apelação em trâmite no Tribunal de Justiça do Paraná, demonstra a tendência da Justiça brasileira de aumentar o escopo de proteção à Propriedade Intelectual, com o reconhecimento de que a violação de marcas pode afetar gravemente a imagem da empresa no mercado. (BRAZILEIRO, 2006, p. 02)<sup>40</sup>.

<sup>39</sup> TEIXEIRA, Fernando. *Jornal Valor Econômico*, 14/06/05. In BARBOSA, Denis Borges. *O fator semiológico na construção do signo marcário*. Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Direito da UERJ, 2006, p. 29.

<sup>40</sup> BRAZILEIRO, Luana Letícia. *Violação de marca gera danos morais* [online]. Informativo Dannemann Siemsen, nº 14, de setembro de 2006. Disponível em: [http://www.dannemann.com.br/files/dsnews\\_200609\\_pt.pdf](http://www.dannemann.com.br/files/dsnews_200609_pt.pdf). Acesso em: 23 abr. 2009.

**Conjunto original****Trade Dress**

Imagem 17: Leite de Rosas x Leite de Flores.  
Fonte: adaptado de Pimenta & Amaral (2003)<sup>41</sup>.

Os mecanismos de proteção da produção intelectual por si não impedem a contrafação. Outras frentes mostram-se necessárias para tentar inibir a ação de terceiros não autorizados de se beneficiarem financeiramente com algo pelo qual não houve qualquer retribuição a quem de direito, pela titularidade do bem. Uma dessas frentes é a ação judicial, contudo há necessariamente o dispêndio financeiro e o risco de demora numa decisão para interromper o ato ou o acautelamento do fruto da ação ilegal. Outra é o acompanhamento constante do mercado, com o objetivo de interromper o mais imediatamente possível os efeitos da ação contrafatora.

Os mecanismos de resguardo do bem intelectual dependem de políticas públicas voltadas para uma ação coordenada dos agentes públicos que respondem pelo cumprimento da garantia tutelada pelo estado. A propriedade intelectual

<sup>41</sup> Op. cit.

tual, enquanto arcabouço jurídico, depende da efetiva implementação dos seus efeitos, sob pena de se transformar em “letra morta” ou de pouca efetividade. As ações judiciais têm um custo que nem sempre o titular do bem contrafeito tem condições de arcar, portanto o estímulo à criação e ao investimento em inovações pode ficar comprometido se o cenário de proteção mostrar-se incipiente.

Somente a reparação financeira pelo dano material causado pelo ato ilegal pode não promover a devida reparação, como também apresentar-se como forma eficiente de inibir a repetição do ato praticado. Todas as frentes de resguardo do direito do legítimo titular do bem criado envolvem o estado e a sociedade. O estado através dos seus agentes exercendo os mecanismos de inibição e coação das práticas contrárias ao direito vigente, e a sociedade, comprometida em preservar os legítimos titulares com práticas ajustadas com o estado de direito.

Pereira (2006) publicou um artigo na revista *Época* com o título “SOMOS TODOS PIRATAS”, no qual argumenta que “pelas regras de direitos autorais em vigor, quase todo internauta é um fora-da-lei. Afinal, o que está errado?” (PEREIRA, 2006, p. 64)<sup>42</sup>. Ilustra a extensão das ações de países estrangeiros sobre a violação de direitos da propriedade intelectual, com o seguinte trecho:

Pela lei, cada internauta que faz uma cópia não-autorizada pode ser punido. Nos Estados Unidos, mais de 10 mil já foram processados desde 2003. As multas chegaram a US\$ 30 mil para cada um. Na Inglaterra, pela primeira vez a indústria fonográfica, usando rastreadores de fluxo de dados, acionou judicialmente 90 cidadãos britânicos. Eles foram condenados em abril do ano passado a pagar multas equivalentes a R\$ 15 mil. Em novembro do ano passado, a Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI, em inglês) processou 2.100 cidadãos, de 16 países, como Alemanha, China e Argentina. As ações são movidas por advogados em cada um dos países envolvidos. Nenhum processo internacional atingiu usuários brasileiros. Ainda. Mas é difícil imaginar que a repressão dê cabo de uma prática tão difundida. Para que todos os 2,5 milhões de brasileiros que usam tecnologias que permitem cópias ilegais fossem detidos, seriam necessárias 350 penitenciárias com a capacidade do Carandiru. Se, como ocorreu na Inglaterra, cada um recebesse multas equivalentes a R\$ 15 mil, o governo arrecadaria R\$ 37,5 bilhões, valor equivalente ao lucro líquido somado dos cinco maiores bancos brasileiros nos últimos 11 anos, ou 2,2% do PIB. (p. 66)

A cultura da apropriação sem regramento passa necessariamente pela ausência do estado no seu papel de proteger o bem tutelado. Com ações mais efetivas, as práticas tendem a mudar ou reduzir, o que propicia as condições para a consolidação de um cenário para a criação de bens intelectuais mais seguro. A socialização da criação sem retribuição a quem de direito pode ser possível desde que voluntária, do contrário caracteriza uma expropriação forçada que não se coaduna com as relações legítimas entre a sociedade e os cida-

---

<sup>42</sup> PEREIRA, Rafael. *Somos todos piratas*. Revista *Época*, seção Comportamento. pp. 64-73, 06 de março de 2006. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/13152244/Somos-Todos-Piratas>. Acesso em: 27 ago. 2008.

dãos que criam tais bens. Contudo, há ações que têm demonstrado um desequilíbrio entre o que foi violado e o que se precisa reparar. O professor de Direito Lawrence Lessig, da Universidade de Stanford (EUA), que foi cofundador do *Creative Commons*, expõe:

Está cada vez mais impossível ter uma noção exata do que pode e do que não pode, e ao mesmo tempo, as penalidades por cruzar a linha da lei são incrivelmente pesadas. Os quatro estudantes que foram ameaçados pela RIAA (dos quais Jesse Jordan, citado no capítulo 3, foi apenas um) foram ameaçados com um processo de 98 bilhões de dólares por construírem mecanismos de busca que permitiam que músicas fossem copiadas. Mas a WorldCom — que fraudou os investidores em 11 bilhões de dólares, causando-lhes perdas em capitalização do mercado de mais de 200 bilhões de dólares — foi condenada a pagar indenizações de apenas 750 milhões de dólares. E segundo uma legislação que está tramitando no Congresso atualmente, um doutor que negligentemente remover a perna errada do paciente em uma operação não poderá ser obrigado a pagar mais do que 250 mil dólares em danos físicos e morais. O bom senso reconhece o absurdo aonde a multa que uma pessoa pode ser obrigada a pagar por baixar duas músicas da Internet é maior do que aquela que um doutor seria obrigado a pagar por mutilar negligentemente um paciente? (LESSING, 2004, p. 185)<sup>43</sup>

Um modo alternativo de exercício do direito autoral é o *Creative Commons*, conforme propõe Lawrence Lessig, que acredita que as leis de direito autoral precisam ser atualizadas para se ajustar às novas realidades. Embora proponha uma flexibilização do direito autoral, atualmente a prática se dá pela manifestação de vontade de quem cria em flexibilizar o exercício do seu direito, e não da liberdade de terceiros de copiar sem autorização. Pereira (2006)<sup>44</sup> ilustrou esta alternativa de direito, como se segue:

Para fortalecer a criatividade e garantir a livre troca de idéias, Lessig criou um sistema alternativo de remuneração de autores chamado Creative Commons. Substituiu a máxima “Todos os direitos reservados” por “Alguns direitos reservados”. No Creative Commons, o autor escolhe os limites de reprodução de sua obra. Quem produz uma música, por exemplo, pode oferecer o download gratuito da obra para os ouvintes comuns, mas exigir o pagamento de direitos para uso comercial em filmes, celulares ou games. Quem escreve um livro pode autorizar cópias xerográficas para estudantes ou downloads na internet, mas exigir o pagamento por exemplares impressos pela editora. Trata-se de uma adaptação da lei atual, de modo a aproximá-la da realidade e torná-la aplicável. Hoje, essa flexibilidade vem sendo usada com sucesso principalmente por artistas iniciantes, que aproveitam a internet para divulgar seu trabalho e, assim, ser descobertos. A maior inspiração para o Creative Commons foi o sistema operacional Linux, uma alternativa aos softwares comerciais desenvolvida pela colaboração de milhares de voluntários e distribuída livremente pela internet. Outro fenômeno regido pelas licenças do Creative Commons é a Wikipédia, hoje a maior enciclopédia do mundo, também desenvolvida livremente por legiões de colaboradores on-line. Já há 1,5 milhão de

<sup>43</sup> LESSING, Lawrence. *Cultura livre*. Tradução de Fábio Emilio Costa. 2004. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/7298619/culturalivre>. Acesso em: 29 abr. 2009.

<sup>44</sup> Op. cit.

músicas, filmes, livros e programas eletrônicos regidos pelas regras do Creative Commons. (PEREIRA, 2006, p. 72)

Porém, conciliar diversos interesses frente a um mercado paralelo que tem se beneficiado do trabalho alheio em proveito próprio, auferindo ganhos econômicos, e de outros que querem ter acesso à informação e à cultura sem o receio de incorrer em ilegalidade, envolve a participação de vários agentes sociais para que se possa atender minimamente aos impactos que a realidade atual tem imposto aos setores organizados do meio de produção. Exemplo desse impacto, Pereira (2006)<sup>45</sup> descreve:

O direito à propriedade intelectual garante a remuneração dos criadores de bens culturais e a geração de riqueza e empregos. A primeira lei de proteção ao direito do autor foi criada em 1791, na França, justamente para evitar o final trágico de gênios como Wolfgang Amadeus Mozart, que morria como indigente naquele ano, depois de compor 600 obras. Hoje, graças às leis que protegem a propriedade intelectual, Hollywood fatura US\$ 25 bilhões, e a vigorosa indústria cultural brasileira emprega 63 mil pessoas. São essas as maiores vítimas da pirataria digital. Estima-se que as cópias ilegais custem US\$ 50 bilhões no mundo todo e quase US\$ 1 bilhão no Brasil. Em 1999, o disco *As Quatro Estações*, de Sandy & Junior, vendeu 2,5 milhões de cópias. Quatro anos depois, a venda de CDs piratas nos camelôs e o MP3 derrubaram a tiragem do CD *Identidade* para apenas 400 mil. “Para manter a mesma estrutura de empregados e equipamentos, tivemos de fazer muito mais shows que antes e de investir em outros mercados, como o licenciamento de produtos com o nosso nome”, afirma Junior. (p. 67-68)

Na área do *Design*, uma notícia veiculada em jornal de cópia não autorizada de criação intelectual foi a das joias do *designer* Antônio Bernardo. O texto apresenta o caráter pioneiro da ação em se coibir de modo coordenado (judiciário e Ministério Público) e firme (com busca e apreensão) a violação de titularidade em propriedade intelectual (Imagem 18, p.195).

O resultado da atividade intelectual em *design* pode envolver tanto o direito autoral quanto o da propriedade industrial. Conhecer os impactos que cada uma dessas modalidades de proteção do trabalho intelectual, frente às variáveis de apropriação, produção e comercialização, pode contribuir para que o *designer* encontre a melhor forma de dispô-lo. Entender os tipos de riscos de apropriação indevida do bem criado pode auxiliar no estabelecimento de mecanismos que ao menos minimizem os efeitos de tais riscos sobre o patrimônio.

Atualmente há uma rapidez na circulação e disseminação das criações. Para o *designer* e para as empresas isto representa um campo fértil de trabalho, porém, com a redução de tempo para as suas realizações, pode gerar uma exaustão das capacidades criativas, por não haver tempo para a maturação de

---

<sup>45</sup> Op. cit.

novos repertórios. O trabalho em equipe talvez contribua para a diluição dos efeitos das expectativas por novas criações em tempo e frequência reduzidos.

O GLOBO

2ª edição • Quinta-feira, 17 de junho de 1999

## Ministério Público denuncia 6 pessoas acusadas de copiar o 'design' de jóias

Promotora aponta indícios de que houve prática do crime de direito autoral

Ronaldo Braga

• Pela primeira vez no país, a Justiça recebeu do Ministério Público quatro denúncias, contra seis pessoas, algumas delas proprietárias de empresas no Rio de Janeiro, acusadas de praticarem o crime de direito autoral — parágrafo 2º do Artigo 184 do Código Penal — por terem reproduzido, com a intenção de copiar (contrafação), os desenhos originais das jóias do *designer* Antônio Bernardo, da HB-Adornos. Radiante com o resultado de sua ação, o joalheiro afirmou que ela servirá para alertar outras pessoas, que continuam copiando trabalhos originais de desenhistas conhecidos. As denúncias foram apresentadas pela promotora Lilian Moreira Pinho na 16ª Vara Criminal.

O caso inédito começou há cerca de um ano, quando a Justiça do Rio ordenou busca e apreensão em joalherias da cidade. O *designer* Antônio Bernardo estava cansado de ver suas jóias copiadas pelos concorrentes há pelo menos cinco anos. A advogada do *designer* Ilcelene Bottari, en-

trou na Justiça e conseguiu um mandado de busca e apreensão do juiz Marcius da Costa Ferreira, da 16ª Vara Criminal. Policiais da Delegacia de Defraudações recolheram na época cerca de 60 peças de jóias semelhantes às de Antônio Bernardo, que estavam em três joalherias do bairro de Ipanema.

### Acusada guardava caixas de jóias em casa

Além de três joalherias, os policiais estiveram no apartamento de Maria Regina Mascarenhas Barbosa Florito, em Ipanema, onde a polícia encontrou várias caixas de jóias iguais às de Antônio Bernardo. Ela e Jaime Dias Machado são dois dos indiciados. As outras quatro pessoas são: Márcio Granatowicz, da empresa Granatti Jóias Confecções e Comércio Ltda; Israel Schamis, da empresa Clarice Presentes Ltda; Félix Chalom e Salvator Chalom, da empresa Amicci S.F.R. Bros Presentes Ltda.

O primeiro denunciado foi Jaime Dias Machado Junior, ourives profissional e que trabalhou por

cerca de dez anos nas oficinas de Antônio Bernardo. A polícia descobriu que, antes de acontecer as blitz nas joalherias, Jaime guardou na residência de Maria Regina, em Ipanema, várias caixas contendo anéis, pingentes e brincos, jóias copiadas de Antônio Bernardo. Maria Regina chegou a vender para Adriana Matilde um par de brincos por R\$ 510.

— Todas as peças fabricadas e negociadas pela empresa são protegidas pelo registro de direitos autorais junto à Escola Nacional de Belas Artes — disse o *designer* Antônio Bernardo, que afirmou que desde 1993 vinha percebendo que suas jóias estavam sendo copiadas por concorrentes.

Ele disse ainda que as empresas foram notificadas por ele sobre os acontecimentos. Apesar de ter enviado dezenas de notificações aos joalheiros, o *designer* não conseguiu evitar a proliferação de cópias. Ele e a advogada juntaram ao processo peças e notas fiscais que conseguiram comprando as cópias das jóias.

— Houve uma queda nas imitações aqui Rio. A ação está tendo

bons resultados. Vamos aguardar se haverá diminuição também em Porto Alegre, Recife e Brasília — disse Antônio Bernardo, que já está estudando uma ação cível.

Sobre a ação, a advogada Ilcelene Bottari explicou que o juiz da 26ª Vara Criminal ouvirá as testemunhas e que depois dará a decisão, que provavelmente será a pena mínima com exigências.

— Vai depender do juiz. É uma ação inédita e servirá para outras causas. A denúncia demorou quase um ano porque os laudos saíram agora e eram muitas jóias para serem periciadas — disse ela.

### Suíço é preso com 20 quilos em peças de ouro

A Polícia Federal prendeu no fim da tarde de ontem um suíço, no Aeroporto Internacional Tom Jobim, na Ilha do Governador. O suíço, cujo nome não foi divulgado chegou ao Rio no voo das 5h e tinha passagem de volta para as 14h30m. A polícia desconfiou e revistou a mala do turista, encontrando vinte quilos de ouro em peças e um colete preparado para levar drogas. ■

Imagem 18: Reportagem sobre contrafação em *design* de jóias.  
Fonte: Braga (1999)<sup>46</sup>.

Os mecanismos de proteção das criações intelectuais se mostram estratégicos para defesa de mercado e de valorização do bem criado. Para o *designer*, a visão sistêmica dos mecanismos de proteção e defesa das criações intelectuais possibilita a sua inserção na política de empresas que investem em inovação, assim como da gestão do *design* de modo mais amplo. O Quadro 29 (p. 196) a seguir apresenta algumas evidências empíricas quanto aos pontos vulneráveis que podem expor as criações intelectuais ao domínio público precoce-

<sup>46</sup> BRAGA, Ronaldo. *Ministério Público denuncia 6 pessoas acusadas de copiar o "design" de jóias: promotora aponta indícios de que houve prática do crime de direito autoral*. 2ª edição. Jornal O Globo. Rio de Janeiro: Jornal O Globo, 1999.

mente, ou a sua apropriação indevidamente, e indica as habilidades esperadas com o conhecimento de PI.

2 PROTEÇÃO E DEFESA		
Ações	Evidências empíricas	Ensino-aprendizagem (habilidades esperadas)
<b>PROTEÇÃO</b>		
	A maioria das criações não é protegida.	A proteção passa a ser considerada parte importante no resguardo e valorização do ativo intelectual.
<i>Controle</i>	Pouco controle sobre as informações e o resultado da criação por falta da cultura do sigilo e da correta indicação da autoria em documentos de patente ou registro de desenho industrial.	Melhor controle por conhecimento dos instrumentos de proteção, defesa e negociação dos resultados do trabalho intelectual. Gera segurança jurídica mínima ao processo de criação.
<i>Divulgação</i>	A maioria se dá através de exposição pública ou reservada, <i>papers</i> ou mídia sem as devidas salvaguardas (proteção ou termo de sigilo).	Passa a ter melhor controle sobre as informações que podem ser divulgadas sem comprometer o processo de proteção, cessão ou licenciamento. Gera segurança jurídica mínima ao processo de publicação.
<i>Titularidade</i>	Desconhecimento das regras que definem o titular de criação intelectual.	Conhecimento do regramento de titularidade reduz as incertezas e desconfiças, e as chances de apropriação indevida.
	Titularidade de criação intelectual fruto de orientação acadêmica em disciplinas de projeto.	Amadurece a discussão quanto a titularidade das criações orientadas em disciplinas de projeto passíveis de proteção.
<b>DEFESA</b>		
	Desconhecimento dos mecanismos de resguardo das criações intelectuais.	Preparo para o uso dos meios de defesa das criações intelectuais contra violações de direito de propriedade e de autoria.

Quadro 29: Evidências empíricas e habilidades esperadas para a proteção e defesa das criações intelectuais.

Fonte: do autor.

### 5.3 Negociação e Apropriação

Na cadeia de produção/consumo, o *design* é uma ferramenta estratégica de inserção de produtos no mercado através da criação como meio de estímulo ao consumo. O consumidor, como a ponta do processo de ganhos financeiros do

meio produtivo, satisfaz as suas necessidades (físicas, psicológicas, sociais, etc.) através, em parte, dos produtos tangibilizados<sup>47</sup>. O meio produtivo que se apropriou do bem intelectual criado, com vista a obter ganhos satisfazendo as necessidades do consumidor, realimenta o processo com a inserção de novas criações que visam estimular e manter o mecanismo de consumo. O *designer*, como um dos colaboradores do meio produtivo, cumpre o papel de viabilizar este mecanismo, dando as soluções criativas ajustadas às demandas do mercado.

Como o seu potencial criativo fica posicionado entre o consumidor e o meio produtivo, a empresa pode se apropriar do resultado do seu trabalho intelectual, quando *freelancer*, ou do ativo intelectual do *designer* (capacidade de criar), através da sua contratação como trabalhador permanente. Em ambos os casos, o profissional de *design* terá o resultado do seu trabalho contratado apropriado pela empresa de modo automático e sem outras retribuições financeiras, independentemente do ganho que esta possa ter com o trabalho realizado. O consumidor, na outra ponta do processo, tem as suas demandas por produto satisfeitas, de modo ajustado às suas necessidades, através de *design* sintonizado com elas.

O *designer*, por sua vez, busca satisfazer ambos (empresa e consumidor) sem, contudo, ter a gestão plena do resultado do seu trabalho intelectual, que, em última instância, é o verdadeiro patrimônio de que dispõe, mas a empresa se apropria por força da relação de trabalho que o *designer* pode manter com ela. Para o consumidor, esta relação de interesses não é aparente, porque o seu contato com o processo se dá na ponta, sem ater-se a quem e como cada um contribuiu para o resultado final do processo.

O profissional em *design* cumpre o papel de estabelecer a ponte entre as necessidades do consumidor e as de quem irá satisfazê-las (empresa), através da sua atividade criativa. Por meio do exercício da sua atividade profissional gera um bem imaterial de que pode dispor como bem lhe convier. Quando cria associado ou por encomenda do meio produtivo, este se apropria da sua criação e afasta o seu poder inicial de gestão sobre a própria produção intelectual.

Para o *designer* os meios de produção representam o caminho que se deve percorrer para alcançar o consumidor<sup>48</sup>. Quando não detém esses meios de produção, o seu trabalho fica condicionado a dar respostas às demandas daquele que a detém. A ruptura do ciclo que condiciona e conduz a realização

---

<sup>47</sup> Capítulo III, p. 61.

<sup>48</sup> Não está sendo considerado aqui os meios de distribuição que é outro também necessário para se alcançar o consumidor.

do trabalho do *designer* à satisfação das necessidades do consumidor não diretamente, mas através das empresas que as intermediam, pode promover um novo paradigma que possibilitaria ao profissional gerir a própria atividade de modo mais amplo, por exemplo, como um empreendedor.

O *designer* empreendedor promoveria os meios de viabilização da gestão da atividade sem estar atrelado aos regimes de relação de trabalhos com as empresas intermediadoras. A gestão do próprio ativo intelectual representaria um modo diverso dos modelos atualmente predominantes de apropriação por terceiros do trabalho realizado. Ou seja, os meios de produção passariam da figura de titular da criação encomendada ao *designer* para o contratado por este para produção da sua criação, tangibilizando o bem imaterial de titularidade do *designer* em produto.

Outra possibilidade é o licenciamento para que outros produzam e comercializem a criação, através de licenciamento exclusivo ou não. Neste caso, o *designer* continua a ter a gestão do resultado do seu trabalho intelectual, sem, contudo, ter que administrar a sua circulação econômica em face do mercado.

A compreensão das possibilidades de apropriação que o trabalho criativo do *designer* pode ter quando da sua relação com o meio de produção auxilia-na tomada de decisão sobre qual modo lhe será vantajoso do ponto de vista econômico ou estratégico. Quando as possibilidades não são conhecidas na sua plenitude, o profissional pode encontrar dificuldades em estabelecer outras relações de apropriação do seu trabalho, entregando-o a terceiros por força da própria relação de trabalho estabelecida. Contudo, as escolhas do melhor modo de dispor a criação dependerão de variáveis (ramo de negócio, tipo de produto, perfil empresarial, se há capital disponível, etc.) que nem sempre estão sob o controle do *designer*.

Embora a definição do modo de apropriação da criação, da sua produção e comercialização sejam fases relevantes, outra que se mostra importante e que pode comprometer o investimento, se não houver ações coordenadas para impedi-la ou restringi-la é a cópia ou a produção não autorizada por terceiros. O impacto das contrafações no produto das criações pode ser significativo, indo desde o aspecto financeiro até o comprometimento da imagem associada a ela, ou seja, há uma possibilidade de os prejuízos serem amplos e de difícil reparação se as defesas para resguardo das criações não forem promovidas.

O partilhamento da atividade criativa entre outros integrantes gera um resultado do trabalho intelectual de titularidade comum entre os seus componentes, o que impõe um processo de divisão desse resultado, porém a questão é

como determinar o *quantum* que caberá para cada integrante da equipe. Se há um controle mínimo do processo de criação, pode-se previamente se estabelecer o quantitativo, normalmente em percentual, para cada membro. Sem um controle mais preciso, faz-se o rateio igualmente de percentuais entre cada um. A legislação não estabelece nenhum critério e, em caso de litígio, judicialmente haverá a mesma dificuldade de se estabelecer o quantitativo para cada membro.

Seja o trabalho realizado individualmente ou em equipe (multidisciplinar ou não), seja na condição de empregado ou *freelancer*, seja como estagiário ou bolsista, seja como um empreendedor independente, o que há em comum entre todas estas possibilidades é a capacidade de criar do *designer*, que é a condição necessária para gerar trabalhos que respondam às necessidades da sociedade e, por consequência, ser capaz de gerir o resultado do próprio trabalho intelectual para poder dispor dele de modo mais ajustado aos próprios interesses.

Como o resultado do processo criativo representa o patrimônio que necessita de ações para o seu resguardo e proteção, seja durante ou após, ele pode ficar comprometido se informações dos atributos e características contidas no projeto se tornarem públicas antes de sua negociação ou implementação. A informação é uma característica estratégica para as empresas que objetivam inovar. E o *designer*, como integrante do processo de inovação, precisa se ajustar aos limites de divulgação de informações sob a sua responsabilidade. Desconsiderar tais limites pode comprometer o resultado final ou a sua implementação.

Outrossim, o desconhecimento das implicações, quando da realização de um trabalho para terceiros, afeta a capacidade de negociar o próprio trabalho e o seu resultado, pois este não se encerra apenas com a conclusão e entrega dos desenhos e modelos, as ações posteriores são de vital importância para a própria sobrevivência do bem criado e do investimento aplicado.

Novas capacitações podem se mostrar necessárias para o profissional de *design*, entre elas as que se relacionam com a propriedade intelectual. O seu trabalho tem características criativas, e estas, por sua natureza, se relacionam com aquela, o que estabelece um vínculo relevante para que esse conteúdo seja do conhecimento do *designer*.

O seu desconhecimento só contribui para uma gestão do ativo intelectual do criador em condições nem sempre favoráveis, pois outros modos de apropriação do bem intelectual deixam de ser considerados no processo de negociação do resultado do seu trabalho. E a sua não utilização como instrumento de

defesa do patrimônio intelectual contra a apropriação ou alteração indevida pode comprometer sobremaneira as características e o valor do bem criado.

Outro aspecto é que o resultado do trabalho intelectual do *designer* pode sofrer maneiras diferentes de apropriação de acordo com o tipo de relação profissional que mantenha com a pessoa para quem prestará o serviço profissional. A definição do titular da obra não é o último ato, ainda há os meios de proteção e de comercialização do bem criado. Dos meios de proteção anteriormente postos, o produto do trabalho intelectual do *designer* será vinculado ao DA ou a LPI.

Como no DA a proteção da criação intelectual se dá de modo automático (desde que atendidos os preceitos previstos na referida lei), o processo de negociação fica mais célere entre o momento da criação e a sua comercialização. Para as criações intelectuais relacionadas à LPI, porém, é preciso ater-se aos procedimentos formais para o pedido de proteção, pois sem este a criação cai em domínio público e o resultado de todo o investimento pode ser apropriado sem que quem detenha a titularidade possa afastar terceiros de usufruírem daquele.

Com base no trabalho de Silva (2008)<sup>49</sup>, a comercialização depende de diversos fatores que podem influenciar o resultado final do processo. São eles:

- a) A natureza dos atores envolvidos (público e privado – empresa, ICTs);
- b) A avaliação econômica
- c) Tipos de contrato (com ou sem exclusividade)
- d) Natureza da PI (patente, modelo de utilidade, etc.)
- e) Titularidade da PI (parceria)
- f) Estágio de Desenvolvimento (testes operacionais, homologação normas técnicas, etc.)
- g) Tipo de Inovação (radical/incremental)
- h) Facilidade de cópia (pirataria)
- i) Teste de Validação da Inovação (tecnologia emergente – riscos tecnológicos);
- j) Normas restritivas (tecnologia sujeita a regulamentação técnica) – ex.: impacto ambiental.
- h) Investimento para implementação da tecnologia (linha de produção, engenharia de produto, design, etc.)
- i) Demanda e tipo de Mercado (SILVA, 2008, p. 42-3)<sup>50</sup>.

Continua o autor indicando o que se deve observar quando da negociação:

- a) Natureza jurídica dos atores;
- b) Definições básicas do projeto de parcerias [sic]
- c) Sigilo e proteção à propriedade intelectual

<sup>49</sup> SILVA, Lourença Francisco da. *Gestão, Comercialização e Inovação*. In: Curso de Introdução aos conceitos de propriedade intelectual, gestão, comercialização e inovação. REPICT - Rede de Tecnologia do Rio de Janeiro, 24 a 26 de março de 2008 – RJ. Disponível em: [http://www.redetec.org.br/publique/media/repict\\_intro\\_conc\\_pi\\_gestao\\_comercializacao\\_inovacao\\_lourenca.pdf](http://www.redetec.org.br/publique/media/repict_intro_conc_pi_gestao_comercializacao_inovacao_lourenca.pdf). Acesso em: 23 abr. 2009.

<sup>50</sup> Op. cit.

- d) avaliação econômica e as formas de exploração dos resultados
- e) Divisão dos ganhos econômicos entre os atores, inclusive os referentes à premiação dos pesquisadores envolvidos no projeto
- (...)
- i) prazo do contrato
- j) territorialidade do mercado (regional, nacional, que países abrange, etc.)
- k) campo de aplicação (...)
- l) remuneração (SILVA, 2008, p. 44)<sup>51</sup>.

Já para as formas de pagamento, Silva indica as seguintes modalidades:

- a) lump-sum
- b) royalties
- c) downpayment + royalties
- d) royalties com pagamentos mínimos
- (...)
- (SILVA, 2008, p. 50)<sup>52</sup>.

A modalidade *lump-sum* é, em regra, a que prevalece quando se trata de criações oriundas de escritórios de *design* contratados ou de trabalhos de *freelancers*. É uma modalidade de retribuição que encerra o vínculo de trabalho com o pagamento integral do valor ajustado, dispensando outros cuidados futuros. Se o valor do pagamento é absorvível pelo contratante sem maiores impactos financeiros, é uma modalidade ágil e eficiente, contudo, caso contrário, a dificuldade de se dispor de recursos iniciais pode inviabilizar ou dificultar o negócio.

Nada impede, porém, que outras modalidades aqui apresentadas sejam firmadas para remuneração do trabalho criativo, principalmente quando envolverem recursos financeiros maiores. Um exemplo é o *down-payment* (sinal ou parcela inicial) conjugado com pagamentos de *royalties*, sendo este uma porcentagem (geralmente pré-fixada) obtida por quem licencia um produto ou tecnologia, calculada sobre o valor de custo por unidade fabricada, ou venda final (preço), ou lucros.

Podem ser conjugados também com algum tipo de pagamento mínimo, caso o valor dos *royalties* devido seja menor que este. A dificuldade, no caso, será a de auditar a prestação de contas da relação comercial que deve ser prevista em contrato.

O Quadro 30 (p. 202) apresenta essas formas de pagamentos descrevendo as vantagens e desvantagens de cada modalidade segundo Silva (2008)<sup>53</sup>.

---

<sup>51</sup> Op. cit.

<sup>52</sup> Op. cit.

<sup>53</sup> Op. cit.

FORMAS DE PAGAMENTO (Silva)			
Modalidade	Definição	Vantagens	Desvantagens
<b>Lump-sum</b>	Trata-se de um único pagamento no início do contrato.	Elimina riscos, garantindo o recebimento da quantia negociada. Dispensa auditorias.	Tende a afastar licenciados potenciais que não possuam o capital inicial necessário.
<b>Royalties</b>	Trata-se de pagamento definido normalmente em percentual e está atrelado à comercialização do bem licenciado (ex.: pode incidir sobre o valor de custo da venda de um determinado produto licenciado).	Facilita a aproximação do licenciado, pois não exige capital inicial além do necessário para desenvolver o produto. Aumenta os custos do licenciado. Divide os riscos com o licenciador. Indica a confiança do licenciador na tecnologia.	É de difícil audição.
<b>Down-payment + royalties</b>	Trata-se de uma forma mista entre os <i>royalties</i> puros e o <i>lump-sum</i> . Reúne e atenua as características de ambos sistemas.		
<b>Royalties com pagamentos mínimos</b>	Nessa modalidade, o licenciado tem que assegurar uma remuneração mínima para o licenciador. Essa estratégia pressiona o licenciado a colocar o produto no mercado.		

Quadro 30: Formas de pagamento.

Fonte: adaptado de Silva (2008, pp. 51-2 e 55).

A fase de negociação é delicada porque exige conhecimento e preparo. A busca pelo caminho mais simples de retribuição (*lump-sum*) do trabalho intelectual nem sempre significa o melhor negócio. É preciso estabelecer previamente as margens de negociação para compor um acordo que seja satisfatório para as partes envolvidas, pois a melhor negociação é aquela em que todos ganham (BURBRIDGE et al., 2006)<sup>54</sup>.

Ainda segundo Silva (2008)<sup>55</sup>, as taxas de *royalties* dependem principalmente de:

- ✓ do tipo de licença (exclusiva e não exclusiva)

<sup>54</sup> BURBRIDGE, R. Marc et al. *Gestão de Negociação*. São Paulo: Saraiva, 2006.

<sup>55</sup> Op. cit.

- ✓ da abrangência do mercado
- ✓ dos custos de produção e colocação no mercado
- ✓ do campo de uso
- ✓ das relações comerciais entre as partes
- ✓ da competitividade do segmento de mercado
- ✓ do tipo de tecnologia e estágio de desenvolvimento
- ✓ do preço líquido de venda (SILVA, 2008, p. 53-4)<sup>56</sup>.

No âmbito público, a gestão e comercialização normalmente se baseiam em lei ou normas administrativas. A Lei de Inovação<sup>57</sup> estabelece como limite máximo de participação do autor nos ganhos econômicos até 1/3:

Art. 13. É assegurada ao criador participação **mínima de cinco por cento e máxima de um terço** nos ganhos econômicos, auferidos pela ICT, resultantes de contratos de transferência de tecnologia e de licenciamento para outorga de direito de uso ou de exploração de criação protegida da qual tenha sido o inventor, obtentor ou autor, aplicando-se, no que couber, o disposto no parágrafo único do art. 93 da Lei no 9.279, de 1996 (Brasil, 2004). (Grifos nossos).

Já o CNPq baixou uma Resolução Normativa (RN-013/2008)<sup>58</sup> em que estabelece que a propriedade da produção intelectual nos projetos que financia, a titularidade passa a ser da instituição em que a pesquisa foi realizada e o CNPq fica com até 3% dos ganhos econômicos obtidos com a comercialização do bem criado (itens 3, 3.1 e 3.2).

A comercialização da criação do *designer* poderá apresentar vários contornos dependendo da relação de trabalho e de como se deu o resultado da criação. Observa-se que as relações entre criação, titularidade e comercialização apresentam diversas possibilidades de interação que impõem ao profissional conhecer estes entrelaçamentos, para que possa compreender qual extensão apresentará todo o processo.

As modalidades de retribuição pelos ganhos econômicos da criação também são outro fator importante para definição das estratégias de negociação, muitas vezes, antes mesmo do início da atividade, objetivando o melhor ganho pelo trabalho realizado.

Há ainda as possibilidades de interação com outros profissionais da mesma ou de outras áreas, dentro ou fora da empresa. A esta variedade de situações de vínculo entre um *designer* e uma empresa, que pode se dar através de um setor específico interno, através de escritórios de *design* contratado ou *freelancer*, ou até mesmo misto (BORJA DE MAZOTA, 2003), soma-se a possibilidade de outras pessoas participarem do processo, sejam *designers* ou não.

---

<sup>56</sup> Op. cit.

<sup>57</sup> Lei 10.973, de 2 de dezembro de 2004.

<sup>58</sup> Disponível no site: <http://www.cnpq.br/web/guest/normas>.

Essas interações impõem uma gestão de interesses antes mesmo do início do processo, para evitar futuros litígios por falta de clareza de qual percentual de titularidade cabe a cada um.

Por fim, há as interações com os órgãos públicos em que a titularidade e comercialização podem vir a ter características próprias, por eles nem sempre terem a liberdade de contratação que tem a iniciativa privada. São normas específicas que se somam às normas gerais da propriedade intelectual e a que o *designer* precisará se sujeitar.

Ter uma visão panorâmica do processo põe o *designer* numa situação favorável para negociar o resultado do seu trabalho intelectual, porém, riscos sempre haverá em qualquer negócio. O conhecimento, neste caso, serve para reduzir, dentro do possível, estes riscos.

Na formação acadêmica há uma preocupação com a qualificação no processo projetivo, em que às vezes o conteúdo específico que qualifica para tornar o *designer* capaz de traduzir o trabalho intelectual em ganho financeiro é pouco ou nem trabalhado. Só ser capaz de projetar muito bem não representa o fim do processo, também é preciso geri-lo antes, durante e depois de sua efetiva implementação no mercado.

Os conteúdos relacionados à propriedade intelectual têm alcances além dos aspectos específicos de proteção das criações intelectuais. Vão desde a informação como fonte de projeção e de tomada de decisão estratégica até a sua negociação final. São alcances diversos que o conhecimento de PI pode colaborar para o aperfeiçoamento de ações nestes espaços de interação. A PI, no caso, tem um papel importante na instrumentalização do profissional de criação intelectual, pois ela oferece os meios e modos de se alcançar resultados até então desconhecidos na área do *Design*. Ou seja, a propriedade intelectual é um conhecimento que pode contribuir para a práxis do *designer*, instrumentalizando-o para a “utilização na resolução de problemas específicos e práticos” (BOMFIM, 1994, p. 17)<sup>59</sup>.

Na formação acadêmica em *Design*, sair do discurso jurídico para um diálogo ao alcance de um público focado no projeto requer ajustamentos que são naturais quando duas áreas tão distintas se aproximam, evitando a “falta de uma linguagem comum, que permita o trânsito de conhecimentos entre diferentes áreas do saber e possa substituir a mera adição enciclopédica de informações por uma teoria ‘conciliadora’ do design” (BOMFIM, 1994, p. 17)<sup>60</sup>.

---

<sup>59</sup> Op. cit.

<sup>60</sup> Op. cit.

O Quadro 31 apresenta as evidências empíricas e respectivas habilidades esperadas com o ensino-aprendizagem de PI.

3 NEGOCIAÇÃO E APROPRIAÇÃO		
Ações	Evidências empíricas	Ensino-aprendizagem (habilidades esperadas)
<b>NEGOCIAÇÃO</b>		
	Pouco conhecimento dos mecanismos e de prática de negociação das criações intelectuais.	Preparo para negociar as criações intelectuais.
<i>Retribuição</i>	Desconhecimento das várias formas de pagamento de trabalho intelectual. A forma usual é a do pagamento de valor único, mesmo que parcelado.	Preparo para negociar criações intelectuais através de diversas formas de pagamento, ampliando o leque de possibilidades na obtenção de resultados positivos no processo de negociação.
<b>APROPRIAÇÃO</b>		
	Desconhecimento dos modos de apropriação por força da relação de trabalho	Conhecimento dos mecanismos de apropriação da criação por força de relação de trabalho.
<i>Licença</i>	Pouco conhecimento dos instrumentos de licenciamento, averbação de contrato.	Utilização de licenciamentos de criações intelectuais.
<i>Cessão</i>	Pouco conhecimento do instrumento de cessão e da extensão do contrato de trabalho ou prestação de serviço sobre a criação.	Utilização do instrumento de cessão para promover a transferência de titularidade da criação protegida, ou através de contrato de trabalho ou prestação de serviço.

Quadro 31: Evidências empíricas e habilidades esperadas para a negociação e apropriação das criações intelectuais.

Fonte: do autor.

Os espaços de interações entre *Design* e a propriedade intelectual até aqui apresentados, quais sejam, *coleta e análise de dados*, *proteção e defesa*, e *negociação e apropriação*, são conteúdos de PI de caráter instrumental que podem contribuir para a resolução de problemas específicos e práticos em *design*, contudo, as habilidades esperadas dependem do ensino-aprendizagem de conteúdos de PI que respondam adequadamente aos problemas que nas evidências empíricas são apresentados.

## 5.4 Novas competências

Este campo de interação trata de outras possibilidades de atuação profissional de *designers* em atividades que requerem conhecimento de PI, mas que não afasta a sua formação primária.

Para delimitar o alcance de competência neste espaço de interação, temos Isabel Dias (2010)<sup>61</sup>, que aborda conceito e significado, assim:

Em situação de ensino/aprendizagem, o indivíduo aprende a identificar e a descobrir conhecimentos, a mobilizá-los de forma contextualizada. Ser competente não é realizar uma mera assimilação de conhecimentos suplementares, gerais ou locais, mas sim, compreende a construção de esquemas que permitem mobilizar conhecimentos na situação certa e com discernimento. A partir da formação de uma decisão ou procura de informação pertinentes, estes esquemas de percepção, pensamento, avaliação e acção suportam interferências, antecipações, generalizações e apreciações de probabilidades. Ao construir competências considera-se o contexto de aprendizagem, a implicação do sujeito na tomada de decisão, a resolução de situações problemáticas e o próprio processo de construção de conhecimento.

Uma abordagem por competências defende que o sujeito constrói os seus próprios saberes, numa interacção afectiva que possibilita o aprender a aprender.

Em contexto educativo, com os outros, o sujeito (re)descobre, (re)inventa novas possibilidades de acção que lhe permitem situar-se crítica e autonomamente na sociedade actual (DIAS, 2010, p. 77).

Neste caminho de (re)descoberta de competências, o conhecimento de propriedade intelectual possibilita que novos campos de atuação se abram para a atuação de *designers* em âmbito judicial ou administrativo. No judicial, pode atuar como perito do juízo, como assistente ou emitindo parecer para uma das partes litigantes; no administrativo, como avaliador integrante da carreira do INPI ou como agente da propriedade industrial, que atua cuidando dos processos junto ao INPI como procurador da parte solicitante.

Para todas elas, o conhecimento de PI será necessário e, com exceção do agente de propriedade industrial, o conhecimento de *design* também. Para este, o conhecimento de *design* pode ser útil na avaliação do objeto criativo quanto ao mérito do projeto, contudo, esta foge à atividade do agente. Para o seu exercício, é preciso que se faça uma prova junto ao INPI, que é o órgão que credencia os agentes para atuarem como procuradores junto a ele.

Para o *designer* atuar como perito de um juízo é necessário ter algum conhecimento em procedimentos judiciais, pois o perito precisa agir junto ao cartório, encaminhar documentos e o laudo final ao juiz. São procedimentos estabe-

---

<sup>61</sup> DIAS, Isabel Simões. *Competências em educação: conceito e significado pedagógico*. Psicol. Esc. Educ. (Impr.) [online]. 2010, vol. 14, n. 1, pp. 73-78. ISSN 1413-8557. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-85572010000100008>. Acesso em: 20 set. 2012.

lecidos em normas de direito processual, além das práticas próprias das atividades judiciais.

O perito é pessoa auxiliar da justiça<sup>62</sup> e de confiança do juiz. Precisa ter conhecimento técnico na área a ser periciada. Como a profissão de *designer* não é regulamentada, portanto, sem órgãos de classe, os §§ 1º e 2º, do art. 145 do Código de Processo Civil (CPC)<sup>63</sup> não se aplicam a este profissional:

Art. 145. Quando a prova do fato depender de conhecimento técnico ou científico, o juiz será assistido por perito, segundo o disposto no art. 421.

§ 1º Os peritos serão escolhidos entre profissionais de nível universitário, devidamente inscritos no órgão de classe competente, respeitado o disposto no Capítulo VI, seção VII, deste Código.

§ 2º Os peritos comprovarão sua especialidade na matéria sobre que deverão opinar, mediante certidão do órgão profissional em que estiverem inscritos.

§ 3º Nas localidades onde não houver profissionais qualificados que preencham os requisitos dos parágrafos anteriores, a indicação dos peritos será de livre escolha do juiz.

Art. 146. O perito tem o dever de cumprir o ofício, no prazo que lhe assina a lei, empregando toda a sua diligência; pode, todavia, escusar-se do encargo alegando motivo legítimo.

(...)

Art. 147. O perito que, por dolo ou culpa, prestar informações inverídicas, responderá pelos prejuízos que causar à parte, ficará inabilitado, por 2 (dois) anos, a funcionar em outras perícias e incorrerá na sanção que a lei penal estabelecer.

No agravo de instrumento<sup>64</sup> em que foi relatora a Desembargadora Federal Liliane Roriz, é assim apresentado a atribuição do perito:

A perícia se consubstancia em meio de prova destinado a trazer aos autos elementos de convicção dependentes de conhecimento técnico não possuído pelo Juiz.

Nesse sentido, o perito é o auxiliar da justiça, nomeado por força da confiança do Juiz da causa, dotado de conhecimento técnico especializado, para auxiliá-lo na elucidação dos fatos que estão sob o seu julgamento (TRF, 2ª Região, Agravo de instrumento nº 2007.02.01.000118-0, Segunda Turma, 29/05/2007).

Numa ação de contrafação de *design*, o juiz não é obrigado a nomear perito com esta formação específica, visto a profissão não ser regulamentada, pois as que são, por força de lei, não podem ser exercidas por outros profissionais.

<sup>62</sup> Art. 139, da Lei 5.869 de 11/01/73 – Código de Processo Civil (CPC).

<sup>63</sup> BRASIL. Lei nº 5.869, de 11 de janeiro de 1973. Código de Processo Civil.

<sup>64</sup> Agravo de instrumento é um recurso civil interposto contra decisão denegatória de algum pedido das partes.

Assim, pode acontecer de laudos periciais envolvendo litígios relacionados a aspectos do *design* do objeto serem realizados por peritos não *designers*.

Um exemplo de perícia exercida por *designer* foi a do processo envolvendo imitação do leiaute de rótulo de embalagem<sup>65</sup> (Imagem 19, p. 209). O juiz, neste caso, decidiu que a prova pericial técnica deveria “ser realizada por profissional com habilitação específica em desenho industrial” (decisão interlocutória, p. 281), com o objetivo de identificar se há “semelhança entre o produto industrializado e comercializado pela ré e aquele cuja marca industrial é de propriedade da autora” (despacho saneador, p. 281).

O laudo pericial concluiu que:

1- Da análise dos elementos constitutivos da marca mista registrada pela autora em confronto com os elementos utilizados no projeto gráfico do rótulo da ré, destaca-se a **colidência parcial**, prevalecendo diferença na parte nominativa e no fechamento da moldura.

2- Da análise dos outros elementos gráficos, a **colidência é total**, apesar da diferença de cor no “campo de informação ao usuário” descrita em espanhol, pois este se encontra na parte posterior da embalagem e, quando o produto é exposto, o consumidor não tem qualquer visão desta área, prevalecendo, sim, a parte frontal. A diferença no modo de dispor e da localização do termo “não tóxico” também não tem força gráfica suficiente para reduzir a colidência.

3- Os projetos gráficos dos rótulos examinados promovem **risco de confusão** ao consumidor em geral, por conta das semelhanças entre os diversos elementos gráficos que os constituem, possibilitando que um possa ser tomado pelo outro ou que haja identidade de proveniência entre os produtos.

Após a conclusão, responde aos quesitos (perguntas) postos pelas partes (autor e réu) no processo. Com a entrega do laudo pelo perito, é requerido ao juiz o levantamento da quantia depositada referente aos seus honorários anteriormente pagos pela parte que requereu a prova pericial. Se quem pagou inicialmente obtém decisão favorável até o final do litígio, os valores recolhidos serão cobrados da parte perdedora. Caso seja parcial, os valores serão divididos e, se desfavorável, arca sozinho com os honorários do perito do juízo. Após a entrega do laudo, e não havendo mais nenhuma questão a ser respondida pelo perito, dá-se por encerrada a sua atividade nos autos.

---

<sup>65</sup> Processo nº 2002.021.012744-6, Comarca de Duque de Caxias, 4ª Vara Cível.



Imagem 19: Laudo pericial (imagens 08 a 10).  
 Fonte: adaptado de Backx (2006, p. 337)<sup>66</sup>.

As partes que integram o processo (autor e réu) podem nomear peritos próprios para atuarem no processo como assistentes. Estes, por sua vez, tam-

<sup>66</sup> BACKX, Hugo B. *Laudo pericial*. Rio de Janeiro, Tribunal do Estado do Rio de Janeiro, Quarta Vara Cível da Comarca de Duque de Caxias, processo nº 2002.021.012744-6, 2006, p. 318-39.

bém emitem laudos e definem os quesitos que deverão ser respondidos pelo perito do juízo. A remuneração destes é de responsabilidade unicamente de quem os contrata. Como o *designer* pode atuar como perito de algum juízo, nada o impede de atuar como assistente de alguma das partes em processo de contrafação de *design*. Contudo, enquanto perito de juízo, não deve exercer este múnus se entre as partes envolvidas no processo houver quem já o tenha contratado como assistente em outro processo, pois pode incorrer em suspeição por vínculo anterior com uma das partes.

O *designer* também pode atuar emitindo pareceres a respeito de contrafação de *design*, que podem ser anexados ao processo pela parte que o contratou. Neste caso, o parecerista não participa do processo diretamente, como ocorre com o assistente técnico indicado pela parte e o perito nomeado pelo juízo (arts. 421 e 427 do CPC):

Art. 421. O juiz nomeará o **perito**, fixando de imediato o prazo para a entrega do laudo.

§ 1º Incumbe às partes, dentro em 5 (cinco) dias, contados da intimação do despacho de nomeação do perito:

I - indicar o **assistente técnico**;

II - apresentar quesitos.  
(...)

Art. 427. O juiz poderá dispensar prova pericial quando as partes, na inicial e na contestação, apresentarem sobre as questões de fato **pareceres técnicos** ou documentos elucidativos que considerar suficientes (BRASIL, 1973). (Grifos nossos).

O perito e o assistente técnico podem utilizar todos os meios necessários para alcançar o melhor resultado na atividade (art. 429, CPC):

Art. 429. Para o desempenho de sua função, podem o **perito** e os **assistentes técnicos** utilizar-se de todos os meios necessários, ouvindo testemunhas, obtendo informações, solicitando documentos que estejam em poder de parte ou em repartições públicas, bem como instruir o laudo com plantas, desenhos, fotografias e outras quaisquer peças (BRASIL, 1973). (Grifos nossos).

Assim, no âmbito judicial, o *designer* pode atuar em três atividades distintas: perito, assistente técnico e parecerista. Para os dois primeiros, será preciso conhecer as práxis que envolvem processos judiciais, pois a atuação se dá por seu intermédio. Como parecerista, não é necessário este conhecimento, pois a sua atuação limita-se à parte que lhe contratou, sem qualquer ação direta no processo.

Outra forma de atuação do *designer* relacionada com a propriedade intelectual é a administrativa. Neste caso, pode-se dar como Pesquisador em Propriedade Industrial ou Agente de Propriedade Industrial. Como pesquisador, será na condição de servidor público, através de concurso público realizado pelo INPI. No seu último concurso, foram abertas duas vagas específicas para desenhistas industriais<sup>67</sup>. Como Agente da Propriedade Industrial, atuará como procurador junto ao INPI. No sítio do órgão<sup>68</sup> é assim descrito a função do agente:

O Agente da Propriedade Industrial é o profissional autônomo sem vínculo funcional com o INPI ou pessoa jurídica devidamente habilitada perante o Instituto Nacional da Propriedade Industrial que representa as partes interessadas na proteção de direitos da Propriedade Industrial, sendo um profissional que reúne conhecimentos técnicos e/ ou jurídicos na área de Marcas, Patentes e demais assuntos ligados à Propriedade Industrial (INPI).

Também constitui condição para o exercício das funções de Agente da Propriedade Industrial a aprovação em exame público, a fim de comprovar sua capacitação técnica-profissional<sup>69</sup>. Com a aprovação, o candidato será habilitado para atuar junto ao órgão, tratando de interesses de terceiros no âmbito administrativo.

Nesta atividade, o conhecimento de *Design* é prescindível, todavia, para o *designer* pode ser uma possibilidade de atuação profissional em que o conhecimento na área pode possibilitá-lo orientar o cliente também quanto a aspectos do *design* do objeto criativo a ser protegido.

O Quadro 32 (p. 212) apresenta as evidências empíricas e respectivas habilitações esperadas com o ensino-aprendizagem de PI no que tange ao exercício de novas competências pelo *designer*.

---

<sup>67</sup> Edital n.º 01, de 30 de outubro de 2008, publicado no Diário Oficial da União em 31 de outubro de 2008. Retificado pelo Edital n.º 02, de 12 de novembro de 2008, publicado no Diário Oficial da União em 13 de novembro de 2008, p. 151.

<sup>68</sup> [http://pesquisa.inpi.gov.br/como\\_atuar/agente/quem\\_pode.htm](http://pesquisa.inpi.gov.br/como_atuar/agente/quem_pode.htm). Acesso: 28 set. 2012.

<sup>69</sup> Art. 2º, da Resolução 194/2008, do INPI.

## 4 NOVAS COMPETÊNCIAS

Áreas	Evidências empíricas	Ensino-aprendizagem (habilidades esperadas)
<b>JUDICIAL</b>		
<i>Perito</i>	Há profissionais de <i>design</i> que atuam como perito judicial. Porém um número ainda considerável é de profissionais de outras áreas (arquitetura, engenharia, direito) que emitem parecer sobre contrafação em litígios que envolvem o <i>design</i> .	<i>Designers</i> aptos ao exercício da perícia judicial para que o judiciário os tenha como colaboradores qualificados nas soluções das demandas de violação de <i>design</i> .
<i>Assistente</i>	Não há registro de profissionais de <i>design</i> atuando como assistente técnico das partes.	<i>Designers</i> aptos ao exercício da assistência judicial das partes para as demandas de violação de <i>design</i> .
<i>Parecerista</i>	Alguns poucos já emitem parecer técnico em relação a litígios que envolvam contrafação de <i>design</i> . Profissionais de outras áreas também emitem.	<i>Designers</i> aptos ao exercício de parecerista técnico das partes para as demandas de violação de <i>design</i> .
<b>OUTRAS</b>		
<i>INPI</i>	Alguns profissionais com formação em <i>design</i> atuam no instituto, principalmente como avaliador de marcas e de desenho industrial.	O conhecimento de <i>Design</i> e propriedade industrial torna o profissional qualificado para o exercício dessa atividade
<i>Agente da Propriedad e Industrial</i>	Não há indicação que haja profissionais com formação em <i>Design</i> atuando neste campo.	Idem.

Quadro 32: Evidências empíricas e habilidades esperadas para o exercício de novas competências em propriedade intelectual.

Fonte: do autor.

Através do conhecimento de propriedade intelectual, o *designer* pode integrar em diversos espaços até então desconhecidos da sua realidade de atuação, ampliando a sua visão dos vínculos e interações possíveis entre o *Design* e a PI em diversas frentes, como: (i) a possibilidade de coleta e análise de dados contidos em documentos de patentes e registros, auxiliando-o no desenvolvimento de projeto ou na tomada de decisão estratégica; (ii) da proteção e defesa das criações intelectuais; (iii) dos meios e modos de negociação e apropriação do bem criado; e (iv) do exercício de novas competências relacionadas com a propriedade intelectual.

Os campos de interações aqui apresentados condicionam o melhor aproveitamento dos recursos ali disponíveis ao conhecimento de PI. Sem este

conhecimento ou obtido de modo limitado, as possibilidades de interação ficam reduzidas. É um conhecimento que pode conduzir o *designer* para além da simples proteção de uma criação intelectual, tornando-o um gestor pleno de todo o processo que envolve suas criações. Os campos de interação aqui apresentados já indicam a amplitude do tema, e com outros estudos poder-se-ia identificar outras dimensões dos seus alcances.