

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

DEPARTAMENTO DE DESIGN

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM *DESIGN*

**AS (IM)POSSIBILIDADES DA PROTEÇÃO LEGAL AO *DESIGN*
NO BRASIL CONTEMPORÂNEO**

TESE DE DOUTORADO

Renata Gontijo Sant'Anna Silva Martins

Recife, fevereiro 2014



Renata Gontijo Sant'Anna Silva Martins

**AS (IM)POSSIBILIDADES DA PROTEÇÃO LEGAL AO DESIGN
NO BRASIL CONTEMPORÂNEO**

Tese de Doutorado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em Design
da Universidade Federal de Pernambuco
como requisito para obtenção do grau de
Doutor em Design

Orientadora: Prof^a Dr^a Vilma Villarouco

Recife, 27 de fevereiro de 2014



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA DE DEFESA DE
TESE DE DOUTORADO ACADÊMICO DE

RENATA GONTIJO SANT'ANNA SILVA MARTINS

"As (im)possibilidades da proteção legal ao design no Brasil contemporâneo"

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: DESIGN E ERGONOMIA

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob presidência do primeiro considera a candidata **RENATA GONTIJO SANT'ANNA SILVA MARTINS**

APROVADA

Recife, 27 de fevereiro de 2014

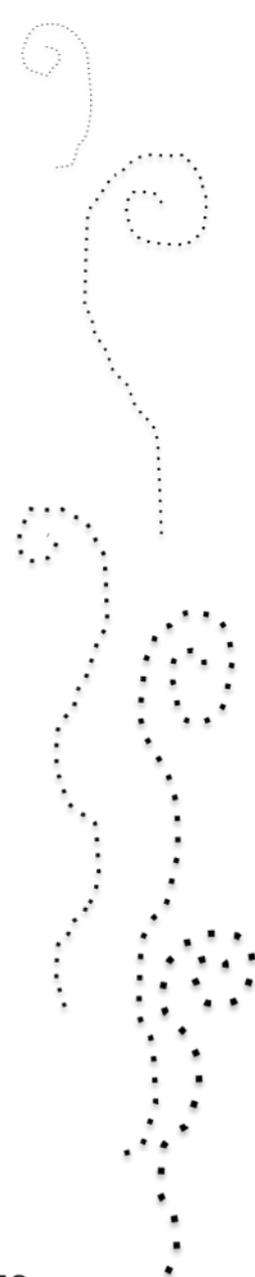
Prof^a. Dr^a. Virgínia Cavalcanti (UFPE)

Prof^a. Dr^a. Eugênia Barza (CCJ/UFPE)

Prof^a. Dr^a Laura Martins (UFPE)

Prof. Dr. Fábio Campos (UFPE)

Prof^a. Dr^a. Cláudia Mont'Alvão (PUC/RIO)



... é feijão no fogo

AGRADECIMENTOS

"Até hoje não sei dizer se ele era um mago, um médico ou um monstro. Só sei que de mansinho se aproximou e entregou para a princesinha a única coisa que ela realmente queria naquele momento: um caderno todinho em branco e uma caneta bic novinha!"

(autor desconhecido, da internet)

Agradeço a todos que de uma maneira ou de outra mantiveram meu estoque de cadernos em branco e canetas bic sempre bem abastecido:

Tó, Rafael e Luiza, pelo jogo de canetinhas hidrocor com tinta permanente.

Minha mãe, irmãs e toda família tro-lo-ló, pelas caixas e caixas de fita adesiva

Minha orientadora, Prof^a Vilma, pela disponibilidade em emprestar a sua borracha, quando eu não tinha a menor noção de onde estaria a minha.

Meus professores da UFPE que, por encherem minha cabeça de idéias tão geniais, me fizeram a maior consumidora de cadernos em branco e canetas bic de Recife.

À Virginia e à Ana Maria, pelo super-poder de receberem minhas canetas defeituosas e transforma-las em bic escrita fina ultra gold!

Aos colegas de turma, pelo maracatu no meu clube da esquina.

À família da Eduelpha e Cia Ltda, sem palavras... Obrigada é pouco!

Aos amigos reais, virtuais e transcendentes, véi... na boa... valeu!

À Andrea... oh Andréa... o que seria dessa casa sem você...

E, finalmente, para fechar com chave de ouro, agradeço imensamente à Nossa-Senhora e Meu-Deus-do-Céu, as palavrinhas mais faladas, lembradas e clamadas nesse trajeto.

Ah! E tem o meu pai também, uai, que até agora não entendeu porque eu tive que buscar cadernos tão longe... Pronto, pai! Já acabei esse trem!

RESUMO

No Brasil, os direitos inerentes a certos bens incorpóreos ou imateriais, constituem direitos tão reais e patrimoniais quanto os aplicáveis aos bens corpóreos ou materiais e são objeto de um ramo do Direito chamado Propriedade Intelectual. Versa esta investigação sobre a impossibilidade da legislação nacional vigente proteger, através do registro de desenho industrial, em sua integridade, todos artefatos desenvolvidos através de uma metodologia de Design. Pela revisão de literatura foi detectado que esta seria a única forma de tutela à configuração ornamental de um artefato industrial, porém a análise de 206 artefatos de design mostrou que a legislação, apesar de possibilidade de fazer uso também da patente de invenção e de modelo de utilidade, além do registro de marca e uso dos direitos de autor para proteger o design brasileiro contemporâneo, ainda assim não consegue tutelar toda a produção nacional. À sugestão de mudança na legislação junta-se a indicação de maneiras alternativas para proteção do design brasileiro contemporâneo a fim de que se consiga reduzir o descompasso existente entre o que o designer faz e o que, efetivamente, a lei protege.

Palavras-chave: *propriedade industrial, design, desatualização da lei*

ABSTRACT

In Brazil, the rights attached to some incorporeal or immaterial assets, are rights so actual and patrimonial as those applicable to corporal or material goods and are subjects of the Law branch called Intellectual Property. Comes this investigation about the impossibility of national legislation to protect, by of industrial design registration, in its entirety, all artefacts developed by a Design methodology. Forth the literature review it was detected that this would be the only way to protection for the ornamental configuration for the industrial artefact, however the analysis of 206 design artefacts showed that the legislation, although also able to make use of the patent of invention and of the model of utility, beyond the registration of trademark and the use of right of author for protect the brazilian contemporary design, still can not protect all national production. At the suggestion of change in legislation joins the indication of alternative ways to protect the brazilian contemporary design to can reduce the gap between what the designer does and what the law protect actually

Keywords: *industrial property, legal protection, law enforcement gaps, design*

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	11
LISTA DE QUADROS	13
LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS	14
1 UMA APRESENTAÇÃO, VÁRIOS TERRITÓRIOS	16
1.1 Considerações iniciais	17
1.2 Considerações particulares	17
1.3 Estrutura da tese	19
2 O CAMINHO PERCORRIDO	20
2.1 Problema	24
2.2 Pergunta	25
2.3 Hipótese	26
2.4 Objetivo principal	27
2.5 Contribuição	27
2.6 Objetivos específicos	28
2.7 Justificativa	29
2.8 Metodologia	35
3 O DIREITO	56
3.1 As coisas, os bens e o valor	58
3.2 A propriedade	61
3.3. A Propriedade Intelectual	60
3.4 A Propriedade Industrial	64
3.4.1 Invenção	66
3.4.2 Modelo de Utilidade	70
3.4.3 Desenho Industrial	72
3.4.4 Marca	74
3.4.5 Indicação Geográfica	78
3.4.6 Segredo de Indústria e Repressão à Concorrência Desleal	78
3.5 Proteção Sui Generis	80
3.5.1 Cultivares	80

3.5.2 Topografia de Circuito Integrado	80
3.6 Conhecimentos Tradicionais	80
3.7 O Direito Autoral	81
3.7.1 Direito de Autor	82
3.7.2 Direitos Conexos	86
3.7.3 Programa de Computador	86
4 O DESIGN	88
4.1 Construindo um conceito	88
4.2 Design ou Desenho Industrial?	92
4.3 O vasto campo de atuação do designer	93
4.4 As categorias do design no Brasil contemporâneo	94
4.5 Sobre a metodologia de design	99
5 O ARTEFATO	101
5.1 Corpo, coisa, objeto, produto: artefato?	103
5.2 O artefato contemporâneo desenvolvido através de metodologia de design	105
5.3 O artefato brasileiro de design	108
5.4 As tipologias do artefato de design no Brasil contemporâneo	112
6 A PROTEÇÃO LEGAL DO ARTEFATO DE DESIGN	120
6.1 Particularidades sobre a proteção legal do design no mundo	120
6.2 A proteção legal do design no Brasil	124
CONSIDERAÇÕES FINAIS	133
Sugestões para futuros discentes	134
REFERÊNCIAS	135
ANEXO - CORPUS DA PESQUISA	142

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Sistema Brasileiro de Propriedade Intelectual	20
Figura 02 - A proteção do design	21
Figura 03 - Problema central da pesquisa	24
Figura 04 - Pergunta central da pesquisa	25
Figura 05 - Hipótese central da pesquisa	26
Figura 06 - Objetivo principal da pesquisa	27
Figura 07 - Principal contribuição da pesquisa	27
Figura 08 - Relações entre as operações metodológica	36
Figura 09 - Primeira etapa do processo investigatório	37
Figura 10 - Segunda etapa do processo investigatório	39
Figura 11 - Terceira etapa do processo investigatório	40
Figura 12 - Quarta etapa do processo investigatório	53
Figura 13 - Alcance da propriedade intelectual no Brasil	63
Figura 14 - Alcance da propriedade industrial no Brasil	66
Figura 15 - Alcance do direito autoral no Brasil	81
Figura 16 - Abrangência do design contemporâneo	93
Figura 17 - Amostra de design na categoria Design e Arte	95
Figura 18 - Amostra de design na categoria Design Gráfico	96
Figura 19 - Amostra de design na categoria Design de Produto	97
Figura 20 - Amostra de design na categoria Design de Moda	97
Figura 21 - Amostra de design na categoria Design Digital	98
Figura 22 - Amostra de design na categoria Design de Ambientes ...	99
Figura 23 - A construção do artefato	102
Figura 24 - A construção do artefato de design	106
Figura 25 - Amostra de "peça única"	113
Figura 26 - Amostra de "bem tecnológico"	114
Figura 27 - Amostra de "objeto de uso prático"	115

Figura 28 - Amostra de "produto (em geral)	116
Figura 29 - Amostra de "marca"	117
Figura 30 - Amostra de design sem tipo definido	118
Figura 31 - Amostra de design com múltiplos tipos	121
Figura 32 - Possibilidades da proteção legal ao design no Brasil	128

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Classificação da pesquisa	29
Quadro 02 - Recorte do objeto de estudo e pesquisa	34
Quadro 03 - Operações metodológicas da pesquisa	35
Quadro 04 - Cursos superiores de design no Brasil	41
Quadro 05 - Agrupamento de cursos por afinidade curricular	42
Quadro 06 - Categorias do design no Brasil	43
Quadro 07 - Categorização do corpus da pesquisa	44
Quadro 08 - Amostra de catalogação do corpus da pesquisa, I	45
Quadro 09 - Versão condensada da Classificação de Locarno	46
Quadro 10 - Corpus da pesquisa x Classificação de Locarno	47
Quadro 11 - Tipologia do design no Brasil contemporâneo	48
Quadro 12 - Definição das tipologias	51
Quadro 13 - Amostras de catalogação do corpus da pesquisa, II	52
Quadro 14 - Síntese da patente de invenção	69
Quadro 15 - Síntese da patente de modelo de utilidade	71
Quadro 16 - Síntese do registro de desenho industrial	73
Quadro 17 - Síntese do registro de marca	77
Quadro 18 - Síntese do direito de autor	85
Quadro 19 - Particularidades da proteção legal ao design no mundo .	123
Quadro 20 - Proposição final da pesquisa	129

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADPIC - Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio

BIRD - Banco Internacional Americano

CC - Código Civil

CCJ - Centro de Ciências Jurídicas

CES - Conselho Estadual de Educação

CF - Constituição Federal

CNE - Conselho Nacional de Educação

CUB - Convenção de Berna

CUP - Convenção da União de Paris para Proteção da Propriedade Industrial

ED/UEMG - Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais

ESDI - Escola Superior de Desenho Industrial

FAAP - Fundação Armando Álvares Penteado, 2007

FGV - Fundação Getúlio Vargas

FUMA - Fundação Mineira de Arte Aleijadinho

GATT - General Agreement on Tariffs and Trade

ICSI - International Council Society of Industrial Design

IFNMG - Instituto Federal do Norte de Minas Gerais

IFSC - Universidade Federal de Santa Catarina

INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial

MAM - Museu de Arte Moderna SP

MEC - Ministério da Educação e Cultura

MinC - Ministério da Cultura

OMPI - Organização Mundial de Propriedade Intelectual

ONU - Organização das Nações Unidas

PBD - Programa Brasileiro de Design

PCT - Patent Cooperation Treaty

PUC/MG - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

PUC/RIO - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

TRIPS - Trade Related Aspects for Intellectual Property Right

UFPE - Universidade Federal de Pernambuco

URSS - União da República Socialista Soviética

WIPO - World Intellectual Property Organization

1 UMA APRESENTAÇÃO, VÁRIOS TERRITÓRIOS

Esta tese é o resultado de uma investigação voltada para a interação entre áreas tão díspares quanto o Direito e o *Design* que se iniciou no curso de doutorado em *Design* do Departamento de Design da Universidade Federal de Recife - UFPE, em março de 2010, sob os olhares sempre generosos dos professores doutores Virginia Cavalcanti e André Neves e orientação da professora doutora Vilma Villarouco, mas cujas questões vêm de terras e eras bem mais longínquas. Decorrem dos primeiros ensinamentos do professor de Direito Constitucional, Gerson de Melo Bozon, do curso de Direito da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais - PUC/MG; das ricas discussões com os colegas e professores da antiga Fundação Mineira de Arte - FUMA, Romeu Dâmaso, Giselle Hissa Safar, Antônio Roberto Martins, Maria Bernadete Teixeira, Márcio Lambert e Dijon de Moraes; dos questionamentos levantados pelos alunos da Escola de *Design* da Universidade do Estado de Minas Gerais - ED/UEMG; e do maravilhoso mundo da propriedade intelectual que o mestrado da Academia de Propriedade Intelectual e Inovação do Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI, no Rio de Janeiro, através das tantas novidades apresentadas pelos professores Araken Lima, Denis Barbosa, Sérgio Paulino, João Marcelo Assafim e a orientação da professora Patricia Peralta me proporcionaram.

Agora, diante da investigação concluída e formatada para apreciação da comunidade científica, percebo que a variedade de territórios e, conseqüentemente, a diversidade de seus indivíduos, foi essencial para a formação do quadro reflexivo desta pesquisa, afinal, o Direito, assim como *Design*, possui tantas aplicações, tão múltiplas e complexas quanto suas possibilidades de vínculo com o mundo ao seu redor.

Portanto, trata-se aqui nesta tese, mais do que minhas reflexões, dos questionamentos de tantas outras pessoas que "passaram, passarão e passarinho¹ no meu há de vir acadêmico-científico.

¹ Em referência ao "Poeminha do Contra", de Mário Quintana: "Todos esses que aí estão, Atravacando o meu caminho, Eles passarão... Eu passarinho!" (QUINTANA, 2005)

1.1 Considerações iniciais

O artefato, seja ele material ou imaterial², compreende valores, idéias e comportamentos configurados a partir das experiências vividas pelo *designer*³.

De acordo com Heskett (2008:11), “*discutir design é complicado já por causa do termo em si. A palavra design possui tantos níveis de significado que é, por si só, uma fonte de discussão*”. Portanto, seguindo os ensinamentos de Backx & Magalhães (2012), para evitar qualquer imprecisão ou generalização no uso dos termos, *Design* e Desenho Industrial, com maiúsculas, são utilizados nesta pesquisa para definir o domínio do saber, curso ou disciplina e *design* com minúsculas, é utilizado para definir o projeto (enquanto atividade ou processo) ou produto (resultado) de projeto.

O reconhecimento e representatividade da Propriedade Intelectual enquanto forma de proteção legal ao artefato e sua conseqüente representatividade na formação do cenário cultural, econômico e político ao longo dos tempos, será aqui analisada, com maiúsculas, assim como Propriedade Industrial, Direito Autoral, Direito de Autor ou simplesmente Direito, como o domínio do saber, curso ou disciplina e, com minúsculas, como a faculdade legal de praticar ou não um ato.

Sendo assim, a intenção de investigar a Propriedade Intelectual aplicada ao *design*, de 2000 até 2013 está em vislumbrar se o universo formal da proteção legal aos artefatos brasileiros está condizente com a produção dos *designers* contemporâneos.

1.2 Considerações particulares

Um dos maiores interesses na abordagem deste trabalho, é o estudo da

² Diz-se de imaterial aquele artefato cuja existência só é possível através de algum anteparo físico, como por exemplo um software que necessita de um hardware onde ele possa ser instalado e a partir daí, existir.

³ *Designer* é, no contexto desta pesquisa, o profissional que utiliza métodos projetuais em design para desenvolvimento de artefatos materiais ou imateriais

relação que envolve **design + artefato + direito de propriedade intelectual**: a compreensão do processo de proteção legal ao *design*, que se inicia antes mesmo da configuração dos artefatos e o reconhecimento da autoria da criação nova, ou inovadora⁴ que, uma vez inserida no mercado, traz como contrapartida vantagens morais e pecuniárias ao seu titular.

Neste contexto, o objeto de estudo - **a proteção legal ao design** - possibilitou visualizar o panorama da produção brasileira de artefatos desenvolvidos a partir de uma metodologia de *design*⁵. E o entendimento das relações do *designer* com o Direito, fundamentou a abordagem da pesquisa.

O *designer*, enquanto sujeito responsável pela configuração de objetos, precisa estar atento não só ao “**como configurar**“, mas também, ao “**como proteger**“. O advogado especialista ou o agente de Propriedade Industrial, por sua vez, enquanto sujeito responsável pela identificação da novidade/inovação presente nos artefatos, precisa estar atento ao “**como se classifica**“, para reconhecer a melhor opção de proteção disponível na legislação nacional.

Sendo assim, o entendimento do significado e importância do *design* no desenvolvimento e configuração dos artefatos, acentuou a necessidade de se estabelecer um panorama das legislações que compõem o Sistema Brasileiro de Propriedade Intelectual de modo a identificar os prováveis descompassos existentes entre o que o *designer* produz hoje no Brasil e o que a lei efetivamente protege através de análise da legislação vigente debatida nos

⁴ Inovação é a introdução de algo novo em qualquer atividade humana. É vetor de desenvolvimento humano e melhoria da qualidade de vida. Diante do mercado, cada vez mais competitivo e em constante transformação, a inovação é vista como fator fundamental de crescimento econômico de uma sociedade significando renovação e/ou invenção não só em um produto mas também na gestão, nos serviços e processos em qualquer área do conhecimento. Segundo a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI, 2013) e pela Cornell University, nos Estados Unidos, no ranking mundial da inovação o Brasil aparece como oitavo colocado entre os países latino-americanos.

⁵ Para Bomfim (1997), metodologia é o estudo dos métodos, técnicas e ferramentas e de suas aplicações à definição, organização e solução de problemas técnicos e práticos. Assim, para esta pesquisa, toda vez que se falar em “metodologia de design” deve-se levar em conta que esta inclui, basicamente cinco etapas: análise do problema; definição do problema e dos objetos; alternativas de design; avaliação das alternativas de design; solução de design (LÖBACH, 2007)

artefatos desenvolvidos pelos *designers*.

1.3 Estrutura da Tese

Primeiro capítulo: Apresentação dos motivos, relevância e originalidade do tema, além do relacionamento da autora com a problemática em questão

Segundo capítulo: A metodologia da pesquisa em si, a estruturação da tese, colocação do problema, hipóteses e objetivos do estudo

Terceiro capítulo: Contextualização de direito de propriedade intelectual, as possibilidades e abrangência da legislação nacional para proteção do artefato de *design*.

Quarto capítulo: Contextualização de *design*, a fim de dissociá-lo da noção de desenho industrial, conforme visto pelo campo do Direito e a criação de categorias.

Quinto capítulo: Contextualização de artefato, como é visto no Brasil e no mundo com ênfase para o artefato contemporâneo brasileiro desenvolvido através de uma metodologia de *design*.

Sexto capítulo: Teste das hipóteses, confronto com a pergunta da pesquisa e contextualização da tese em si; tipificação do *design* nacional e confronto com a legislação vigente.

Sétimo capítulo: Considerações e sugestões para futuras pesquisas na área

Anexo: O corpus da pesquisa

2 O CAMINHO PERCORRIDO

Quando a Propriedade Intelectual⁶ se consolidou, como resultado da Revolução Francesa e da extinção das corporações de ofícios, duas espécies de criadores foram contempladas pelas primeiras leis: o criador no campo das artes - pelos Direitos de Autor; e o criador no campo da indústria - pelos Direitos do Inventor. Embora ambos os tipos de criações resultassem do trabalho intelectual de seus autores, era relativamente fácil distinguir uma criação da outra através de seus efeitos. Enquanto a primeira, no campo das artes, produzia efeitos na mente e na sensibilidade das pessoas; a segunda, no campo da indústria, produzia efeitos “utilitários” no mundo material (uma nova máquina, um novo processo de fabricação ou um novo produto).

Em relação aos bens incorpóreos, como as idéias e a tecnologia, frutos da imaginação e criatividade humana, para Queiroz Cerqueira (2009), estes se constituem “*uma forma de propriedade tão valiosa quanto a terra ou o dinheiro [porém] indefinidamente renovável*”; corroborando Silveira⁷ (2008), ao apontar a Propriedade Intelectual como a “*nova riqueza das nações na atualidade*”.

Desta forma, resumidamente, o Sistema Brasileiro de Propriedade Intelectual, enquanto forma de proteção legal às criações do homem, subdivide-se, no Brasil, em três grandes grupos: os Direitos Autorais para as criações estéticas, científicas e literárias; a Propriedade Industrial para as criações técnicas; e a Proteção Sui Generis para aquelas que, como o próprio nome remete, fogem às regras de caracterização de uma ou outra forma de proteção (figura 01).

⁶ Denis Barbosa (2002) coloca a Propriedade Intelectual como direitos que resultam sempre numa espécie qualquer de exclusividade de reprodução ou emprego de um produto (ou serviço).

⁷ Para Newton Silveira (2008), o direito de Propriedade Intelectual diz respeito à informação ou ao conhecimento que pode ser incorporado, ao mesmo tempo em um número ilimitado de cópias de um objeto, em qualquer parte do mundo, e não necessariamente ao próprio objeto copiado.

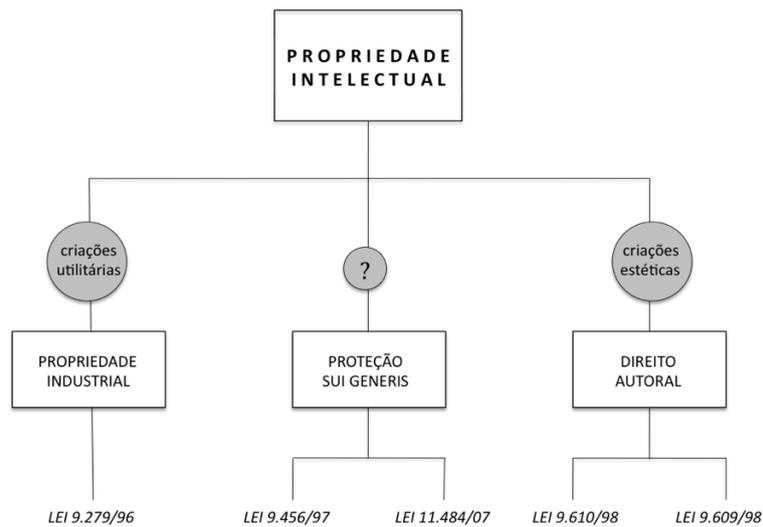


Figura 01 - Sistema brasileiro de propriedade intelectual
 Fonte: Elaborado pela autora

Como "a atividade de design produz criações intelectuais resultado da inteligência e criatividade humanas", tem-se, claramente, que o caminho apropriado para sua proteção legal é através **dos direitos de propriedade intelectual** (GUIMARÃES, 2005:12). Porém, se tomarmos o *design* como uma atividade que objetiva a configuração de objetos de uso e sistemas de informação, conforme ensina Bomfim (1994), e entendendo **uso** como **utilidade**, toda e qualquer criação de cunho artístico será retirada da esfera da produção técnica/industrial e o tema **Propriedade Intelectual** ficará restrito ao campo da **Propriedade Industrial** para proteção do artefato desenvolvido através de uma metodologia de design (figura 02).

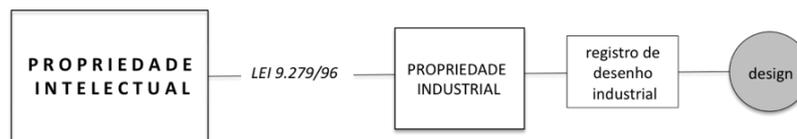


Figura 02 – A proteção legal do design
 Fonte: Lei Nº 9.279/96

Assim, por identificar o *design* apenas como a configuração externa dos artefatos, desprezando seu significado, conteúdo, natureza ou utilidade, é que a legislação de propriedade industrial oferece como "*único instrumento oficial que delimita, de maneira exata, o campo de proteção de um objeto*", estabelecendo legalmente os direitos de seu autor, o **Registro de Desenho Industrial** (CUNHA, 2002:24)

Segundo Carlos Frederico Cunha, examinador de desenho industrial do INPI,

Uma vez demonstrada a validade e a importância do registro de desenho industrial, que é o privilégio concedido pelo governo federal, por intermédio do INPI, devo deixar claro [...] que: **NÃO EXISTE OUTRA FORMA ALTERNATIVA DE PROTEÇÃO** para objetos de *design*. Pelo menos para aqueles que são desenvolvidos exclusivamente para se transformarem em produtos industriais [...] e isto deve ser compreendido de forma definitiva [...] (CUNHA, 2002: 24)

Importante observar aqui que, apesar da brilhante defesa do registro de desenho industrial feita por Cunha, este toca num ponto crucial do *design* em relação à sua proteção legal: **o objetivo de seu desenvolvimento**.

Segundo o autor, o **registro de desenho industrial** é adequado à proteção do *design* desde que este seja **desenvolvido exclusivamente para se transformar em produto industrial**. Então, podemos concluir que, caso assim não o seja, haverá necessidade de se buscar a proteção em outro instituto que não a propriedade industrial.

Para João Ademar de Andrade Lima, autor do livro Curso de Propriedade Intelectual para *Designers*,

Se um *designer*, por exemplo, projeta uma estampa a ser usada num único tapete, é bastante diferente de usá-la como capa de um

caderno, produzido aos milhares. No primeiro caso, a estampa aparece como uma obra única, absolutamente passível de ser protegida como obra de arte. No caso do caderno, este aparece como um produto industrial e sem proteção em nível de direito autoral (LIMA, 2001)

Longe de querer adentrar-me, neste momento, na discussão acerca de quando uma **obra de arte** passa a ser uma **obra de arte aplicada**⁸, este é um perfeito exemplo de como podem existir outras formas de proteção legal ao *design*, além do desenho industrial.

Outro exemplo que por hora pode ser citado e que bem ilustra a mudança dos paradigmas de configuração de um artefato, é a recente tendência de estender a proteção do desenho industrial para as novas tecnologias que vão muito além do que a proteção prevista pela legislação atual, caso do *web design* onde o que se protege na verdade são ícones, fontes tipográficas e interfaces gráficas que poderiam ser protegidas como um padrão ornamental em qualquer suporte, de telas de telefone celular à computador portáteis.

Hoje, no mutante e complexo cenário industrial brasileiro, o que se pode notar é que o registro de desenho industrial não é mais suficiente para atender à demanda da junção **design + inovação** do artefato contemporâneo. Afinal, a legislação de Propriedade Industrial, datada de 1998, quando leva em conta apenas a **configuração externa do objeto** está ignorando aspectos importantíssimo da definição do *design* como sua função, material utilizado, processo de fabricação e gerenciamento de vida útil, descarte, dentre outros.

Assim, analisando-se a *"insuficiência da exclusiva interpretação literal para obtenção do sentido e alcance das normas jurídicas"* (MARQUES & MAGALHÃES, 2009), especificamente nesta relação do *design* com o direito

⁸ De acordo com anotações de sala de aula, da disciplina Arte Contra Arte, ministrada pelo professor Gentil Porto em 2010, arte aplicada é uma modalidade da produção artística que se orienta para o mundo cotidiano, pela criação de objetos, de peças e/ou construções úteis ao homem em sua vida diária. A noção remete a alguns setores da arquitetura, das artes decorativas, do *design*, das artes gráficas, do mobiliário etc. e traz oposição em relação às belas-artes.

de propriedade industrial, vemos a formação de um cenário rico em diversidade mas carente de léxicos especializados e atualizados para a identificação das formas de proteção legal do *design* brasileiro contemporâneo.

Desta forma, se de um lado o estudo do **artefato contemporâneo**, resultante da aplicação de uma metodologia de *Design*, permitiu a compreensão das possibilidades do uso de um sistema de proteção aos direitos de propriedade intelectual e a visualização do descompasso existente entre a legislação nacional vigente e a atuação profissional do *designer*; de outro, a identificação de novas tipologias⁹ do *design* ainda não nomeadas pelo Direito brasileiro possibilitará a elaboração de uma linguagem técnica específica, surgida a partir da junção dos contextos social, político e econômico nacional.

2.1 Diante de tais constatações, colocou-se como **problema central da pesquisa**¹⁰:



Figura 03 – Problema central da pesquisa
Fonte: Acervo particular da autora

***o descompasso existente entre o que o designer produz hoje em dia
e o que a legislação efetivamente se propõe a proteger***

⁹ A palavra "tipologia" é utilizada aqui como sinônimo de categoria, classificação.

¹⁰ Pode-se citar aqui as limitações do registro de desenho industrial como um problema secundário da pesquisa

2.2 Considerando-se portanto que a proteção através do registro de desenho industrial, conforme previsto na Lei Nº 9.279/96, não contempla adequadamente toda a tipologia do *design* brasileiro atual, foi colocado como **pergunta central da pesquisa**, a seguinte questão:



Figura 04 – Pergunta central da pesquisa
Fonte: Acervo particular da autora

***Quais as possibilidades e limitações
do registro de desenho industrial, conforme previsto no
Sistema Brasileiro de Propriedade Intelectual,
para proteção do design no Brasil contemporâneo?***

Visto que as fontes consultadas não foram suficientes para definir de forma conclusiva como se protege o *design*, interessava pois a esta pesquisadora, investigar se a forma indicada pelos organismos de proteção intelectual, no caso o registro de desenho industrial, seria suficiente para proteger todos os **artefatos brasileiros contemporâneos desenvolvidos a partir de uma metodologia de *design***, sejam eles de quais categorias ou tipos fossem pois.

Assim, acreditou-se, num primeiro momento, que o **desalinhamento de conceitos** entre a atividade profissional do *designer* e as normas legais da Propriedade Intelectual, facilmente percebido pela autora enquanto professora

da ED/UEMG, seria o principal motivo da não-contemplanção da legislação vigente ao *design* do Brasil contemporâneo.

2.3 Porém, a observação de alguns artefatos desenvolvidos por *designers* brasileiros durante o período de 1980 a 2013, possibilitou o lançamento da seguinte **hipótese**:



Figura 05 – Hipótese central da pesquisa
Fonte: Acervo particular da autora

O registro de desenho industrial não contempla adequadamente todo o design do Brasil contemporâneo porque o uso das novas tecnologias na configuração dos artefatos ampliou a área de atuação do designer de forma não prevista na Lei Nº 9.279/96.

No uso de um sistema de proteção à propriedade intelectual, onde o tipo de inovação é o *design*, este se apresentará tal e qual as influências culturais que lhe foram atribuídas e, de acordo com o artefato onde ele se insere, insidirá uma modalidade de proteção legal diferente. Identificar dentro desta evidenciada diversidade de artefatos (CAVALCANTI, 1999), as tipologias do *design* contemporâneo e a partir daí procurar compreender as convergências e divergências existentes entre o que o *designer* faz e o que efetivamente a lei protege foi primordial para a identificação das (im)possibilidades no registro de desenho industrial para proteção do *design* no Brasil contemporâneo.

2.4 Portanto, dentro do paradigma da transversalidade o **objetivo central** estabelecido na **pesquisa** foi:



Figura 06 – Objetivo central da pesquisa
Fonte: Acervo particular da autora

Analisar, através do estudo de artefatos desenvolvidos a partir de uma metodologia de design, o desalinhamento existente entre o que o designer faz hoje em dia no Brasil e o que, efetivamente, a legislação de Propriedade Intelectual protege

2.5 Desta forma, é no cumprimento deste objetivo que a presente investigação revela uma de suas maiores **contribuições**:



Figura 07 – Principal contribuição da pesquisa
Fonte: Acervo particular da autora

Evidenciar, a partir da análise de amostragem de artefatos, um arcabouço teórico capaz de instrumentalizar conceitualmente e pragmaticamente, profissionais de Design e de Direito, em relação às possibilidades de proteção legal ao design brasileiro contemporâneo

2.6 Então, para alcançar tal pretensão, foram lançados os seguintes **objetivos específicos**:

- a) estabelecer um quadro teórico que pudesse subsidiar os estudos das relações entre **design + artefato + propriedade intelectual**;
- b) eleger os conceitos e definições das ciências jurídicas, mais especificamente do Direito de Propriedade Intelectual, que garantissem o suporte teórico da pesquisa;
- c) analisar os artefatos selecionados à luz do referencial teórico e das categorias propostas, descrevendo e classificando-os;
- d) apresentar as formas de proteção legal ao *design brasileiro contemporâneo*, permitindo estreitar teoricamente a lacuna existente entre formação acadêmica do advogado e atuação profissional do *designer*¹¹.

A fim, portanto, de alcançar os objetivos propostos, é que se desenvolveu a presente investigação.

¹¹ De modo geral, as características peculiares do *Design* enquanto área do conhecimento com diversas especialidades, cria algumas dificuldades aos *designers* para compreender a sistemática de proteção das criações intelectuais em sua plenitude (BACKX E MAGALHÃES 2012) e aos profissionais do Direito, para apontar a forma adequada de proteção para cada novo artefato que surge das mãos desses profissionais. Sendo assim, evidencia-se a falta de estudos relacionado ao tema em questão, o baixo índice de publicações em congressos de *Design* como fatores conclusivos de que o presente trabalho não é trivial e tem um alto grau de originalidade.

2.7 Justificativa

Considerada por Minayo (1993:23) como “*uma atividade de aproximação sucessiva da realidade que nunca se esgota, fazendo uma combinação particular entre teoria e dados*” e por Demo (1996:34) como um “*questionamento sistemático crítico e criativo, mais a intervenção competente na realidade, ou o diálogo crítico permanente com a realidade em sentido teórico e prático*”, a **pesquisa** é vista por Gil (2006:42), como um “*processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico*” que tem por objetivo fundamental “*descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos*”.

Desta forma, as pesquisas podem ser classificadas e se tipificam de acordo com variados pontos de vista. Pelo quadro 01 podemos identificar a classificação desta, com suas características básicas, de acordo com os pontos de vista da natureza, da abordagem do problema, dos objetivos, dos procedimentos técnicos adotados, do escopo e do controle e as respectivas justificativas:

Quadro 01 – Classificação da pesquisa

CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA			JUSTIFICATIVA NA PESQUISA
PONTO DE VISTA	TIPO	CARACTERÍSTICA	
da natureza das variáveis	PESQUISA APLICADA	Considera conhecimentos novos para aplicação prática específica	Geração de conhecimentos de design para aplicação no Direito
da abordagem do problema	PESQUISA QUALITATIVA	Considera a existência de uma relação entre o mundo real e o sujeito	A prática do design contemporâneo frente a legislação nacional
dos objetivos	PESQUISA DESCRITIVA	Determinam quando, quanto, onde e como um fenômeno ocorrem e aceitam hipóteses	Observação da prática legal e da prática do design para melhorar a relação conturbada
dos procedimentos técnicos adotados	PESQUISA BIBLIOGRÁFICA	Realizada a partir de material já publicado	Leitura, análise e interpretação das teorias do Design e do Direito
do escopo (amplitude e profundidade)	LEVANTAMENTO AMOSTRAL	Utilizam-se de hipóteses e produzem generalizações na conclusão	Os artefatos analisados levaram às sugestões para novas práticas do Direito
do controle	EXPERIMENTO DE CAMPO	Pesquisa teórico-empírica	A análise dos artefatos frente às referências bibliográficas

Fonte: GIL, 199; LAKATOS e MARCONI, 2991 e RUDIO, 2000

Portanto, do ponto de vista da sua natureza, esta é uma **Pesquisa Aplicada** pois objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos envolvendo verdades e interesses locais. Segundo Schwartzman (2001) *"pesquisa aplicada é aquela que tem um resultado prático visível em termos econômicos ou de outra utilidade que não seja o próprio conhecimento"*.

Do ponto de vista da abordagem do problema, apesar do quantitativo da amostragem, considerou-se a **Pesquisa** como **Qualitativa** uma vez que leva em conta a relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito. Ou seja, considera que exista um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. Para Flick (2009:16) a pesquisa qualitativa, ao usar o texto como material empírico, ao invés de número, *"parte da noção da construção social das realidades em estudo, está interessada nas perspectivas dos participantes, em suas práticas do dia a dia e em seu conhecimento cotidiano em relação ao estudo"*.

Nesta investigação, portanto, o caráter qualitativo apoiou-se na confluência da coleta de dados de fundamentação teórica com a busca empírica de artefatos de *design*, brasileiros, atuais, numa desejável interação entre teoria e prática.

Vista dos seus objetivos, esta será uma **Pesquisa Descritiva** pois *"o processo e seu significado são os focos principais de abordagem"* (SILVA, 2005:20), tendo por premissa buscar a resolução de problemas melhorando as práticas por meio da observação, análise e descrições objetivas, através de entrevistas com peritos para a padronização de técnicas e validação de conteúdo (GIL, 2006).

E, em relação aos procedimentos técnicos adotados, é ainda uma **Pesquisa Bibliográfica**, visto que abrange a leitura, análise e interpretação de livros, periódicos, textos legais, documentos mimeografados ou xerocopiados, mapas, fotos, manuscritos etc. Todo material recolhido foi submetido a uma triagem, a partir da qual foi possível estabelecer um plano de leitura (GIL, 2006).

Além disto, pela alta amplitude da pesquisa que utiliza-se de hipóteses para

produzir generalizações na conclusão, pelo ponto de vista do seu escopo, esta é um **levantamento amostral** (FORTE, 2004).

Por se tratar de uma investigação no campo das Ciências Sociais, pelo seu controle este é um **experimento de campo** com apoio teórico (pesquisa teórico-empírica) (FORTE, 2004).

Para a definição do corpus da pesquisa, ou seja, do conjunto de elementos analisados, inicialmente foram apresentadas as definições dos recortes do objeto de estudo e pesquisa¹² tendo como ótica de análise a intenção de decifrar **como a insuficiência da exclusiva interpretação literal¹³ dificulta a obtenção do alcance das normas legais para a formação do panorama da proteção legal do *design* no Brasil da atualidade.**

Considerando que o *design* é uma atividade que a cada dia se expande mais e vem alcançando produtos e serviços em segmentos cada vez mais diversos, a legislação nacional de propriedade intelectual foi analisada nesta pesquisa, através dos artefato desenvolvidos por *designers* brasileiros. Desta forma, na relação entre o **artefato**, o ***design*** e a **propriedade intelectual**, a **identificação das formas de proteção legal ao *design*** enquanto **objeto de pesquisa e estudo** representa o delineamento de uma área de intervenção do Direito que, dada ao seu largo alcance, estabelece um campo fértil de pesquisa para o entendimento das disparidades existentes entre o que o *designer* produz e o que a lei efetivamente protege no Brasil.

Assim, temporalmente, partiu-se do **ano 2.000 até os dias atuais** para definir

¹² Considerando que o *design* é uma atividade que a cada dia se expande mais e vem alcançando produtos e serviços em segmentos cada vez mais diversos, a legislação nacional de propriedade intelectual foi analisada nesta pesquisa, através dos artefato desenvolvidos por *designers* brasileiros. Desta forma, na relação entre o **artefato**, o ***design*** e a **propriedade intelectual**, a **identificação das formas de proteção legal ao *design*** enquanto **objeto de pesquisa e estudo** representa o delineamento de uma área de intervenção do Direito que, dada ao seu largo alcance, estabelece um campo fértil de pesquisa para o entendimento das disparidades existentes entre o que o *designer* produz e o que a lei efetivamente protege no Brasil.

¹³ A interpretação é parte da ciência jurídica que estuda os métodos e processos lógicos que visam a definir o conteúdo e o alcance das normas jurídicas. Em sentido amplo, é uma busca de solução para um caso concreto e, em sentido restrito, a busca do significado de uma norma. No caso da interpretação literal, investiga-se o significado gramatical das palavras usadas no texto legal em exame. O instrumento de trabalho é o dicionário da língua e importa, sobretudo, a etimologia dos vocábulos (BARROSO, 2008)

os artefatos a serem analisados. Porém, como os anos 90¹⁴, corresponderam a um dos períodos de maior transformação do Estado brasileiro e de seu papel na economia do século XX, principalmente no que tange ao processo de ampliação do espaço industrial, estes 10 anos anteriores servirão de alicerce para a compreensão das mudanças ocorridas na primeira década do século XXI.

Tratando-se de **estrutura**, o “*design industrial*” foi privilegiado no estudo pela constatação de que **forma + função + significado** configuram as melhores e mais inovadoras soluções nos artefatos contemporâneos. Já a expressão “*design de autor*”¹⁵ foi aceita como uma maneira de constatar publicamente a autoria da peça única (obra de arte aplicada), desde que houvesse possibilidade de “aplicação industrial” - quesito indispensável para proteção dos artefatos normalmente desenvolvidos sob as bases de uma tecnologia específica.

Os processos das **relações** estudadas, abrangeram, como já apresentado: **design + artefato + legislação**, organizados de forma que juntas as partes, estas formaram o todo do sistema de proteção legal ao *design*.

Setorialmente, foram contempladas as **produções industrializadas e/ou industrializáveis** - cuja definição gira em torno da idéia de que suas técnicas e operações são basicamente desenvolvidas por meio de algum aparato tecnológico. Considerou-se também, a produção artesanal ou a confecção da peça única, dada a sua importância histórica dentro do cenário atual que compõe o *design* brasileiro, mas apenas quando esta, apesar do caráter exclusivista, fosse passível de reprodução em série.

¹⁴ Considerada uma das características fundamentais da década de 90, a chamada “descentralização centralizada”, apesar de corresponder a uma política do governo federal, obedeceu a mecanismos de mercado e respondeu a políticas locais e regionais de atração de investimentos, sem o envolvimento direto do poder central. Não por acaso é deste período a Lei Nº 9.279/96 e o Programa Brasileiro de *Design - PBD*. Segundo Barroso (2008), foi a partir desta década que “os meios de comunicação descobrem o *design*, e a sociedade, de modo geral, passa a ter uma visão mais ampla da atividade e de suas possibilidades”.

¹⁵ Tomando como base a afirmação de Cavalcanti (1999:141), segundo o qual “a atribuição de móvel de autor é aceita pela constatação pública da autoria do projeto”, formulou-se, por analogia, o conceito de *design* de autor utilizado nesta pesquisa

De forma bem ampla, este estudo contemplou especialmente, as **disciplinas** LEGISLAÇÃO E NORMAS, do curso de *Design* e DIREITO COMERCIAL do Curso de Direito, onde, na maioria dos cursos, são tratadas questões referentes à Propriedade Intelectual). Como fundamento para a análise do *design* enquanto bem de valor econômico sujeito à regras de comercialização e reconhecimento de autoria/titularidade poderá aplicar-se em pesquisas de profissionais e estudantes das áreas de *Design* e Direito, instrumentalizando-os e possibilitando o estreitamento da brecha existente entre atuação profissional e formação acadêmica.

Como desdobramento do objeto de pesquisa e estudo anteriormente descrito, os condicionantes **históricos** incidentes revelaram a necessidade de se ressaltar que, no percurso da evolução histórica da proteção legal ao *design* brasileiro ocorreu uma sucessão de transformações que marcaram períodos caracterizados por linguagens visuais próprias e, conseqüentemente, leis específicas. Apesar de abranger um largo campo de atuação, a legislação de propriedade intelectual é carregada de conceitos e definições advindas do campo do Direito que muitas vezes não encontraram respaldo no *Design* enquanto área de conhecimento, nem no *design* como forma de atuação do *designer*. A incompatibilidade entre as necessidades do *designer* e os interesses do mercado é latente e provoca um **descompasso entre o que o *designer* produz e o que a legislação efetivamente se propõe a proteger.**

Para que o Direito interaja com outras áreas, é necessário que este assuma conceitos e definições já aceitos e utilizados pelos profissionais desse novo campo de forma que aqueles que necessitem utilizar-se de uma determinada legislação não se sintam apartados do processo legal.

Como “*possuir uma linguagem própria, com vocabulário específico, difícil de ser entendida por quem não se iniciou na sua prática*”, pelos ensinamentos de Michaelis (2013), é característica dos grupos profissionais ou sócio-culturais, a afinidade que se espera entre o Direito e o *Design* passa muito mais próximo do uso de terminologias adequadas do que da falta de familiaridade com o linguajar jurídico.

Portanto, pelo exposto, esta pesquisa é uma **análise da aplicabilidade do**

registro de desenho industrial como única forma possível para proteção do *design* brasileiro contemporâneo através do estudo do próprio artefato desenvolvido através de uma metodologia de *design*, conforme pode-se notar no quadro (02) a seguir:

Quadro 02 – Recorte do objeto de estudo e pesquisa

RECORTE DO OBJETO DE ESTUDO E PESQUISA							
ÁREA DO CONHECIMENTO	DISCIPLINA CURSO	TEMPO	ESTRUTURA	RELAÇÕES	SETOR	ESPAÇO	MATÉRIA
Ciências Sociais Aplicadas	Legislação e Normas: Design Direito Comercial: Direito	A partir de 2.000	design industrial	design + artefatos + direito	Produções industrializadas e/ou industrializáveis	Brasil	Lei Nº 9279/96 (art. 94 a 121)

Fonte: Elaborado pela autora

Considerando que **pesquisa** é a realização concreta de uma investigação planejada e desenvolvida de acordo com as normas consagradas pela metodologia científica, Minayo (1993:16) explica que a metodologia "é como um roteiro, seguido pelo pensamento e a prática, que se estabelece a partir de temas da realidade". Para que ela atenda satisfatoriamente os objetivos da pesquisa, é imprescindível a definição de seus métodos¹⁶.

Como na área jurídica as decisões são alteradas cotidianamente, uma hipótese pode fornecer apenas soluções temporárias para os problemas (BITTAR, 1998). Desta forma, será vista como adequada até que seja falseada e não consiga se manter; quando será refutada e substituída por uma nova teoria, que venha responder de forma diferente, ou melhor, ao problema suscitado. Portanto, a fim de comprovar a sustentabilidade das hipóteses elencadas, foi utilizado o método de abordagem **hipotético-dedutivo**.

Relacionado especificamente com as fases da pesquisa, o método de

¹⁶ De acordo com Kaplan (1969), métodos são técnicas suficientemente gerais para se tornarem comuns a todas as ciências ou a uma significativa parte delas.

procedimento utilizado foi o **comparativo** que consiste no confronto entre os elementos levando-se em consideração seus atributos. Promoveu-se, desta forma, o exame dos dados que constataram diferenças ou semelhanças e as devidas relações entre estas diferenças e semelhanças.

2.8 A partir dos pressupostos teóricos principais das disciplinas no decorrer do curso de Doutorado em *Design*, **metodologicamente**, esta investigação foi sistematizada em quatro etapas onde, como ensina Lopes (2005), estão distribuídas suas principais operações metodológicas: **definição do objeto**; **observação e análise**; **descrição**; e **conclusão** (quadro 03).

Quadro 03 – Operações metodológicas da pesquisa

ETAPAS	OPERAÇÕES METODOLÓGICAS
DEFINIÇÃO DO OBJETO	Revisão da literatura
	Pesquisa exploratória preliminar
	Definição do problema e das hipóteses
OBSERVAÇÃO	Composição do corpus da pesquisa
DESCRIÇÃO E INTERPRETAÇÃO	Definição das categorias de análise, bem como da tipologia das categorias
	Pré-teste e revisão das categorias de análise e da tipologia das categorias
	Leitura e análise descritiva e interpretativa
	Experiência metodológica
CONCLUSÃO	Verificação das hipóteses
	Elaboração das generalizações

Fonte: PAULA, 2012

Sendo assim, na etapa de **definição do objeto**, deu-se a revisão de literatura,

a pesquisa exploratória preliminar e a definição do problema e das hipóteses. Na etapa de **observação**, a composição do corpus da pesquisa. Na etapa de **descrição e interpretação**, a definição das categorias de análise, bem como da tipologia das categorias; a revisão das categorias de análise e da tipologia das categorias; a leitura e análise descritiva interpretativa. E, finalmente, na etapa de **conclusão**, a verificação das hipóteses e a elaboração das generalizações.

Segundo Paula (2012), embora a pesquisa esteja dividida em etapas, deve-se ressaltar que elas não são absolutamente autônomas nem estanques. Conforme aponta Lopes (2005:135), a “*dinâmica do processo de pesquisa exige interações, voltas, novas combinações lógicas entre as etapas*”.

Como numa pesquisa científica, todas as fontes de informação têm o objetivo de orientar teoricamente a estruturação da prática metodológica pretendida, o modelo metodológico a ser aplicado à este estudo, apresenta-se da seguinte forma (figura 08):

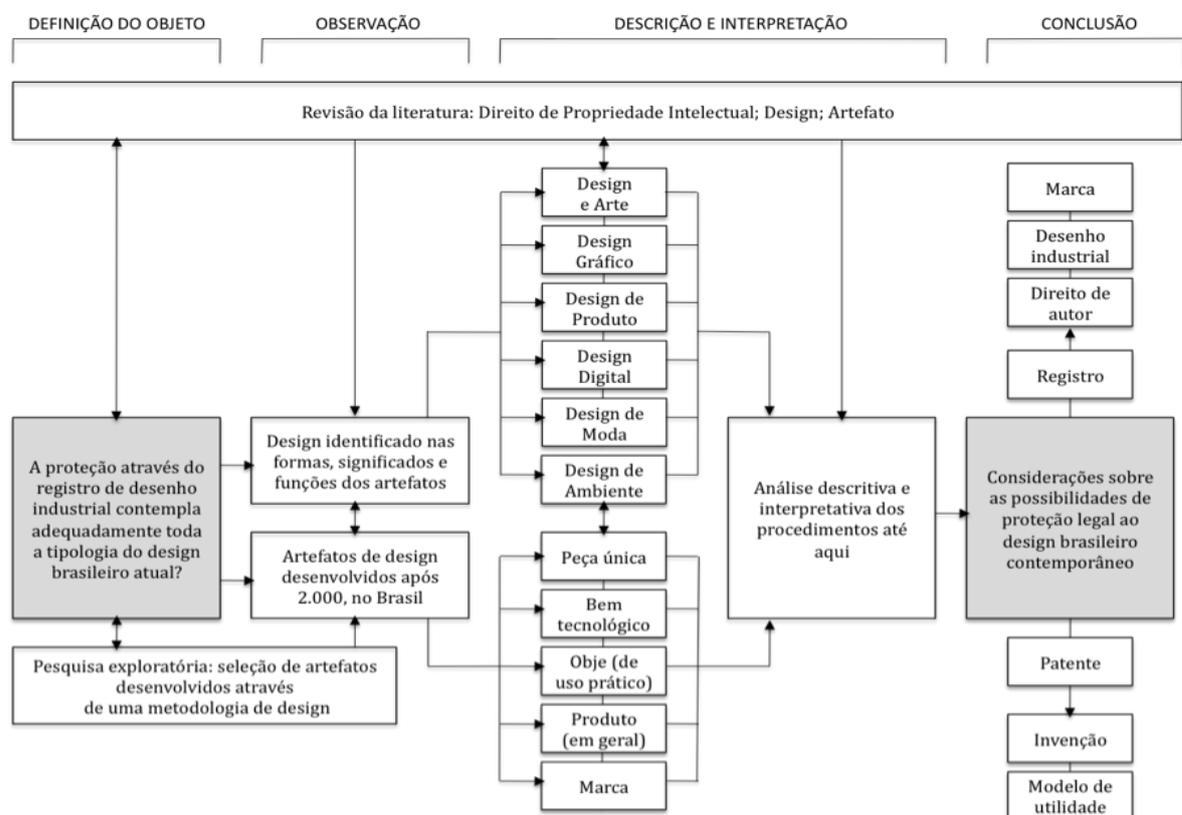


Figura 08 – Relações entre as operações metodológicas aplicadas à pesquisa

Fonte: Elaborado pela autora a partir de PAULA, 2012

Segundo os ensinamentos de Cipiniuk e Portinari (2006), a explicitação dos procedimentos metodológicos empregados na pesquisa revelaram o encadeamento lógico da pesquisa como um todo (o percurso metodológico adotado, os procedimentos e as técnicas utilizadas) de forma que não fossem privilegiados apenas os resultados da investigação mas sim todo o processo investigatório, conforme descrito a seguir:



Figura 09 – Primeira etapa do processo investigatório
Fonte: Acervo particular da autora

Definição do Objeto

a) Revisão de literatura:

A revisão de literatura contemplou, principalmente, o tema Propriedade Industrial e suas relações e inserções no campo do *Design*. O contato com a bibliografia sobre Propriedade Industrial foi essencial para o estabelecimento do marco teórico do trabalho.

A técnica utilizada nesta fase foi a da pesquisa bibliográfica com a identificação dos principais teóricos brasileiros da Propriedade Industrial e do *Design*, assim como apontamento de artefatos de *design* produzidos no Brasil depois do ano 2000.

Não se atendo apenas ao levantamento inicial de dados, a revisão de literatura estendeu-se ao longo de todas as etapas da pesquisa.

b) Pesquisa exploratória preliminar:

A fim de criar uma maior familiaridade em relação aos fatos e fenômenos que

dão origem à proteção legal do *design* no Brasil contemporâneo e assim definir melhor o problema e a hipótese da investigação, a pesquisa exploratória preliminar constituiu-se em um levantamento iconográfico preliminar de artefatos (tangíveis e intangíveis) presentes no cotidiano da autora cujos critérios de seleção foram:

Objeto: artefatos desenvolvidos por *designers* renomados, reconhecidos pelos seus pares como tal, ganhadores de prêmios nacionais ou internacionais

Espaço: no Brasil

Tempo: do final da década de 90 até hoje - período coincidente com o do início da vigência da Lei de Propriedade Industrial (1996)

Fonte: imagens da internet e arquivos pessoais utilizados pela autora quando leciona ou ministra palestras referentes ao tema Propriedade Intelectual e *Design*, além de imagens colhidas nas exemplificações dos autores citados neste trabalho.

Objetivo: criar um banco de dados representativo da diversidade do *design* nacional

Salienta-se que esta etapa, extremamente genérica, serviu de base para a construção da primeira camada do que, posteriormente pôde ser chamado de o "*corpus da pesquisa*".

c) Definição do problema e das hipóteses:

Definir adequada e claramente o problema e as hipóteses é fator chave para o bom desenvolvimento da pesquisa, como verifica-se no resumo abaixo:

Problema central da pesquisa: descompasso existente entre o que o *designer* produz na primeira década no Brasil e o que o registro de desenho industrial efetivamente se propõe a proteger.

Pergunta da pesquisa: Quais as possibilidades e limitações do registro de desenho industrial, conforme previsto no Sistema Brasileiro de Propriedade

Intelectual, para proteção do *design* no Brasil contemporâneo?

Hipótese principal: o registro de desenho industrial não contempla adequadamente todo o *design* no Brasil contemporâneo porque o uso das novas tecnologias na configuração dos artefatos ampliou a área de atuação do *designer* de forma não prevista na Lei Nº 9.279/96.



Figura 10 – Segunda etapa do processo investigatório
Fonte: Acervo particular da autora

Observação e Análise

a) Composição do *corpus* da pesquisa:

Definido por Barthes (2012) como uma coleção finita de materiais, determinada de antemão pelo analista, com inevitável arbitrariedade, e com a qual ele irá trabalhar, o "***corpus da pesquisa***" (ANEXO) cuja base veio dos artefatos selecionados preliminarmente, foi constituído de acordo com determinados critérios que serviram para as reflexões teóricas e o desenho das tipologias do *design* contemporâneo, quais sejam:

Objeto: artefatos com função utilitária (feitos para atender a determinado propósito e atingir público específico); com possibilidade de reprodução em série (que pode se dar de diversas maneiras, industrial, artesanal, digital, etc); e com feição de obra artística (cuja configuração externa se sobressai à sua funcionalidade ou utilidade).

Autores: *designers* brasileiros vivendo ou não no Brasil, cuja produção seja reconhecida por especialistas em *Design* como representantes do *design* nacional.

Tempo: projetos desenvolvidos a partir do ano 2.000

Espaço: sem a pretensão de fazer um ranking dos melhores, muito menos de traçar um panorama exaustivo de uma produção que é vasta e plural, foram incluídos participantes de várias regiões do país com produção em segmentos representativos do *design* local.

Fonte: além dos produtos encontrados no universo da pesquisadora, em seu cotidiano, foram pontuados os participantes da Exposição *Design Brasileiro Hoje: Fronteiras*, no MAM (curadoria de Adélia Borges, 2009), que privilegiou projetos de 2000 até 2009; e os ganhadores da Categoria Ouro do Prêmio Idea Brasil (de 2008 a 2013).

Coleta de dados: através da seleção de imagens apresentadas em livros e sites da internet, fotografias e filmagens.

Objetivo: criar um banco de dados com alguns exemplos do *design* brasileiro na primeira década do século XXI.



Figura 11 – Terceira etapa do processo investigatório

Fonte: Acervo particular da autora

Descrição e Interpretação

a) Definição das categorias de análise e da tipologia das categorias:

Partindo da idéia de que somente pela análise do próprio artefato¹⁷ se poderia

¹⁷ Para a "análise do artefato" selecionado enquanto ganhador de prêmio definido na pesquisa, foram observados tres pontos principais: possibilidade de seriação industrial; desenvolvimento através de uma metodologia de design; classificação dentro dos tipos e categorias de design apresentadas na pesquisa. Também foram observadas as relações

chegar à forma adequada de protegê-los legalmente, foi preciso traçar uma nova estratégia metodológica para as investigações.

Como o mercado de *design* abrange inúmeras nomenclaturas e atividades, com práticas profissionais específicas e até, de certo modo, completamente distintas umas das outras (JACÓ, 2013), para não haver dúvidas quanto às terminologias utilizadas na pesquisa, foi preciso definir, num primeiro momento, as categorias do *design* no Brasil contemporâneo, o que se deu através dos seguintes passos:

1) Apontamento dos cursos superiores de *Design*, em funcionamento hoje no Brasil (quadro 04)

Quadro 04 – Cursos superiores de design no Brasil

CURSOS DE GRADUAÇÃO EM DESIGN NO BRASIL		
NOMENCLATURA	INSTITUIÇÃO	TOTAL
DESIGN	UFS, UFAN, USC, UNISINOS, UGF, UFU, MAKENZIE, FEEVALE, UEPA, UNEB, USP, UNESP, UEM, UNIVILLE, UNOESC, UNIVALI, UNIARA, USC, UNISO, UNESA, USJT, FAESA I, UNI-BH, UTP, FPA, FMU, CENTRO UNIVERSITARIO ANHANGUERA DE SAO PAULO, UNIFACS, UCDB, UNIFRA, UNC, UNIRITTER, ULBRA, UNIBAN, FAAP, UAM, UNG, UNESC, UNIFOA, UNISUL, UNIFRAN, UBC, PUC GOIAS, PUCRIO, UNIJUI, UFMA, UFRN, UFMG, UFJF, UFAL, UFBA, UFPB, UFPE, UFRGS, UFC, UFSC, UTFPR, ESPM, CATÓLICA EM JARAGUÁ, UNIVERSO, FATEA, UNICARIOCA, UNICEUMA, FATEB, CEAP, ESPM, SENAI-CETIQ, UNIVATES, UP, CESF, FAIMI, UNIJORGE, FBV, MULTIVIX SERRA, ESPM-POA, FMF, ESAMC, UDC, UCL, PSG, FACAMP, CEUNI-IMT, ESAMC, UNIASSELVI, FAITER, IFES, FESBH, ESAMC, IFSUL, FEAN, FAP, FANOR, FAMEG, FACISA-CELER, FAAL, IESB, FRB, FACOC SALVADOR, FAI, FCS, ESAMC, FEAPA, FAE, UFCG, FASATC, UNOCHAPECÓ, FAESSA, FADIRE, FACULDADE AMÉRICA LATINA, FACBRASIL, SENACSP, FAMESUL, ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO, MARKETING E COMUNICAÇÃO DO MORUMBI, ESAMC PERDIZES, FACULDADE FORTIUM, FRB-GV, PANAMERICANA FACULDADE DE ARTE E DESIGN	118
INTERDISCIPLINAR EM ARTES E DESIGN	UFJF	01
ARTES VISUAIS - DESIGN GRÁFICO	UFG	01
DESIGN GRÁFICO	UEL, PCUPR, UDESC, UNESP, UNIVALI, FEBASP, UTP, UNIT, UNIRITTER, UAM, UNIFRAN, UNIVALE, UFPR, UFG, UFPPEL, UEMG, FACULDADE MAURICIO DE NASSAU DE MACEIO, FUMEC	18
COMUNICAÇÃO VISUAL DESIGN	UFRJ	01
DESIGN DE PRODUTO	PUCPR, UNESP, FURB, FEBASP, UTP, UNIRITTER, UNIFRAN, UFPR, UFRG, UEMG, IESAM,	11
DESIGN DO PRODUTO	FMU	01
DESIGN - INDUSTRIAL	UDESC	01
DESENHO INDUSTRIAL – DESIGN DE MODA	PUCPR	01
DESIGN - MODA	UFC	01

(continua)

existentes entre a forma e a funcionalidade do artefato em relação à atividade que se dispõe a executar.

(continuação)

NOMENCLATURA	INSTITUIÇÃO	TOTAL
DESIGN DE MODA	UEL, PUCPR, UNIVALI, UNIFEFE, UNITRI, FEBASP, UNESA, FAESA I, UTP, UNIRITTER, FAAP, UAM, UNIFRAN, UFMG, UFG, UNIVERSO, UNIPLAC, UNIANDRADE, UNIASSELVI, FUMEC, FAPEPE, FAMEG, FAC, FCS, FAVIM, FADIRE, IPA,	27
DESIGN DE MODA - MODELAGEM	SENACSP	01
MODA DESIGN - ESTILISMO	SENACSP	01
MODA, DESIGN E ESTILISMO	UFPI	01
DESENHO INDUSTRIAL - DESIGN DIGITAL	PUCPR	01
DESIGN DIGITAL	PUCPR, UNIFIEO, CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA DE SÃO PAULO, UAM, UFPEL	05
DESIGN DE GAMES	UAM	01
WEB DESIGNER	UEMA	01
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO EM WEB-DESIGNER	UEMA	01
DECORAÇÃO & DESIGN	CEUNSP	01
DESIGN DE AMBIENTES	UFG, UEMG	02
DESIGN DE INTERIORES	FEBASP, FAESA I, UNIPLAN, FAI	04
TOTAL DE CURSOS DE GRADUAÇÃO EM DESIGN NO BRASIL		200

Fonte: Elaborado pela autora a partir de MEC, 2012

2) Agrupamentos dos cursos de *design* de acordo com a semelhança dos currículos básicos de cada um, criando nichos de afinidades com artefatos de mesmas características e nomeação dos grupos formados utilizando-se terminologias comuns ao campo do *Design* (quadro 05).

Quadro 05 – Agrupamentos de cursos por afinidade curricular

CATEGORIAS	AGRUPAMENTOS DE CURSOS POR AFINIDADE CURRICULAR					
	CURSOS					
DESIGN E ARTE	INTERDISCIPLINAR ENTRE ARTE E DESIGN			ARTES VISUAIS – DESIGN GRÁFICO		
DESIGN GRÁFICO	DESIGN GRÁFICO			COMUNICAÇÃO VISUAL DESIGN		
DESIGN DE PRODUTO	DESIGN DE PRODUTO		DESIGN DO PRODUTO		DESIGN - INDUSTRIAL	
DESIGN DE MODA	DESENHO INDUSTRIAL - DESIGN DE MODA	DESIGN - MODA	DESIGN DE MODA	DESIGN DE MODA - MODELAGEM	DESIGN DE MODA - ESTILISMO	MODA, DESIGN E ESTILISMO
DESIGN DIGITAL	DESIGN INDUSTRIAL - DESIGN DIGITAL	DESIGN DIGITAL	DESIGN DE GAMES	WEB DESIGNER	TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO EM WEB-DESIGNER	
DESIGN DE AMBIENTE	DECORAÇÃO & DESIGN		DESIGN DE AMBIENTES		DESIGN DE INTERIORES	

Fonte: Elaborado pela autora

3) Definição das categorias do *design* contemporâneo brasileiro, para esta pesquisa, de acordo com o agrupamento anterior (quadro 06).

Quadro 06 – Categorias do design no Brasil contemporâneo

CATEGORIAS DO DESIGN NO BRASIL CONTEMPORÂNEO	
CATEGORIAS	DEFINIÇÃO
DESIGN E ARTE	Abrange obras de arte utilitárias, ou de arte aplicada, executadas artesanalmente ou industrialmente em pequenas quantidades
DESIGN GRÁFICO	Processo de comunicar visualmente utilizando habilidades de desenho, estética, tipografia, artes visuais e diagramação de imagens e textos para apresentar informação reproduzível mecanicamente
DESIGN DE PRODUTO	Campo de atuação que permite o uso criativo de habilidades técnicas e artísticas no desenvolvimento de artefatos úteis em diferentes ramos de atividade
DESIGN DE MODA	Interrelações entre diversas mídias para o desenvolvimento de interfaces digitais interativas e atrativas sem dominação de um meio ou de uma linguagem única
DESIGN DIGITAL	Capacidade de elaborar e gerenciar projetos para a indústria de vestuário e acessórios considerando fatores estéticos, simbólicos, ergonômicos e produtivos
DESIGN DE AMBIENTE	Desenvolvimento de projetos para espaços diversos, sejam internos ou externos

Fonte: Elaborado pela autora

4) Categorização do *corpus da pesquisa* (quadros 07 e 08) de acordo com o detalhamento oferecido no ANEXO; lembrando que a numeração do quadro seguinte corresponde às figuras dos artefatos analisados.

Quadro 07 – Categorização do corpus da pesquisa

CATEGORIZAÇÃO DO CORPUS DA PESQUISA															
01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64
65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96
97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112
113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125	126	127	128
129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144
145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	158	160
161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	159	176
177	178	179	180	181	182	183	184	185	186	187	188	189	190	191	192
193	194	195	196	197	198	199	200	201	202	203	204	205	206		
LEGENDA	SEM CATEGORIA	DESIGN DE AMBIENTES	DESIGN DE MODA	DESIGN DE PRODUTO	DESIGN DIGITAL	DESIGN E ARTE	DESIGN GRÁFICO								

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 08 – Amostras de catalogação do corpus da pesquisa, I

	<p>Tablete Alpino: o bombom Alpino, ícone histórico da marca pelo seu sabor e formato únicos, foi escolhido para figurar nos novos moldes dos tabletes, que, assim, incorporou ludicamente todos os atributos positivos vinculados ao produto original. A nova identidade visual teve como inspiração os papéis e embrulhos de presente, conferindo às embalagens um aspecto premium (Future Brand BC&H, 2011)</p>
CATEGORIA	
DESIGN DE PRODUTO	

Fonte: Elaborado pela autora

Assim, à luz do referencial teórico adotado, todos os artefatos que compõem o *corpus da pesquisa* foram classificados em suas referidas categorias¹⁸: *Design de Ambientes*, *Design de Moda*, *Design de Produto*, *Design Digital*, *Design e Arte* e *Design Gráfico*, cujo critério utilizado, neste primeiro momento, levou em conta o conhecimento da pesquisadora aliado às informações advindas do detalhamento contido no ANEXO.

Ressalta-se aqui que não foi incomum encontrar o mesmo artefato em mais de uma categoria, sendo esta definida pelas características que mais elementos pudessem oferecer para definição da forma adequada para sua proteção legal.

Apesar dessa categorização ter propiciado uma visão mais segmentada da produção nacional de *design*, ela não foi suficiente para definir com precisão generalizações acerca da problemática da pesquisa: **o descompasso entre o que o designer produz e o que a legislação de propõe a proteger**. Então, para que isto acontecesse foi preciso definir quais seriam os tipos de *design* produzidos no Brasil contemporâneo (de 2000 até 2013).

¹⁸ Importante destacar aqui que apesar de alguns artefatos se encaixarem perfeitamente em mais de uma categoria, para uma análise criteriosa das possibilidades da aplicação da legislação de propriedade intelectual no design contemporâneo brasileiro foi preciso analisá-los de forma que suas características mais contundentes apontassem o local mais apropriado para se fixarem.

5) Classificação de Locarno. Utilizada pelos países membros da WIPO/OMPI em todos os documentos relativos ao registro de desenho industrial, como forma de determinar sua classe e sub-classe, a Classificação de Locarno (quadro 08) apresentou-se como uma boa estratégia para testar se o registro de desenho industrial realmente protege adequadamente o *design* produzido no Brasil contemporâneo (quadros 09 e 10).

Quadro 09 – Versão condensada da 9ª edição da Classificação de Locarno

CLASSIFICAÇÃO DE LOCARNO 2014					
CLASSES		CLASSES		CLASSES	
01	PRODUTOS ALIMENTÍCIOS	12	MEIOS DE TRANSPORTE OU ELEVAÇÃO	23	EQUIPAMENTO DE DISTRIBUIÇÃO DE FLUIDO, SANITÁRIO, AQUECIMENTO, EQUIPAMENTO DE VENTILAÇÃO E AR-CONDICIONADO, COMBUSTÍVEL SÓLIDO
02	ARTIGOS PARA VESTUÁRIO E ARMARINHO	13	EQUIPAMENTOS DE PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO OU TRANSFORMAÇÃO DE ELETRICIDADE	24	EQUIPAMENTOS MÉDICOS E LABORATORIAIS
03	ARTIGOS PARA VIAGEM, ESTOJOS, GUARDA-SÓIS, PERTENCES PESSOAIS NÃO ESPECIFICADOS	14	EQUIPAMENTO DE GRAVAÇÃO, COMUNICAÇÃO OU RECUPERAÇÃO DE INFORMAÇÃO	26	APARELHO DE ILUMINAÇÃO
04	ESCOVA DE LIMPEZA	15	MÁQUINAS NÃO ESPECIFICADAS	27	TABACO E ARTIGOS PARA FUMANTES
05	ARTIGOS TÊXTEIS OU SIMILARES VENDIDOS A METRO OU EM FOLHAS	16	APARELHOS FOTOGRÁFICOS, CINEMATOGRAFICOS E ÓTICOS	28	PRODUTOS FARMACÊUTICOS E COSMÉTICOS, ARTIGOS DE HIGIENE E APARELHOS
06	MOBILIÁRIO	17	INSTRUMENTOS MUSICAIS	29	DISPOSITIVOS E EQUIPAMENTOS CONTRA RISCO DE INCÊNDIO, PARA PREVENÇÃO DE ACIDENTES E RESGATE
07	ARTIGOS DOMÉSTICOS NÃO ESPECIFICADOS	18	IMPRESSORA E MÁQUINAS DE ESCRITÓRIO	30	ARTIGOS PARA CUIDADO E MANUSEIO DE ANIMAIS
08	FERRAMENTAS E HARDWARE	19	ARTIGOS DE PAPELARIA E MATERIAL DE ESCRITÓRIO PARA ARTISTAS E PROFESSORES	31	MÁQUINAS E APARELHOS PARA PREPARAÇÃO DE ALIMENTOS OU BEBIDAS, NÃO ESPECIFICADOS
09	EMBALAGENS E RECIPIENTES PARA O TRANSPORTE OU MANIPULAÇÃO DE MERCADORIAS	20	VENDAS E EQUIPAMENTOS DE PUBLICIDADE, SINAIS	32	SÍMBOLOS E LOGOTIPOS GRÁFICOS, PADRÕES DE SUPERFÍCIE, ORNAMENTAÇÃO
10	APARELHOS DE RELOJOARIA E OUTROS INSTRUMENTOS DE MEDIÇÃO, CONTROLE E SINALIZAÇÃO	21	JOGOS, BRINQUEDOS, TENDAS E ARTIGOS DE DESPORTO	25	CONSTRUÇÃO E ELEMENTOS DE CONSTRUÇÃO
11	ARTIGOS DE ADORNO	22	ARMAS, ARTIGOS DE PIROTECNIA, ARTIGOS PARA CAÇA, PESCA E MATANÇA DE PRAGAS		

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 10 – Corpus da pesquisa x Classificação de Locarno

CLASSIFICAÇÃO DE LOCARNO															
CLASSE	CORPUS DE PESQUISA														
1	159														
2	03	13	14	34	80	81	83	88	173	199					
3	23	35	139												
4	58														
5	55	78	172												
6	01	16	44	48	63	65	76	79	82	91	94	110	116	121	138
	140	143	145	154	155	177	179	182	187	189	190	192	202		
7	08	09	17	19	31	32	50	57	70	101	115	148			
8	122	162	163												
9	22	38	47	67	93	136	183	184	201						
10	158	161													
11	06	07	43	60	69	74	75	77	84	85	90	103	118		
12	11	107	114	117	135	147	149	164	176	206	123				
14	124	132	146	170	181	197	198								
15	133														
16	105	193													
18	26														
19	10	18	21	27	28	29	33	40	61	64	68	71	86	95	97
	102	204	205												
20	66	185													
21	37	127	134	160	166										
23	127	144	165	169	171	175	203								
24	106	109													
25	49	52	56	108	112	113	128	129	130	131	137	167	195		
26	36	99	125	194											
28	142														
29	186														
32	02	04	24	30	39	41	42	51	54	72	87	89	98	126	150
	151	153	168	174	188	191	196	200							
SEM CLASSIFICAÇÃO	05	12	15	20	25	45	46	53	59	62	96	73	92	100	104
	11	120	141	152	156	157	178	180							

Fonte: Elaborado pela autora

Segundo o INPI, para que haja o **registro de desenho industrial**, o produto a ser protegido deve estar entar, obrigatoriamente, inserido em uma das classes da Classificação de Locarno.

Desta forma, a análise do corpus de pesquisa já categorizado, através da

Classificação de Locarno foi responsável pela verificação da primeira parte da hipótese da pesquisa: se **registro de desenho industrial contemplaria adequadamente todo o design no Brasil contemporâneo**.

Como ao *design* é indicada a proteção pelo registro de desenho industrial, esperava-se que todo o corpus da pesquisa, legitimado como "*design brasileiro*" pelos eventos dos quais foram destaque, também assim o fosse. Porém, como pode ser observado no quadro 10, alguns artefatos ficaram sem uma classe específica, demonstrando que, pelo menos até aqui, é válida a primeira parte da hipótese levantada

7) Para a validação da segunda parte: **porque o uso das novas tecnologias na configuração dos artefatos ampliou a área de atuação do designer de forma não prevista na Lei Nº 9.279/96**, foram utilizados os conceitos oriundos da citada lei para traçar as seguintes características do corpus da pesquisa, a saber: artefato inovador, solução nova para problema técnico; melhoria funcional, aperfeiçoamento); visual novo e original, configuração plástica ornamental; e sinal visual, identificação de produtos e serviços.

Sendo assim, o quadro 11, aponta as características comuns dos artefatos que foram responsáveis pela definição dos cinco tipos de *design* no Brasil contemporâneo (para esta pesquisa): peça única, bem tecnológico, objeto de uso prático, produto (em geral), e marca.

Quadro 11 – Tipologia do design no Brasil contemporâneo

CLASSIFICAÇÃO DE LOCARNO							TIPO DE DESIGN	
CLASSE	CORPUS DA PESQUISA					CARACTERÍSTICAS		
1	159					visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)
2	03	14	34	81	83	visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)
	13	80	88					
	173	199				melhoria funcional	aperfeiçoamento	objeto de uso prático

continua

continuação

CLASSE	CORPUS DA PESQUISA					CARACTERÍSTICAS		TIPO DE DESIGN
3	23	35				visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)
	139					melhoria funcional	aperfeiçoamento	objeto de uso prático
4	58					melhoria funcional	aperfeiçoamento	objeto de uso prático
5	55	78	172			artefato único e individualizado	apto para seriação	peça única
6	01	16	44	48	65	visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)
	76	91	94	116	138			
	140	143	145	154	155			
	177	179	182	189	190	melhoria funcional	aperfeiçoamento	objeto de uso prático
	63	79	82	110	121			
	187	192	202					
7	08	09	19	32		visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)
	17	101	115	148		melhoria funcional	aperfeiçoamento	objeto de uso prático
	31	50	57	70		artefato único e individualizado	apto para seriação	peça única
8	122	162	163			melhoria funcional	aperfeiçoamento	objeto de uso prático
9	22					visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)
	38	67	93	136	184	visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)
	47	183				visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)
	201					artefato único e individualizado	apto para seriação	peça única
11	06	60	69	74	77	artefato único e individualizado	apto para seriação	peça única
	85	90	103	118				
	07					artefato inovador	solução nova para problema técnico	bem tecnológico
	43	75	84	119		artefato único e individualizado	apto para seriação	peça única
12	11	107	114	117	135	melhoria funcional	aperfeiçoamento	objeto de uso prático
	147	149	164	176	206			
	123					melhoria funcional	aperfeiçoamento	objeto de uso prático
14	124	146	181	197	198	visual novo e original	interação	peça única
	132					melhoria funcional	aperfeiçoamento	objeto de uso prático
	170					visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)
15	133					melhoria funcional	aperfeiçoamento	objeto de uso prático
16	105					melhoria funcional	aperfeiçoamento	objeto de uso prático
	193					visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)
18	26					visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)

continua

CLASSE	CORPUS DA PESQUISA					CARACTERÍSTICAS		TIPO DE DESIGN
19	10	18	29	40	64	visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)
	68	86	95	97	102			
	71	204	205			artefato individualizado	apto para seriação	peça única
	21	27	28	33	61	visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)
20	66	185				artefato individualizado	apto para seriação	peça única
21	37	127	134	160	166	visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)
23	127	144	165	169	171	visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)
	175	203						
24	106	109				melhoria funcional	aperfeiçoamento	objeto de uso prático
25	49	108	112	128	129	visual novo e original	apto para seriação	peça única
	130	131	167	195				
	52	56	113	137		melhoria funcional	aperfeiçoamento	objeto de uso prático
26	36	125	194			visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)
	99					artefato individualizado	apto para seriação	peça única
28	142					visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)
29	186					melhoria funcional	aperfeiçoamento	objeto de uso prático
32	02	24	30	41	54	sinal distintivo	identificação de produtos e serviços	marca
	126	150	151	153	168			
	191	196	200					
	04	39	42	51	72	visual novo e original	configuração plástica ornamental	produto (em geral)
	87	89	98	174	188			
SEM CLASSIFICAÇÃO	05	12	45	59	100	caráter artístico	edição de imagem	arte utilitária
	15	46	92	141	156	caráter artístico	diversidade de criações	macro design
	20	73	180			diagramação	conteúdo	artefato individualizado
	25					composição	pastilha de côco	peça única
	53					performance	desfile	desfile/ performance
	62					caráter artístico	exposição	exposição
	96					caráter artístico	configuração plástica ornamental	peça única
	104	111				interatividade	interatividade	e-home/aplicativo
	120	152	178			estratégia de design	estratégia de design	estratégia de design
	157					forma necessária	sem caráter artístico	motor?

Fonte: Elaborado pela autora

Como pode se observar no quadro anterior, além de todos os artefatos que ficaram de fora da Classificação de Locarno, alguns outros não tiveram suas características referendadas pela tipologia de *design* definida pela pesquisa, principalmente pelo seu caráter artístico se sobressair ao técnico/industrial.

Assim, a partir da análise da aplicabilidade da legislação de Propriedade Intelectual, chegou-se à definição dos cinco tipos de *design*, para esta pesquisa (quadro 12):

Quadro 12 – Definição das tipologias do design no Brasil contemporâneo

TIPOLOGIAS DO DESIGN NO BRASIL CONTEMPORÂNEO	
TIPOS	DEFINIÇÃO
PEÇA ÚNICA	<i>artefato único e individualizado</i> , não banal, executado sem interesse de seriação mas <i>apto para seriação</i>
BEM TECNOLÓGICO	<i>solução nova para um problema técnico específico</i> que passa a ser incorporado a um produto ou processo industrial, tornando-o <i>inovador</i> para os seus pares
OBJETO DE USO PRÁTICO	artefato (ou <i>aperfeiçoamento</i> deste) cuja forma ou disposição resulte numa <i>melhoria funcional</i> em seu uso ou em sua fabricação
PRODUTO (EM GERAL)	artefato cuja <i>configuração plástica ornamental</i> externa resulte num <i>visual novo e original</i> podendo servir de tipo para fabricação industrial
MARCA	<i>senal distintivo</i> , visualmente perceptível que confere o uso exclusivo em seu ramo de atividade ao <i>distinguir um produto ou serviço</i> de outro idêntico ou afim

Fonte: Elaborado pela autora

b) Pré-teste e revisão das categorias de análise e da tipologia das categorias

Após testar e rever a classificação dos artefatos chegou-se à seguinte

catalogação (quadro 13):

Quadro 13 – Amostras de catalogação do corpus da pesquisa, II

	<p>Tablete Alpino: o bombom Alpino, ícone histórico da marca pelo seu sabor e formato únicos, foi escolhido para figurar nos novos moldes dos tabletes, que, assim, incorporou ludicamente todos os atributos positivos vinculados ao produto original. A nova identidade visual teve como inspiração os papéis e embrulhos de presente, conferindo às embalagens um aspecto premium (Future Brand BC&H, 2011)</p>	
CATEGORIA	CLASSE	TIPOLOGIA
DESIGN DE PRODUTO	01	PRODUTO (EM GERAL)
	<p>E-home: projeto constituído por um site e uma peça gráfico-digital tridimensional interativa – um cubo. O site reúne imagens e ilustrações manipuladas digitalmente, vídeos, textos autorais, animações e sons, tendo como base o design de interface, de navegação, de interação, de hipertextualidade e de som. O cubo explora a conectividade entre os meios material e imaterial a partir da tecnologia de realidade aumentada (Gabriel Scarcelli, Marco Rossi, Mauricio de paiva e Silva Junior, Renato Daleco Junior, Tatiane Briquezi, Vivilene Alves Lisboa, 2008)</p>	
CATEGORIA	CLASSE	TIPOLOGIA
DESIGN DIGITAL	SEM CLASSIFICAÇÃO	?
	<p>Cidade Limpa: com o objetivo de combater a poluição visual na cidade de São Paulo, peças publicitárias de dimensões exageradas e o excesso de mensagens e placas, outdoors, informações em fachadas, veículos e locais públicos foram proibidos. Por suas características, esse projeto também foi premiado na categoria Estratégia de Design (Aparecida Regina Lopes Monteiro, 2010)</p>	
CATEGORIA	CLASSE	TIPOLOGIA
SEM CATEGORIA	SEM CLASSIFICAÇÃO	?

Fonte: Elaborado pela autora

c) Leitura e análise descritiva interpretativa dos procedimentos

- 1) As categorias abrangem um grande numero de ramificações
- 2) Para algumas ramificações não há curso superior específico
- 3) Alguns artefatos não se encaixam nas categorias propostas

- 4) Alguns artefatos transitam satisfatoriamente em mais de uma categoria
- 5) Nem todas as categorias possuem todos os tipos de *design*
- 6) A tipologia apresentada não contempla todos os artefatos analisados
- 7) Como nem todo o corpus da pesquisa foi contemplado na Classificação de Locarno, o registro de desenho industrial não protege adequadamente o *design* produzido no Brasil contemporâneo.



Figura 12 – Terceira etapa do processo investigatório
Fonte: Acervo particular da autora

Conclusão

Considerações sobre as possibilidades de proteção legal ao *design* no Brasil contemporâneo

a) Verificação das hipóteses

Considerando as possibilidades oferecidas pelo registro de desenho industrial ao *design* contemporâneo brasileiro esta pesquisa teve como pressuposto básico que no cotidiano do *designer*, de maneira bem ampla, este instituto não consegue mais proteger tudo que é produzido. Assim, no rebatimento de **categorias x tipologias x forma de proteção** foi possível verificar o descompasso existentes na legislação de propriedade intelectual em relação ao *design*, através de três passos:

- 1) Submissão e adequação da tipologia do *design* definida nesta pesquisa à

legislação de propriedade intelectual e aos termos adequados para o mundo jurídico. Assim, peça única, bem tecnológico, objeto de uso prático, produto (em geral) e marca passaram a ser denominados, respectivamente por *design* de autor, invenção, modelo de utilidade, desenho industrial e marca.

- 2) Identificação da proteção adequada a cada grupo de artefatos
- 3) Nomeação dos artefatos protegíveis pelo registro de desenho industrial.
- 4) Apontamento dos artefatos que não encontram uma proteção definida na legislação vigente

b) Elaboração das generalizações:

Validadas as hipóteses, estas foram as considerações e generalizações que evidenciaram a desatualização existentes na legislação atual de proteção ao *design* brasileiro:

- 1) Apresentar-se como uma novidade é a principal condição para o *design* tornar o artefato passível de proteção legal
- 2) Direito de Autor ou Propriedade Industrial vão proteger o autor de investidas não autorizadas ao artefato tutelado
- 3) Nem todos os artefatos apontados como legítimos representantes do *design* brasileiro contemporâneo recebem a proteção do registro de desenho industrial
- 4) A proteção pela patente de invenção e patente de modelo de utilidade (além do registro de marca) podem ser utilizadas para tutela do *design* não contemplado pelo registro de desenho industrial
- 5) Mesmo sendo considerado *design*, alguns artefatos ficaram à margem da proteção legal nacional

Observação importante: As estratégias metodológicas traçadas para esta

pesquisa apresentaram etapas de trabalho a serem cumpridas durante o cronograma estabelecido, sem contudo considerá-las como sistemas fechados. Em qualquer etapa do processo, pôde-se retornar e estabelecer um “*feed back*” de informações - procedimento este que se fez necessário principalmente porque o caráter de maleabilidade de uma prática metodológica **aberta** tende a enriquecer o trabalho de pesquisa uma vez que possibilita alterar etapas e procedimentos mediante as necessidades de desenvolvimento do estudo.

3 O DIREITO

3.1 As coisas, os bens e o valor

Na história da humanidade, alguns conceitos são tão complexos que percorrem, por séculos, significações e implicações usuais que dêem conta da variedade de seu sentido num esforço sistemático para estabelecer com clareza uma distinção para o que, à primeira vista, é tão evidente.

Então, longe de ser uma verdade absoluta, mas atendendo às necessidades desta pesquisa, os **seres** são compreendidos aqui como **pessoas, sujeitos de direito**.

Na concepção clássica de Orlando Gomes e Clóvis Beviláqua são admitidas duas espécies de pessoas: aquelas naturais ou físicas, de existência visível denominados seres humanos, e aquelas pessoas jurídicas de existência ideal. O sujeito de direito é a quem a ordem jurídica atribui a faculdade, o poder ou a obrigação de agir, ora exercendo poderes ou cumprindo deveres. Este poder atribuído é um gozo, uma vantagem. Desta forma, segundo o conceito clássico, o sujeito de direito é aquele que participa da relação jurídica, sendo titular de direitos e deveres, enfim, aquele que tem capacidade para tal. Esta possibilidade, decorre de uma qualidade inerente ao ser humano, chamada personalidade jurídica¹⁹ e os que a têm são denominadas de pessoas (CORDEIRO, 2007:01)

Já **coisa**, de forma geral, é tudo o que existe na natureza ou que a inteligência do homem é capaz de conceber, ainda que não tenha existência real, mas que seja susceptível de ser captado pelos sentidos (LEITE, 2006); e juridicamente, é tudo aquilo que, por ser **externo ao ser** e, conseqüentemente não possuir personalidade, pode ser objeto das relações jurídicas (art. 2º, CC).

¹⁹ Segundo Gonçalves (2006), o Código Civil Brasileiro - CC, de 2002, disciplina as relações decorrentes da vida em sociedade que se formam entre as pessoas, físicas ou jurídicas, Como toda pessoa é dotada de personalidade, **personalidade jurídica** é a qualidade jurídica que se revela como condição preliminar de todos os direitos e deveres (DINIZ, 1999)

Quando uma **coisa** passa a ser objeto de direito e torna-se útil ao homem, tecnicamente é definida como **bem**. Então, juridicamente, um bem corresponde à **coisa útil** (material ou imaterial), suscetível de apropriação e economicamente valorável (DINIZ, 1999).

Segundo Denis Barbosa e Bastos Tigre, o **bem** só se torna econômico, e por isso mesmo, objeto de uma propriedade, quando preenche os requisitos essenciais de escassez e disponibilidade e apresenta características para satisfazer interesse econômico, gestão econômica autônoma e subordinação jurídica ao seu titular (BARBOSA, 2002; TIGRE, 2006)

Ou, nas palavras de Jaquemin Schrans, citado por Barbosa (2002), um bem não adquire uma utilidade econômica, ou ainda, uma coisa não se converte em bem, senão graças aos direitos que se tem sobre elas. Pela Axiologia²⁰, quando à esta coisa é atribuído um valor ela passa a se constituir um bem (SZMRECSÁNYI, 2006) e quanto mais estritos são os princípios de exclusividade e de transferência da propriedade de um bem, mais o **valor comercial** desse bem tenderá a subir.

O conceito de **valor** que temos hoje em dia provém das idéias formuladas pelo economista Adam Smith (1723-1790) e o filósofo Kant (1724-1804), que afirmaram, cada um na sua área, ter esta palavra dois significados diferentes. Enquanto para Smith valor exprimeria tanto a "utilidade de um determinado objeto" (valor de uso), quanto o "poder de compra de outros objetos que a posse desse representa" (valor de troca), para Kant a filosofia do valor estaria estruturada em torno da distinção entre valor absoluto e valor relativo que, por sua vez, é determinada pela distinção entre meios e fins (MAXIMIANO, 1992).

Segundo Caygill (2000) e Barros (2007), pela aceção de Kant o significado de valor se opõe ao de preço, que é apenas uma das características do valor, um dos modos de representá-lo. Assim, quase um século depois, Karl Marx (1818-1883) fascinado pelas idéias de Adam Smith, atribuía como um dos motivos da riqueza da burguesia, o fato de que todas as mercadorias possuíam o duplo aspecto de valor de uso e valor de troca (LEITE, 2006).

Ao se "coisificar" a noção de valor, o que se está defendendo, na verdade, é o

²⁰ Axiologia é o estudo da natureza e essência do valor (REALE, 1999)

direito do ser sobre a propriedade do bem. Por isso, para Leite (2006), é possível encontrar no objeto das relações jurídicas subjetivas, além dos bens jurídicos economicamente apreciáveis, as atividades e serviços de natureza técnica ou intelectual (propriedade intelectual).

Como, por regra, a criação imaterial não tem, intrinsecamente, a escassez necessária para transformar um bem em bem econômico, para que se mantenha a produção intelectual como atividade racional de produção econômica, é preciso dotá-la de economicidade através de uma escassez artificial determinada pelo seu criador e denominada por Barbosa (2002) de **exclusividade de direitos**²¹

E é justamente esta exclusividade de direitos que oferece os instrumentos de proteção ao autor da obra original, inibindo a sua cópia não autorizada e legalizando licenças de uso ou cessão de direitos quando necessárias.

Portanto, afirma Barbosa (2006) que idéia é que o criador do novo bem determine, dentro de limites socialmente aceitos e legalmente protegidos, as condições sob as quais o bem pode ser usado por terceiros, lembrando, como acrescenta Reale (1999) que a relação do homem com o bem acontecerá sempre através dos direitos de propriedade e posse sobre as coisas²².

3.2 A propriedade

Na história do Direito não existe um conceito único de propriedade e, em torno desse instituto, a influência direta dos regimes políticos em cujos sistemas

²¹ Diferentemente do monopólio, que é o domínio completo do Mercado, através de um privilégio dado pelo governo a alguém para poder, sem competidor, explorar uma indústria ou vender algum gênero especial (MICHAELIS, 2013), a **exclusividade de direitos** na Propriedade Intelectual refere-se ao conjunto de direitos exclusivos concedidos pelo Estado ao criador/titular que impede a fabricação, o uso, a venda, a oferta de venda e a importação do artefato que por ele legalmente protegido, sem a sua expressa autorização. Note-se que a exclusividade de direitos incide apenas sobre o produto protegido, enquanto o monopólio veta toda e qualquer possibilidade de produtos semelhantes.

²² Enquanto a propriedade implica a segurança que lhe proporciona o domínio, a posse implica o usufruto (direito real sobre coisas alheias, conferindo ao usufrutário a capacidade de usar as utilidades e os frutos de uma coisa, ainda que não seja o proprietário) de acordo com a duração e o modo de desfrute do bem (BARBOSA, 2006).

jurídicos é concebido.

Etimologicamente, definir propriedade não é tarefa fácil pois a própria origem do vocábulo é obscura. Dizem Maria Helena Diniz e Carlos Roberto Gonçalves que alguns estudiosos acreditam que o vocábulo **propriedade** origina do latim *proprietas*, derivado de *proprius*, designando o que pertence a uma pessoa. Assim, em sentido amplo, a propriedade indicaria toda relação jurídica de apropriação de um certo bem corpóreo ou incorpóreo (DINIZ, 1999:89 e GONÇALVES, 2006:206).

Porém, entende Gonçalves (2006) que para coisas corpóreas a denominação mais adequada é **domínio**, que vem de *domare*, significando sujeitar ou dominar, respectivo à idéia de *domus*.

Segundo Monteiro (1979), o que se observa no Direito Romano é que, por *domus* significar **casa** e o senhor desta ser conhecido por *dominus*, *dominum* significaria tudo o que pertence ao chefe da casa, mesmo que se tratasse de usufruto.

Desta forma, mesmo que a palavra *dominum* tenha um sentido mais restrito do que *proprietas*, pela doutrina jurídica brasileira, **propriedade** e **domínio** são termos equivalentes que, apesar de serem utilizados distintivamente, comumente são empregados como sinônimos.

Assim, concordam Bevilacqua (1946) e Cretella Junior (1967) que, de acordo com a Lei Nº10.406/02, a **propriedade será sempre um direito real, pleno, exclusivo e independente de usar, gozar e dispor da coisa, e de reivindicá-la a quem injustamente a possua ou detenha**

Sendo um direito real, o exercício da propriedade é definido como um direito absoluto - o mais amplo que um sujeito tem sobre um bem externo a ele, e por isso mesmo, independe de prestação de quem quer que seja; exclusivo - sobre a mesma coisa não pode haver mais de um direito de propriedade; e perpétuo - o direito de propriedade sobre uma coisa só acaba com cláusula legal extintiva (DINIZ, 1999)

Como é o direito de propriedade que consegue dar à coisa o necessário valor econômico para que esta se transforme num bem, a propriedade pode ser

definida também, como afirma Barbosa (2006), como **controle jurídico sobre bens econômicos**. Como somente os bens corpóreos podem ser objeto de propriedade (GOMES, 2004), para instituir um direito de propriedade sobre as idéias tecnológicas de utilidade industrial, o direito se viu obrigado a considerar a **concepção intelectual** como tendo as propriedades físicas que lhe faltam, naquilo que interessa à sua exploração empresarial.

Para Denis Barbosa,

(...) a tradição reservara a palavra *propriedade* ao controle sobre coisas, ou bens tangíveis. Por uma extensão relativamente moderna, admite-se falar de *propriedade intelectual*, *propriedade industrial*, *propriedade comercial*, etc., para descrever direitos exercidos com relação a certos bens imateriais cuja escassez própria do mundo concreto lhes foi inserida artificialmente (BARBOSA, 2006:70-71).

Assim, o **direito de propriedade**, seja sobre bens materiais e/ou imateriais, é elemento indispensável na estrutura econômica e social do Estado, tanto que o direito de propriedade talvez seja o mais sólido e o mais importante dos direitos subjetivos²³, o eixo central, a viga mestra que sustenta todo o direito das coisas²⁴.

Sendo o *design* uma criação original (um bem intangível) que surge da criatividade e capacidade imaginativa do homem para agregar valor às novas obras e aparatos (transformando um bem que não possuía economicidade em bem econômico), dentre os direitos de propriedade previstos na legislação nacional, apenas um poderá ser utilizado pelo *designer* para impor os limites pelos quais esse novo produto venha a ser utilizado por terceiros: a Propriedade Intelectual.

²³ Direito Objetivo: a norma propriamente dita; Direito Subjetivo: possibilidade que a norma dá de um indivíduo exercer determinada conduta escrita na lei.

²⁴ Direito das coisas é um conjunto de normas que regem as relações jurídicas concernentes aos bens materiais ou imateriais suscetíveis de apropriação pelo homem

3.3 A Propriedade Intelectual

A propriedade, seja sobre bens materiais e/ou imateriais é elemento indispensável na estrutura econômica e social do Estado. Tanto que na Antiguidade, o direito de propriedade material foi a base da própria sociedade, ao lado da religião e da família.

Nas relações entre a pessoa e as coisas (bens) imateriais, os direitos de propriedade geram os denominados direitos intelectuais (CHAVES, 1996; BITTAR, 2005). Segundo Barbosa (2006) e Barros (2007) isto acontece porque a propriedade intelectual confere aos criadores de obras intelectuais, direitos de utilização e exploração exclusiva, por tempo determinado, resultando sempre numa espécie qualquer de exclusividade de reprodução ou emprego de um produto, ou serviço.

A expressão "propriedade intelectual" diz respeito aos direitos sob o bem resultante do trabalho ou atividade criativa do indivíduo que abrange todas as áreas do conhecimento humano e sobre o qual se exerce o direito de usar, gozar, dispor e reavê-lo de quem injustamente o possua (GONTIJO, 2009).

Baseada na Convenção de Estocolmo²⁵, de 1967, a definição de propriedade intelectual é ampla e abarca todos os direitos relativos às atividades intelectuais nos domínios industrial, científico, literário e artístico. De maneira geral, adota-se o conceito da Organização Mundial da Propriedade Intelectual – OMPI²⁶:

²⁵ Após a Segunda Guerra Mundial, com o mundo em reconstrução e a retomada do comércio internacional, 23 países iniciaram uma rodada de negociações tarifárias que deram origem ao General Agreement on Tariffs and Trade - GATT (Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio): conjunto de normas e concessões tarifárias a fim de harmonizar e regular as relações comerciais internacionais. Como resultado da confluência dos temas do comércio internacional e da propriedade intelectual dentro dessa nova realidade, em 1967 foi criada em Estocolmo, na Suécia, a World Intellectual Property Organization - WIPO (Organização Mundial da Propriedade Intelectual - OMPI) (WIPO, 2012)

²⁶ A OMPI é uma agência especializada da Organização das Nações Unidas - ONU, constituída em 1967, que se dedica ao desenvolvimento de um sistema internacional de propriedade intelectual equilibrado e acessível, visando a recompensar a criatividade, estimular a inovação e contribuir para o desenvolvimento econômico, bem como salvaguardar os interesses públicos. Com 184 estados-membros, administra 24 tratados divididos em três grupos: Proteção de Propriedade Intelectual (define as regras básicas de proteção à propriedade intelectual); Sistemas de Proteção Global (assegura a eficácia dos registros internacionais de propriedade intelectual em todos os estados-membros); e Classificação (cria

Propriedade Intelectual é a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico (BARBOSA, 2006).

No Brasil, a propriedade intelectual está disciplinada pela Constituição Federal - CF, de 1988, nos seguintes termos:

Art. 5º. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade.

[...]

XXII - é garantido o direito de propriedade

XXIII - a propriedade atenderá a sua função social

XXVII - aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar;

XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País.

sistemas de classificação que organizam informações sobre invenções, marcas e desenhos industriais) (WIPO, 2012)

A necessidade de uso de um sistema de proteção aos direitos de propriedade intelectual é visto por Silveira (1996) com o objetivo de que os criadores usufruam dos benefícios morais e econômicos de seus esforços e, conseqüentemente, haja uma valoração dos ativos intangíveis desenvolvidos através do conhecimento que eles geram.

Pelo aspecto moral (personalíssimo) resguarda-se e reconhece-se a pessoa do autor, e pelo aspecto patrimonial (ou econômico), se dá a garantia aos detentores da propriedade intelectual, da exclusividade e da concorrência leal, propiciando a exploração econômica desses bens - concordam Cerqueira (1946), Barbosa (2006) e Barros (2007).

De maneira geral, pelos direitos de propriedade intelectual (figura 13) se protege o fruto da atividade criativa do homem que incidem sobre as criações estéticas (intelectuais) - considerando-se o deleite, a beleza, a sensibilização, o aperfeiçoamento intelectual como nas obras de literatura, de arte e de ciência; ou utilitárias (industriais) - considerando-se a satisfação de interesses materiais do homem na vida diária, com objetivos práticos, de uso econômico ou doméstico, de bens finais resultantes da criação, como móveis, automóveis, máquinas, etc (FUJINO et al, 1999; BARBOSA, 2002).

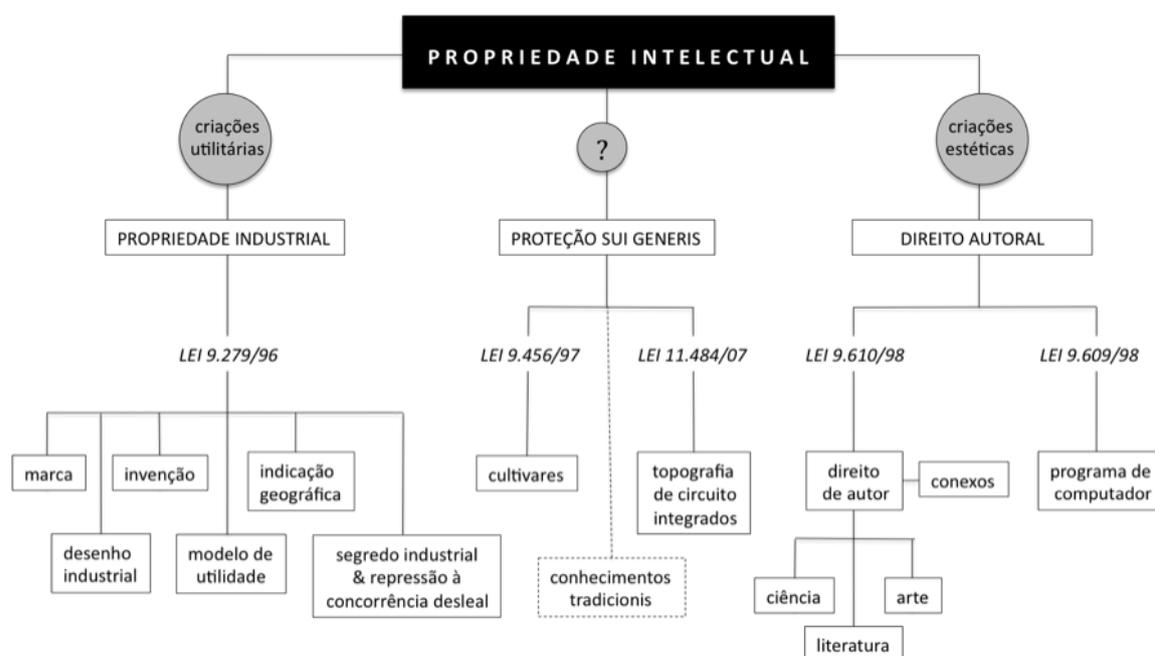


Figura 13 – Alcance do sistema brasileiro de propriedade intelectual
Fonte: Elaborado pela autora

Portanto, pelo observado na figura anterior, a Propriedade Intelectual abrange, no Brasil, três grandes áreas: a Propriedade Industrial para proteção das criações utilitárias (campo da técnica); o Direito Autoral para as estéticas (campo das artes) e, entre essas duas, a proteção *Sui Generis* que tutela as criações que não se enquandram numa ou noutra área.

Interessante observar que, apesar dos Conhecimentos Tradicionais estarem dispostos nesta última área de proteção, o mesmo não se encontra resguardado por nenhuma delas pois não há no Brasil uma legislação específica para a tutela dos saberes e conhecimentos populares que avncam de geração a geração, passando de pai para filho numa mesma comunidade.

Como este estudo diz respeito à análise das (im)possibilidades de proteção legal ao *design* contemporâneo, especificamente no Brasil, os próximos itens tratarão com mais detalhes de cada forma prevista na legislação nacional para, ao término do capítulo, termos uma visão geral da aplicabilidade da lei em casos casos concretos.

3.4 A Propriedade Industrial

Entendida como um direito a ser aplicado, em seu sentido mais amplo, não somente para refererir-se à indústria e ao comércio, mas também à agricultura, à indústria extrativa e a todos os produtos naturais ou manufaturados, a expressão "propriedade industrial" foi criada durante a Convenção da União de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial - CUP, de 1883 (WIPO, 2012) e atualmente, conforme cita o INPI, em sua cartilha, é importante ferramenta para a promoção do desenvolvimento de um país, pois dela decorre diretamente a capacidade inventiva ou criadora de tecnologia de seus habitantes.

Segundo Varela (2005), especialmente para os países em desenvolvimento como o Brasil, a propriedade industrial tem uma função muito importante para

alavancar o desenvolvimento econômico e social, afinal, como completa Leonardos e Pinto (2005),

um sistema de propriedade industrial não se trata de um simples mecanismo jurídico de reconhecimento do inventor, mas de um mecanismo que contribui para a regulamentação, organização, divulgação e utilização da informação referente à inovação para fins de aplicação industrial e, conseqüentemente, da promoção da industrial nacional (LEONARDOS E PINTO, 2005:173)

A primeira lei brasileira para obtenção e proteção das **criações industriais** data de 1809 e é conhecida como **Alvará de Dom João VI**, cuja redação justificava, principalmente, a concessão de monopólios temporários para os inventores. De acordo com Gama Cerqueira (1946), com esta legislação, o Brasil tornou-se o quarto país do mundo a estabelecer a proteção dos direitos do inventor²⁷, sendo precedido pela Inglaterra, em 1923; Estados Unidos, 1787 e França, 1791.

Signatário da CUP até sua última revisão, denominada Revisão de Estocolmo (1967), o Brasil presenciou nos últimos 30 anos um grande salto de valoração econômica e estratégica dos direitos de propriedade industrial.

Tal valoração passa pelo antigo Código da Propriedade Industrial de 1971 (Lei Nº 5.772/71), pela ratificação e promulgação pelo Brasil do Tratado de Cooperação em Matéria de Patentes (PCT – *Patent Cooperation Treaty*), culminando com a adesão do Brasil ao Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade intelectual Relacionados ao Comércio – ADPIC (TRIPS – *Trade Related Aspects for Intellectual Property Rights*) e início da vigência da atual Lei da Propriedade Industrial de 1996 (Lei Nº 9.279/96), com vigência a partir do ano posterior (BARCELOS, 2004)

²⁷ Apesar disto, foi somente em 1830 que surgiu a primeira lei brasileira relativa a invenções promulgada após a nossa independência, o que colocaria o Brasil como a 13ª nação a adotar legislação protetora das invenções (BARCELOS, 2004:16)

Tendo em vista os artigos 5º da Constituição Federal vigente e o artigo 2º da Lei de Patentes - Nº 9.279/96:

Art. 2º A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu **interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País**, efetua-se mediante:

- I - concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade;
- II - concessão de registro de desenho industrial;
- III - concessão de registro de marca;
- IV - repressão às falsas indicações geográficas; e
- V - repressão à concorrência desleal.

(LEI Nº 9.279/96)

Haverá direito de propriedade industrial toda vez que um bem econômico imaterial for objeto potencial de propriedade e passível de apropriação por terceiros, tão logo seja colocado no mercado (COSTA, 1999).

Portanto, a Propriedade Industrial (Lei Nº 9.279/96) é o instituto jurídico criado para proteger os artefatos que se apresentem como invenções e modelos de utilidade (por meio de patentes), e marcas e desenhos industriais (através de registros) (figura 14).

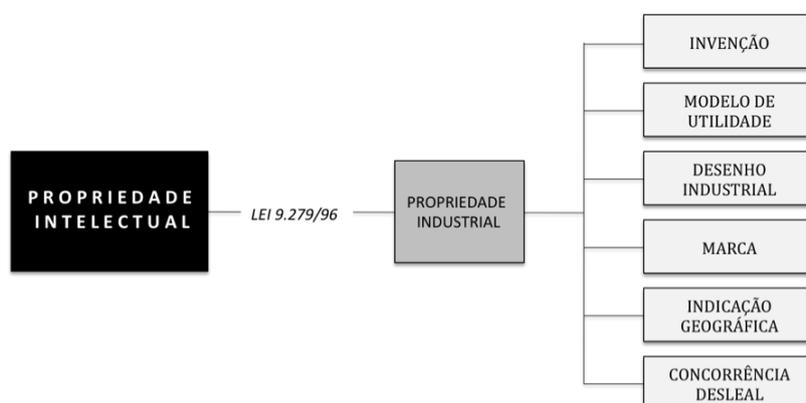


Figura 14 – Alcance da propriedade industrial
Fonte: Elaborada pela autora a partir da Lei Nº 9.279/96

3.4.1 Invenção

Segundo o INPI, invenção diz respeito a criação de algo novo, uma nova solução para problemas técnicos que podem até ser antigos, mas cuja solução demonstrou características que não eram conhecidas no corpo dos conhecimentos existentes até então, no seu campo técnico (INPI, 2013).

Pelos ensinamentos de Pedro Paranaguá, o bem tecnológico patenteadado como invenção pode ser um objeto físico determinado ou "*uma série de ações humanas, mecânicas ou químicas que ao fim levarão a um resultado*" (PARANAGUÁ e REIS, 2009)

Diferentemente da descoberta, que é a revelação de algo que já existia e sempre esteve na natureza; **invenção é a coisa tecnicamente nova**, é a criação de algo que antes não existia, e passa a ser incorporada a um produto ou processo, tornando-o **inovador**²⁸ para os seus pares.

A fim de garantir que terceiros não autorizados façam uso de sua invenção, deve o criador da coisa nova que atenda aos requisitos de **novidade**, **atividade inventiva** e **aplicação industrial** (art.8º Lei Nº 9.279/96), requerer junto ao INPI, a **PATENTE DE INVENÇÃO**.

Desta forma, haverá **novidade** quando a tecnologia ainda não tenha se tornado acessível à comunidade científica, técnica ou industrial; ou seja, quando a solução encontrada para o problema seja desconhecida até dos *experts* da área. Segundo ensina Denis Barbosa, vale hoje no Brasil, "*o princípio da novidade absoluta em matéria de patente: se a tecnologia para a qual se pede proteção já entrou no 'estado da técnica em qualquer lugar, em qualquer tempo, não existe privilégio*" (BARBOSA, 2006)

Sabendo-se que, quando uma invenção é aplicada a um produto, este se torna uma novidade diante dos outros produtos similares, então a **atividade inventiva** implicará que esta inovação não tenha decorrido, de maneira

²⁸ A inovação em produtos é classificada como incremental ou radical. Incremental é quando uma mercadoria já existente recebe melhorias e ganha um novo valor de mercado. Radical, é criação de um produto completamente novo levando, em muitos casos, ao desuso de outro que exercia função semelhante (SEBRAE, 2008).

evidente, do "estado da arte"²⁹ nem esteja compreendida no "estado da técnica"³⁰, representando um real progresso na área ao qual está inserida.

Em relação à susceptibilidade de **aplicação industrial**, esta existirá se a invenção for passível de ser fabricada, reproduzida ou utilizada em qualquer tipo/gênero de indústria.

Além destes, a **suficiência descritiva** estará presente num processo de pedido de patente quando um técnico no assunto for capaz de, em lendo a descrição do invento, reproduzi-lo adequadamente.

Em se tratando especificamente do *design*, afirma Suzana Guimarães, do INPI, que este é o objeto pelo qual a invenção se insere no mundo físico. Desta forma, para que o *design* seja considerado o objeto pelo qual a invenção se insere no mundo físico, este não pode ser apenas uma

justaposição de processos, ou meios conhecidos, nem uma simples mudança de forma, de proporções ou dimensões, nem mesmo a mudança de materiais, salvo se, no conjunto, o resultado obtido não seja evidente ou óbvio para um técnico no assunto, ou seja, o resultado final apresente um feito técnico novo ou diferente (GUIMARÃES, 2005)

De posse da Carta Patente, o titular passa a ter o poder de impedir que terceiros copiem e vendam a invenção ou comercializem um produto que leve a invenção patenteada sem sua autorização durante um período de **20 anos**, contados a partir do depósito do pedido protocolado no INPI. Porém, até que seja concedida a Carta Patente, o que o titular tem é uma **expectativa de direitos**, que, apesar de lhe não conferir todos os direitos, lhe dá respaldo para, futuramente, cobrar judicialmente qualquer prática indevida de terceiros

²⁹ Estado da arte é uma expressão que representa o nível de desenvolvimento em que se encontra uma área específica do conhecimento, em determinado momento (como está hoje)

³⁰ Estado da técnica é tudo o que está acessível ao público através de descrição escrita ou oral, pelo uso ou de qualquer outro modo, antes da divulgação de algum conhecimento novo (como estava antes)

contra sua invenção.

Ao titular da patente cabe a exploração da sua invenção, sob pena desta cair em "domínio público". Porém, caso ele mesmo não o faça, poderá, durante o período de vigência da patente, licenciar a terceiros esta exploração.

Como não há a possibilidade de prorrogação, as patentes se extinguem pelo término do prazo de duração; pela renúncia do titular e pela caducidade. Uma vez extinta a patente, qualquer pessoa poderá utilizar e desenvolver a invenção.

No quadro 14, a síntese da proteção da invenção:

Quadro 14 – Síntese da patente de invenção

SÍNTESE DA PROTEÇÃO DA INVENÇÃO – LEI Nº 9.279/96	
OBJETO	invenções
OBJETIVO	Carta Patente Proteger a nova solução encontrada para um problema tecnológico específico
ABRANGÊNCIA	Bem tecnológico de produto ou de serviço
AUTOR	Pessoa física
TITULAR	Pessoa física ou jurídica
DURAÇÃO	Direito moral Sempre reconhecido como inventor da coisa
	Direito patrimonial 20 anos a partir da data do depósito
REQUISITO DE PROTEÇÃO	Novidade absoluta Solução desconhecida para os experts da área
	Atividade inventiva Provoca um real progresso na área da invenção
	Aplicação industrial Possibilidade de reprodução mecânica
	Suficiência descritiva Permite sua reprodução por técnico do assunto
PENALIDADE	de 1 a 4 anos de detenção e multa

Fonte: Elaborado pela autor a partir da Lei Nº 9.279/96

3.4.2 Modelo de Utilidade

Da mesma forma que o alto nível de inovação técnica permitirá a obtenção de uma patente de invenção, os **aperfeiçoamentos** ou **melhorias** na **utilidade** ou **fabricação do objeto**, pela ação da novidade parcial que se lhe agrega, são passíveis de receber uma PATENTE DE MODELO DE UTILIDADE.

Segundo Denis Barbosa, apesar de não haver propriamente uma invenção, há uma significativa melhoria, resultando na maior eficácia ou comodidade do objeto (BARBOSA, 2006), sendo que o modelo de utilidade será, então, o produto resultante de uma modificação de forma, ou disposição, de objeto já existente, representando uma melhoria de caráter funcional no uso ou no processo de fabricação de algum produto, sendo nada mais que um aperfeiçoamento na utilidade, requerendo também a **novidade**, a **industriabilidade** e a **atividade inventiva** (LIMA, 2001).

Diferentemente da invenção, no Brasil, a proteção pela patente de modelo de utilidade se destina apenas ao **aperfeiçoamento de elementos físicos**, vedada qualquer proteção de processos, por isso Barbosa (2006), afirma que *“grande parte das patentes de autores nacionais é classificável como modelo de utilidade”*.

Embora muito parecidos, invenção e o modelo de utilidade têm níveis de exigência para concessão de suas respectivas patentes bem diferenciados: será **novo** quando não compreendido no estado da técnica e terá **aplicação industrial** quando o objeto criado, ou parte dele, tenha possibilidade de utilização prática. Já o caráter de **inventividade**, para o modelo de utilidade, é bem menor do que para a invenção. Enquanto que, para se caracterizar uma invenção esta não pode decorrer de maneira evidente ou óbvia para um técnico no assunto, no modelo de utilidade, basta que **a criação não decorra de maneira comum ou vulgar em relação ao estado da técnica**. O ato inventivo é, desta maneira, *“relativo à transformação na forma do objeto, ou em parte deste, para solucionar um problema de funcionamento”* (GUIMARÃES, 2005).

Segundo Patrícia Peralta, do INPI, nos casos em que a melhoria funcional ocorra em objetos protegidos por patente de terceiros (já concedidas ou em

fase de concessão – expectativa de direito), o inventor dessa melhoria deverá pedir formalmente a autorização do titular da primeira invenção para patentear seu modelo de utilidade e explorá-lo economicamente (PERALTA, 2009).

No que diz respeito à duração, enquanto a patente de invenção tem prazo determinado em 20 anos, na patente de modelo de utilidade, por ser mais um aperfeiçoamento do que uma invenção propriamente dita, este **prazo é de 15 anos**, também contados a partir do depósito do pedido no INPI e também não prorrogáveis. Como na invenção, ao titular da patente de modelo de utilidade cabe a exploração ou o licenciamento da sua criação, sob pena de cair em domínio público.

No quadro 15, a síntese da proteção do modelo de utilidade:

Quadro 15 – Síntese da patente da modelo de utilidade

SÍNTESE DA PROTEÇÃO DO MODELO DE UTILIDADE- LEI Nº 9.279/96	
OBJETO	modelos de utilidade
OBJETIVO	Carta Patente Proteger aperfeiçoamentos ou melhoramentos na utilidade ou fabricação de objeto real
ABRANGÊNCIA	Objetos (físicos) de uso prático, ou parte deste
AUTOR	Pessoa física
TITULAR	Pessoa física ou jurídica
DURAÇÃO	Direito moral Sempre reconhecido como inventor da coisa
	Direito patrimonial 15 anos a partir da data do depósito
REQUISITO DE PROTEÇÃO	Novidade parcial Significativa melhoria, eficácia ou comodidade
	Ato inventiva Provoca um real progresso na área da invenção
	Aplicação industrial Possibilidade de reprodução mecânica
	Suficiência descritiva Permite sua reprodução por técnico do assunto
PENALIDADE	de 3 meses a 1 ano de detenção ou multa

Fonte: Elaborado pela autor a partir da Lei Nº 9.279/96

3.4.3 Desenho Industrial

Segundo Barbosa (2006), para as criações técnicas, temos a patente de invenção ou modelo de utilidade; para as criações com características de uma obra de arte mas com a particularidade de servir de tipo para fabricação industrial, estamos no domínio do desenho industrial.

É através do REGISTRO DE DESENHO INDUSTRIAL, portanto, que se protege o aspecto ornamental ou estético de um objeto constituído por características tri ou bidimensionais, em detrimento do exclusivamente funcional³¹. A princípio, o que se protege como desenho industrial é

“a concepção funcional-estética de um produto, possível de reprodução em série industrialmente. Diz-se estético-funcional, aqui, porque, enquanto a estética se reporta à imagem final do produto, ou seja, aquela oferecida à percepção do consumidor, o funcional se refere à sua aplicação e eficácia, em suma, a sua funcionalidade” (BARROS, 2007).

Note-se que, para obter a proteção por desenho industrial é imprescindível a existência de dois elementos que no mundo dos artefatos contemporâneos não mais se contrapõem: a **funcionalidade** e a **estética**, visto que o que se propõe hoje em dia é que as novas criações devam acompanhar a evolução da matéria e serem disciplinadas sem dependência das categorias rígidas da técnica e da estética, como um fenômeno do sistema industrial moderno que não pode ser reduzido aos critérios convencionais da arte ou da tecnologia.

Segundo Lima (2001), praticamente toda intervenção visual em produtos, através de texturas, grafismos, etc., com vistas à produção industrial são protegidas pelo registro de desenho industrial. Desta forma, os requisitos para sua proteção são a **novidade** - quando não compreendido no estado da técnica; a **originalidade** - quando dele resulte uma configuração visual distintiva em relação a outros objetos anteriores, mesmo que resultado da

³¹ Por menor que seja a intervenção formal, ela deverá sobressair-se da configuração eminentemente técnica ou funcional (BARBOSA, 2006) do objeto. .

combinação de elementos conhecidos; e a **possibilidade de produção industrial**.

O registro do desenho industrial tem prazo de **duração de 10 anos**, contados da data do depósito, podendo ser **prorrogável por até 3 períodos sucessivos de 5 anos cada**, pode ser concedido para até 20 variações de um mesmo *design* (produto ou gráfico) que se destinem ao mesmo depósito e guardem entre si a mesma característica distintiva preponderante. Nos termos da Lei de Direito Autoral, alguns desenhos industriais também podem ter direitos assegurados como obra de arte aplicada. Nesse caso, não há necessidade de qualquer solicitação formal para obter proteção para a criação.

No quadro 16, a síntese da proteção do desenho industrial:

Quadro 16 – Síntese do registro de desenho industrial

SÍNTESE DA PROTEÇÃO DO DESENHO INDUSTRIAL- LEI Nº 9.279/96		
OBJETO	desenho industrial	
OBJETIVO	Registro	Proteger a composição estético-formal dos produtos
ABRANGÊNCIA	Produtos, em geral	
AUTOR	Pessoa física	
TITULAR	Pessoa física ou jurídica	
DURAÇÃO	Direito moral	Sempre reconhecido como criador do produto
	Direito patrimonial	10 anos a partir da data do depósito, prorrogável por mais 3 períodos de 5 anos
REQUISITO DE PROTEÇÃO	Novidade	Considerável criatividade estético-formal
	Originalidade	Configuração visual distintiva dos existentes
	Aplicação industrial	Tipo, modelo, molde para reprodução
	Suficiência descritiva	Permite sua reprodução por técnico do assunto
PENALIDADE	de 1 mes a 1 ano de detenção ou multa	

Fonte: Elaborado pela autor a partir da Lei Nº 9.279/96

3.4.4 Marca

Apesar de ser considerada por intelectuais do direito como Denis Barbosa e Newton Silveira, a mais importante das propriedades intelectuais, por ter a finalidade proteger o investimento do empresário e garantir ao consumidor a capacidade de reconhecer o bom e o mau produto (BARROS, 2007), a marca não encontra na Lei Nº 9.279/96 uma definição exata.

Na verdade, a lei dá "pistas" do que pode ser registrado como marca: sinais distintos visualmente perceptíveis (art. 122); para distinguir produtos (art.123, I); para atestar conformidade (art.123, II); para identificar produtos (art.123, III); além de apontar não pode ser registrado (art. 124).

Eugênia Barros (2007) diz, sobre as marcas, que estas são um dos elementos mais importantes para a empresa, pois constroem sua história com base no renome que alcançam no mercado, por representarem tradição, qualidade e distinção inconfundível de produtos e serviços junto aos consumidores.

Para receber o REGISTRO no INPI, a marca deve ser identificada pela sua **natureza** e pela sua **forma de apresentação**.

Pela natureza, a marca se classifica em:

- a) Marca de produto ou serviço, que distingue produtos ou serviços de outros idênticos ou afins quanto à sua procedência;
- b) Marca de certificação, que atesta a conformidade de um produto ou serviço a determinadas normas ou especificações técnicas; e
- c) Marca coletiva, que identifica produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade.

Quanto à forma de apresentação, o critério adotado pelo INPI é o dos elementos visuais que compõem a marca. Assim, as marcas se classificam em:

- a) Marca nominativa, quando formadas por uma ou mais palavras, letras ou algarismos;
- b) Marca figurativa, formada por figura ou forma estilizada de letras e números ou ideogramas;

c) marca mista, que é uma combinação de elementos nominativos e figurativos, inclusive a grafia estilizada; e

d) Marca tridimensional, que são as formas plásticas dos produtos ou suas embalagens, distinguíveis por si mesmas, desde que não estejam associadas a qualquer aspecto de ordem técnica.

Existem ainda dois tipos de marca que não se enquadram em nenhuma dessas classificações, mas que recebem uma proteção especial. São as marcas de **alto renome** e a **notoriamente conhecida**.

O reconhecimento de uma marca como marca de alto renome se dá por parecer técnico emitido pelo INPI àquelas marcas registradas no Brasil

que se projetam em função do bom conceito que desfrutam no mercado, do reconhecimento público de sua boa qualidade, a ponto de justificar o impedimento de outras idênticas em qualquer outro ramo de atividade econômica (BARROS, 2007).

Portanto, as marcas de alto renome, independente do segmento no qual estejam inseridas, recebem proteção em todos os demais ramos de atividade, sejam eles concorrentes ou não.

Já as marcas notoriamente conhecidas em seu ramo de atividade, assim o são em virtude da Convenção de Paris, e não necessitam de registro no Brasil para reclamarem contra o uso indevido por terceiros e requererem para si a proteção contra possíveis usurpações. O fato de serem amplamente conhecidas em seu ramo de atividade é que lhes confere esse título. A comprovação para ser notoriamente conhecida se dá no território em que tal proteção é requerida, no ato do depósito.

Para ser protegida legalmente, a marca deve ter algumas características sem as quais o registro no INPI não poderá acontecer. A primeira e mais importante dessas características é que a marca seja **visualmente perceptível**, descartando-se totalmente qualquer sinal que não possa ser representado graficamente.

Em relação aos conceitos de **novidade** e **originalidade**, o sinal utilizado na criação de uma marca não precisa, necessariamente, ser criado pelo titular, o que deve ser nova é a **utilização daquele signo** na identificação daqueles produtos ou serviços prestados, dentro, portanto, de dado segmento. No direito marcário, o uso de marcas iguais para segmentos distintos é compreendido dentro do conceito de novidade relativa, ou seja, uma marca pode já existir em outro segmento, desde que não colidente com o segmento para o qual está sendo requerida.

Assim como em relação às patentes, a Lei Nº 9.279/96 não identifica os sinais que podem ser utilizados como marcas, preferindo elencar as proibições daquilo que não pode ser registrado.

De acordo com Guimarães, outro ponto relevante na questão marcária diz respeito ao registro como marca tridimensional do objeto que estiver protegido como desenho industrial. Caso a proteção por desenho industrial já tenha sido dada, apenas tem direito ao registro de marca tridimensional se o objeto for do mesmo titular (GUIMARÃES, 2005).

A **vigência** do registro de uma marca é de **10 anos**, que, diferentemente das patentes de invenção e de modelo de utilidade, e do registro de desenho industrial, serão contados a partir da data de sua concessão e poderá ser prorrogado por períodos iguais e sucessivos, indeterminadamente.

Salvo força maior, o registro da marca concede ao titular um período de 5 anos, contados da sua concessão, para a efetiva utilização do sinal distintivo. Caso a sua exploração econômica não seja iniciada no Brasil, após esse período, ou na hipótese de interrupção desta exploração por período de 5 anos consecutivos, ou, ainda, na alteração substancial de seu caráter distintivo original, a marca caducará.

Desta maneira, o registro de marca pode se extinguir pela expiração do prazo de vigência, sem pedido de renovação; pela renúncia; pela caducidade; ou por não manter procurador domiciliado no Brasil, quando seu titular for estrangeiro. Ao titular do registro, por ser o proprietário da marca, é assegurado, portanto, o seu uso exclusivo em todo o território nacional; o direito de ceder o seu registro a terceiros; licenciar seu uso e zelar por sua

reputação e integridade material.

Na quadro 17, a síntese da proteção da marca:

Quadro 17 – Síntese do registro de marca

SÍNTESE DA PROTEÇÃO DA MARCA – LEI Nº 9.279/96		
OBJETO	marca	
OBJETIVO	Registro	Proteger os sinais distintivos, visualmente perceptíveis dos produtos e serviços
ABRANGÊNCIA	Sinais distintivos	
TIPOS	Pela sua natureza	Marca de produto ou serviço
		Marca de certificação
		Marca coletiva
	Forma de apresentação	Marca nominativa
		Marca figurativa
		Marca mista
		Marca tridimensional
	Marca de alto renome	
Marca notoriamente conhecida		
AUTOR	Pessoa física	
TITULAR	Pessoa física ou jurídica	
DURAÇÃO	Direito moral	Sempre reconhecido como criador da marca
	Direito patrimonial	10 anos a partir da concessão do registro, prorrogáveis por períodos iguais e sucessivos
REQUISITO DE PROTEÇÃO	Novidade relativa	A utilização deve ser nova no segmento
	Distintividade	Não tem característica própria
	Veracidade	Vinculo entre marca e produto
PENALIDADE	de 1 mes a 1 ano de detenção ou multa	

Fonte: Elaborado pela autor a partir da Lei Nº 9.279/96

3.4.5 Indicação Geográfica

Indicação geográfica, para Bruno Magrani, professor de Direito da Fundação Getúlio Vargas - FGV, é a proteção sobre o nome utilizado em produtos estabelecendo que são originários de uma determinada área geográfica e que possuem qualidades ou reputação relacionadas ao local de origem (MAGRANI, notas de aula, 2009).

No direito brasileiro, a indicação geográfica é dividida em dois tipos específicos de proteção:

a) Indicação de procedência: nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam **exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico**, incluindo fatores naturais e humanos (art. 178, Lei Nº 9.279/96).

Assim, a qualidade do produto ou serviço está diretamente relacionado às características intrínsecas e extrínsecas adquiridas devido aos fatores naturais e tradicionais humanos tornando-o um produto típico e tradicional (GONÇALVES, 2006).

b) Denominação de origem: nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de território que **se tenha tornado conhecido** como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou prestação de determinado serviço (art. 177, Lei Nº 9.279/96).

Por não estar diretamente envolvida com o *design*, não entraremos em pormenores desta proteção.

3.4.6 Segredo de Indústria e Repressão à Concorrência Desleal

O mais comum e eficiente meio de proteger produto ou um serviço, como apresentado, é através do uso dos direitos de propriedade intelectual; porém, algumas empresas tem recorrido também aos denominados "segredos industriais" para este fim.

Comumente usados como sinônimos, como em Kors (2007), Barbosa (2002), "**segredo de indústria**" e "**know-how**" não são a mesma coisa pois enquanto know-how define o "saber fazer" - um conjunto de conhecimentos e atividades

levadas a cabo por uma empresa ou pessoa, adquiridas por experiência e investigação, e que é difícil de imitar por terceiros (FLORES, 2008); o segredo de indústria está diretamente ligado à falta de acesso por parte do público em geral, ao conhecimento do modelo de produção de uma empresa (BARBOSA, 2002), ou seja, todo conhecimento técnico sobre idéias, produtos ou procedimentos industriais que, pelo seu valor competitivo para a empresa, o empresário deseja manter ocultos (INPI, 2013) .

Portanto, na relação do artefato de *design* com a proteção legal oferecida pelo Direito, acreditamos que não há de se falar em segredo de indústria e sim em "*know-how*" uma vez que o *design*, por si só já configura uma exposição (em qualquer grau de dificuldade de reprodução e/ou imitação) e o segredo seria o mesmo que a não existência do artefato.

E Represão à Concorrência Desleal, segundo ensina o Min. Nelson Hungria (apud BARBOSA, 2006)

é todo ato de concorrência contrário às práticas honestas, em matéria industrial e comercial. Em fase dessa fórmula genérica, todos os crimes contra a propriedade industrial poderiam ser colocados sob a rubrica de "crimes de concorrência desleal"; mas, entendeu-se de reservar-se esta denominação para aqueles atos de fraudulenta ou desonesta concorrência, que, não infringindo os dispositivos especificamente tutelares das patentes e dos sinais distintivos registrados, no campo da indústria e do comércio tentam contra o interesse de correção usual ou normal no âmbito dos negócios (HUNGRIA, 2006)

Tomando portanto, o objeto de estudo desta pesquisa, mas sem entrar necessariamente no mérito da questão, dentre os diversos tipos de atos de concorrência desleal, podem ser citados os que causam confusão, induzem ao erro e tiram proveito de realizações de terceiros.

3.5 Proteção Sui Generis

É a proteção dada a alguns ativos que não encontram amparo nem na legislação de Propriedade Industrial nem na de Direito Autoral, mas não podem ficar a mercê dos oportunistas de plantão. São eles:

3.5.1 Cultivares

Pela Lei Nº 9.456/09, cultivares são variedades de qualquer gênero vegetal claramente distinta de outras conhecidas com uma margem mínima de características, resultado do melhoramento genético realizado pelo melhorista (BARBOSA, 2002).

3.5.2 Topografia de Circuito Integrado

De acordo com a Lei Nº 11.484/07, topografia de circuito integrado significa uma série de imagens relacionadas, construídas ou codificadas sob qualquer meio ou forma, que represente a configuração tridimensional das camadas que compoem um circuito integrado e onde cada imagem represente, no todo ou em parte, a disposição geométrica ou arranjos da superfície do circuito integrado em qualque estágio de sua concepção ou manufatura (IFNMG, 2013)

3.6 Conhecimentos Tradicionais

Mesmo sem uma legislação específica, conhecimentos tradicionais são todas as formas de expressões, práticas, costumes, crenças e conhecimentos produzidos ao longo dos anos, passados de geração em geração, por determinada comunidade e que são resguardados pelos Direitos de Autor³² (IFNMG, 2013)

³² O direito de autor nasce na criação da obra. Sendo assim, tem o autor resguardado o direito de ter o seu nome vinculado àquela obra independentemente de qualquer tipo de registro ou existência de uma legislação específica

3.7 O Direito Autoral

A **propriedade intelectual** confere ao criador de obra intelectual direitos exclusivos sobre sua criação.

Para Chaves (1996) e Abrão (2002), Direito Autoral é um conjunto de prerrogativas de ordem moral e patrimonial que reconhecem a todo criador de obras intelectuais dotadas de alguma originalidade, os direitos exercidos por um titular sobre a obra – e não sobre a coisa e/ou o suporte onde ela está fixada³³.

Extendendo-se sob esta denominação os direitos de autor e os direitos que lhe são conexos que a Lei Nº 9.610/98 reconhece, e a proteção ao programa de computador, da Lei Nº 9.609/98, para Manso (1992) este é o direito que procura proteger o autor, a integridade da obra e a fruição aos proventos econômicos advindos da sua utilização (figura 15).

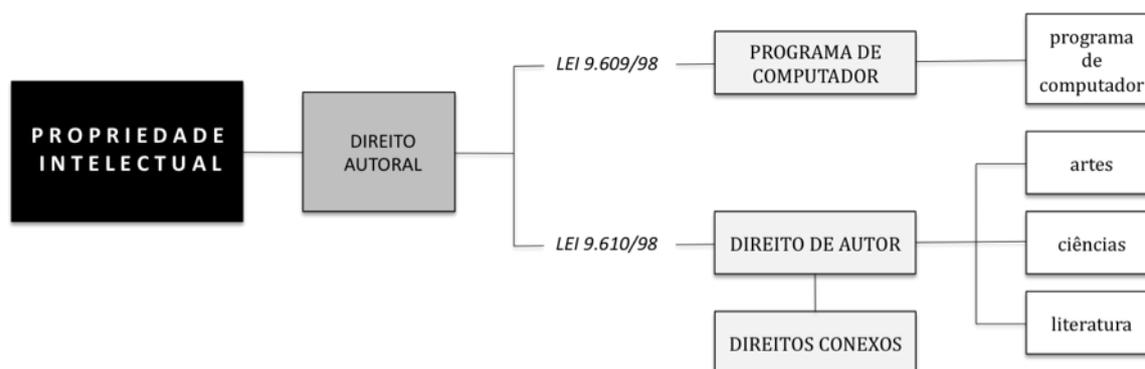


Figura 15 – Alcance do direito autoral

Fonte: Elaborada pela autora a partir das Leis Nº 9.909/98 e 9.610/98

Portanto, Direito Autoral é um conjunto de prerrogativas de ordem moral e patrimonial que a Lei Nº 9.610/98 reconhece a todo criador de obras intelectuais dotadas de alguma originalidade, extendendo-se sob esta denominação os direitos de autor e os direitos que lhe são conexos, exercido

³³ Dolabella (2008), a propriedade do suporte material onde se insere a obra não se confunde com o direito que o autor tem sobre a mesma.

por um titular sobre a obra – e não sobre a coisa e/ou o suporte onde ela está fixada³⁴ (CHAVES, 1996; ABRÃO, 2002).

Pela concepção jurídica latina, é titular de direito autoral apenas a pessoa física que cria a obra e os seus direitos de autor nascem do simples ato de criação da coisa (BITTAR, 1998; GARZON, 2006; SILVEIRA 2008), independentemente de seu registro - que possui natureza meramente declaratória, e não constitutiva de direitos³⁵.

Na verdade, quando se diz que o registro de direito autoral é meramente declaratório e dispensável, o que se quer proteger é o verdadeiro autor daquele que, antieticamente, se intitular como tal e corre ao registro, pretendendo com isso intitular-se autor, sem sê-lo (ABRÃO, 2002)

Em relação ao conceito de "autor", de um lado tem-se a autoria da criação intelectual enquanto vínculo à própria personalidade do autor (direitos morais); e de outro a vertente patrimonial expressa através do direito de exploração econômica da criação que, embora inicialmente pertença ao autor, poderá ser da titularidade de terceiros (diretos patrimoniais).

Para Souza (2006), distingue-se "direito autoral" de "direito de autor" pois que o segundo está inserido no primeiro por revelar um campo mais vasto do que as prerrogativas próprias do autor, como pode-se verificar nos itens seguintes:

3.7.1 Direito de Autor

Para Denis Barbosa, a questão fundamental do direito de autor é a proteção jurídica à **expressão das idéias** enquanto forma de expressão de uma criação intelectual. Assim, os direitos de autor são utilizados para restringir

³⁴ Dolabella (2008), a propriedade do suporte material onde se insere a obra não se confunde com o direito que o autor tem sobre a mesma.

³⁵ Art. 18 da Lei Nº 9.610/98: A proteção aos direitos de autor independe de registro.

obras que não tenham qualquer funcionalidade além do seu objetivo de expressão pois são produzidas com a finalidade única de expressar idéias, conceitos e sensações, e por isso mesmo, estão livres de qualquer restrição jurídica (BARBOSA, 2006).

No estudo do direito de autor como disciplina jurídica, são destacados três sistemas básicos. O **individualista** ou **subjetivo**, voltado para a **proteção do criador** (sistema francês); o **objetivo** ou **de resguardo à obra** como defesa da cultura (sistema anglo-norte-americano, que muito influenciou o sistema brasileiro); e o **coletivo** (sistema russo), concedido sob influência direta da ideologia socialista, que foi extinto em consequência da dissolução da União da República Socialista Soviética - URSS (REALE, 1999; BITTAR, 1998:106).

Nos países de tradição jurídica anglo-americana (*common law*) o direito de autor se denomina *copyright* (literalmente, direito de cópia), expressão que alude à atividade de exploração da obra por meio de sua reprodução. Nos países de tradição jurídica continental européia e latina, a origem do direito autoral veio de *droit d'auteur* (direito de autor), de orientação individualista que nasceu nos decretos da Revolução Francesa (LEITE, 2006).

É essa dicotomia histórica, entre o *droit d'auteur*, de origem francesa, e o *copyright*, de origem inglesa, que marcará os sistemas autoralistas vigentes no mundo até hoje. Enquanto o primeiro modelo privilegia os **direitos da pessoa do autor**, concedendo-lhe prerrogativas na condição de sujeito criador da obra, o segundo sistema centra-se na **obra em si**, regulando o seu direito de reprodução com a finalidade precípua de exploração de suas potencialidades econômicas (BITTAR, 2005; GONTIJO, 2009).

No Brasil, segundo Bittar (1998) a legislação nacional de proteção do autor é a Lei Nº 9.610/96, que permite a participação em todos os diversos meios de utilização econômica da obra, numa clara referência ao entendimento francês do *droit d'autor*.

Ainda que intermediado pelo homem, o ato original de criação intelectual, muitas vezes é associado ao divino, mostrando o quanto é imponderável e de difícil compreensão os direitos que tem uma pessoa sobre a sua criação, em meio a tantas e diferentes manifestações artísticas, literárias e científicas da

atualidade (HAMMES, 1998; LEWICKI, 2005). Porém, independentemente do julgamento estético que se dê à obra, o conceito jurídico de **originalidade** afasta qualquer critério exclusivamente subjetivo ou mesmo arbitrário que iniba a sua proteção (SILVEIRA, 1996; BARBOSA, 2006; GARZON, 2006).

Sobre este requisito podemos afirmar que a obra, uma vez completa, deve ser integrada de componentes individualizadores, de tal sorte a não se confundir com outra preexistente (ZILLI, 1997). Ou seja, que na obra se identifique traços e caracteres próprios e diferentes de outros já materializados sem, contudo, exigir-lhe a **novidade absoluta**.

Em relação à novidade absoluta e à inconsistência do uso do acervo cultural comum, interessante é a opinião do artista plástico Richard Hamilton, citado em Lewicki (2005:102): “*o artista da vida urbana do século XX é inevitavelmente um consumidor de cultura de massa e potencialmente um contribuinte para ela*”; diluindo assim a visão tradicional do artista de Ostrower (1997) como alguém que, essencialmente, cria do nada, algo novo.

As demonstrações artísticas da atualidade demonstram que **uma certa repetição não é, necessariamente, um plágio**, que são coibidos por se caracterizarem pela apropriação irregular de obra alheia. Antes disto, é um constante processar de elementos culturais conhecidos, de uma nova forma que poderá ser considerada original e digna de proteção, na maioria dos casos – isto porque **a proteção liberada pelo direito de autor não alcança a idéia do autor, mas só a forma pela qual ela se exterioria e se apresenta ao público** (LEWICKI, 2005; COELHO, 2006:137; SALOMON, 2008).

Sobre a duração do direito de autor, de acordo com Denis Barbosa (2006), a legislação dá à obra intelectual uma proteção de caráter temporário sendo que, como regra geral, o **direito moral jamais se extingue** e o **patrimonial perdura por toda a vida do autor e por mais setenta anos** (LIMA, 2001).

Cessando a proteção da utilização econômica da obra, esta cai em **domínio público** e qualquer pessoa poderá utilizá-la sem a devida contraprestação ao autor ou seus herdeiros. Segundo Bittar (2005) *apud* Garzon (2006), a idéia de domínio público está relacionada com a **possibilidade de aproveitamento da obra pela coletividade em uma espécie de compensação, frente ao**

monopólio exercido pelo autor.

Um dos grandes problemas do direito autoral encontra-se na discussão acerca do tempo que tem o autor (e seus herdeiros) de controlar a utilização econômica de sua obra. Isto porque o direito sobre a criação choca-se com o interesse da coletividade de fruir da obra sem prévia autorização dos autores ou pagamento de *royalties*³⁶. Se, de um lado, o criador precisa de incentivos para continuar a criar, do outro, está a coletividade, e seu direito ao livre acesso a essas criações.

No quadro 18, a síntese dos direitos de autor:

Quadro 18 – Síntese do direito de autor

SÍNTESE DA PROTEÇÃO DOS DIREITOS DE AUTOR – LEI Nº 9.610/98		
OBJETO	Criações no campo das artes, ciências e literatura; descobertas científicas	
OBJETIVO	Registro	Proteger a expressão das idéias, o autor, a integridade da obra e a fruição aos proventos econômicos advindo da sua utilização
ABRANGÊNCIA	Obras que não tenham qualquer funcionalidade além de expressar idéias	
AUTOR	Pessoa física	
TITULAR	Pessoa física ou jurídica	
DURAÇÃO	Direito moral	Sempre reconhecido como criador da obra
	Direito patrimonial	Via de regra, até 70 anos após a morte do autor
REQUISITO DE PROTEÇÃO	Originalidade	A obra não se confunde com outra preexistente
	Registro	opcional
PENALIDADE	Contrafação	1 a 4 anos de detenção e multa

Fonte: Elaborado pela autora a partir da Lei Nº 9.279/96

³⁶ *Royalties*, segundo a Receita Federal são as importâncias pagas para a exploração de propriedade intelectual ou remuneração de serviços técnicos e semelhantes (RECEITA, 2008)

3.7.2 Direitos Conexos

Regido pela mesma Lei Nº 9.610/98, de direitos autorais, os direitos conexos referem-se à proteção do artistas intérpretes ou executantes, dos produtores fonográficos e das empresas de radiodifusão, em decorrência de interpretação, execução, gravação ou veiculação de criações (INPI, 2013).

Como, no decorrer da pesquisa, não se encontrou qualquer conexão entre esses direitos e os artefatos brasileiros contemporâneos desenvolvidos a partir de uma metodologia de *design*, tal forma de proteção não foi abordada em minúscias ficando-se apenas com sua definição básica, a título de conhecimento da existência dessa modalidade de direito autoral.

3.7.3 Programa de computador

Além da legislação de direito autoral, que em seu artigo 7º coloca o programa de computador como uma obra intelectual protegida, este também receberá a proteção específica da Lei Nº 9.609/98, conhecida como Lei de Software.

Por definição do artigo 1º desta lei,

Programa de computador é a expressão de um conjunto organizado de instruções em linguagem natural ou codificada, contida em suporte físico de qualquer natureza, de emprego necessário em máquinas automáticas de tratamento da informação, dispositivos, instrumentos ou equipamentos periféricos, baseados em técnica digital ou análoga, para fazê-los funcionar de modo e para fins determinados (LEI Nº 9.609/98)

Ou, em outras palavras, o **programa de computador** é que faz um computador ou seus periféricos funcionarem de modo e para um fim determinado.

Como toda obra intelectual protegível pelo direito autoral, também o programa de computador tem seus direitos garantidos logo na criação, sendo opcional o seu registro.

De acordo com o que foi exposto até aqui acerca da proteção das criações fruto do intelecto humano, se tomarmos como **objeto de estudo e pesquisa, as formas de proteção legal ao *design* no Brasil**, havemos de fazer, antes de adentrar no campo de atuação do *designer* para analisar o que ele produz, uma breve análise da situação do *design* no Brasil contemporâneo.

Assim o próximo capítulo abordará o *design* no contexto do nacional de produção de artefatos.

4 O DESIGN

4.1 Construindo um conceito

Segundo afirma Bürdek, no clássico "História, teoria e prática de *design* de produtos", foi no *Oxford Dictionary*, no ano de 1588 que o termo *design* teve sua primeira descrição: "*um plano desenvolvido pelo homem ou um esquema que possa ser realizado; o primeiro projeto gráfico de uma obra de arte; um objeto das artes aplicadas ou que seja útil para a construção de outras obras*" (BÜRDEK, 2006:06). Porém, foi somente com o progresso da produção industrial e com a criação das *Schools of Design*, é que essa expressão passou a caracterizar uma **atividade específica no processo de desenvolvimento de produtos** (BOMFIM, 1994).

De origem latina *design* evoca o verbo *designare* (designar) e *signum* (marca, sinal), no qual se implicam os sentidos de desígnio (intenção) e de desenho (configuração), sendo que bem interessante a diferenciação feita pelo idioma espanhol quando assume *diseño* para projetar (atividade projetual) e *dibujo* para desenhar (realização manual); e pelo idioma inglês quando usa *design* (tradução do termo italiano *disegno*) como substantivo, significado um propósito (plano) e como verbo (*to design*), relacionado com o ato de projetar (dar forma aos objetos) (MOURA, 2003)

Assim, "*do ponto de vista etimológico, o termo já contém uma ambigüidade, uma tensão dinâmica, entre um aspecto abstrato de conceber/projetar/atribuir e outro de registrar/configurar/formar*" (DENIS, 2004:20).

No Brasil, a palavra *design* foi utilizada pela primeira vez com a criação da Escola Superior de Desenho Industrial - ESDI³⁷, em 1962, inserida na expressão *design industrial*³⁸. Porém, só em 2001, a palavra *design*, em

³⁷ Apesar de existirem, desde 1950, cursos de design em São Paulo e Belo Horizonte, a ESDI, no Rio de Janeiro, foi a primeira escola de ensino formal de design no país (AGUIAR, 2006)

³⁸ Segundo Oberg (1962) apud Niemeyer (1998:26), contrariando o significado original de *design*, *industrial design* foi inadequadamente traduzido por "desenho industrial", cuja conotação de habilidade de representar graficamente é distinta da mais adequada que seria "projetar".

língua inglesa, foi pela primeira vez dicionarizada e incorporada no dicionários Houaiss (MOURA, 2008)

Sobre o conceito de *design industrial*, afirma Tomás Maldonado que este é uma **atividade projetual que consiste em determinar as propriedades formais dos objetos produzidos industrialmente** (MALDONADO, 1977).

Gillo Dorfles, apesar de não dar uma nítida e axiomática definição de *design*, afirma que para um objeto pertencer ao *design industrial*, por ter sido inicialmente projetado e não fruto de uma sucessiva produção manual, teria de abarcar três pressupostos³⁹: **fabricação em série, produção mecânica e presença de um coeficiente estético** (DORFLES, 1991)

Assim, seguindo Maldonado e Dorfles, Gui Bonsiepe diz:

design é a atividade projetual, responsável pelas características estruturais, estético-formais e funcionais de um produto para fabricação em série. Consiste no domínio no qual se estrutura a interação entre usuário e produto, para facilitar ações efetivas⁴⁰ (BONSIEPE, 1989).

E, poeticamente, completa Dijon de Moraes:

o *design* é uma atividade multidisciplinar que envolve várias disciplinas em um trabalho conjunto, buscando solução comum e o *designer* é o maestro de uma orquestra que, regendo e fazendo uso de diferentes músicos e instrumentos, consegue um resultado final equilibrado, com harmonia, beleza e técnica (MORAES, 1997)

³⁹ Interessante notar como tais pressupostos estão presentes também nos requisitos para proteção do desenho industrial, no sistema brasileiro de propriedade industrial

⁴⁰ Note-se que, ao definir *design*, Gui Bonsiepe coloca requisitos de proteção tanto do modelo de utilidade (características estruturais, funcionais) quando de desenho industrial (características estético-formais), além da sempre presente fabricação em série.

Hoje em dia, na medida em que os produtos se tornam cada vez mais semelhantes tecnologicamente, elementos como os citados por Dijon de Moraes: harmonia, beleza e técnica; acrescido por função, materiais e ergonomia visual com aplicações planas e não planas (WOLLNER, 2002), é que definem o *design*. Não se prendendo mais tanto à "cosmética"⁴¹, o *design* passou a ser visto como uma **idéia, projeto ou um plano para a solução de um problema determinado**.

Design é a concretização de uma idéia em forma de projeto ou modelo, mediante a construção e configuração, resultando em um produto industrial passível de produção em série e *Design Industrial* é definido como um processo de adaptação dos produtos de uso, fabricados industrialmente, às necessidades físicas e psíquicas dos usuários ou grupos de usuários⁴² (LÖBACH, 2007).

Interessante os pontos da relação do *design* com os direitos de propriedade industrial que podem ser observados na definição de Löbach (2007): construção, configuração e adaptação dos produtos de uso às necessidades do usuário. Ou seja, o *design* terá a tutela da patente de invenção se sua construção preencher os requisitos para tal; a patente de modelo de utilidade para a adaptação; e o registro de desenho industrial para sua configuração.

Obter, portanto, uma definição única de *design*, não é tarefa das mais fáceis, como bem exemplificou Alber Francisco dos Santos Neto, em sua dissertação de mestrado apresentada na Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC:

⁴¹ Segundo Bonsiepe (1989:11), a postura do público em geral, para compreender o *design*, remonta dos anos 50 e 60 quando este seria "*nada mais que cosmética*", numa concepção que ainda hoje liga o *design* ao superficial e considera a forma e o visual como sua parte mais importante.

⁴² Outro ponto interessante na relação do *design* com os direitos de propriedade industrial podem ser observados na definição de Löbach (2007): construção, configuração e adaptação dos produtos de uso às necessidades do usuário. Ou seja, o *design* terá a tutela da patente de invenção se sua construção preencher os requisitos para tal; a patente de modelo de utilidade para a adaptação; e o registro de desenho industrial para sua configuração.

Assumindo o risco de te decepcionar, caro leitor, é **impossível de oferecer uma única e oficial definição do termo central deste dicionário**. A complexidade em estabelecer historicamente a origem de "*design*" e a sua natureza, o que é e o que não é, são temas de diversos e infindáveis debates (BIRD, 2008: 104, tradução e grifo do autor, in SANTOS NETO, 2011)

Como "definir" não é apenas descrever as características distintas ou exprimir a essência do significado de uma palavra, é preciso também, ter a noção abstrata contida nesta definição. Para Felipe Domingues, isto significa que, apesar de associar-se a valores estéticos, é possível entender o *design* também como **processo criativo, inovador e provedor de soluções para problemas de importância fundamental, não apenas para a esfera produtiva, tecnológica e econômica, mas também cultural, ambiental e social**, quando o produto final desse processo tem todas as qualificações necessárias para se manter e ter boa aceitação no mercado (DOMINGUES, 2008)

Percebe-se aqui a necessidade de ressaltar as **questões técnica e estrutural** que fazem parte da atividade de *design*, bem como seu caráter de **produção industrial**. Sem essas características, segundo Landeiras (2010), o produto, não poderia ser considerado um resultado de projeto de *design*, e sim, talvez, uma obra de arte, ou então artesanato.

Portanto, para esta pesquisa, o *design*, enquanto uma **atividade projetiva que visa obter melhores resultados tanto para artefatos já existentes quanto para novos, levando em consideração questões como a produção industrial, a usabilidade, a estética, a tecnologia e os requisitos específicos de cada projeto**, será considerado de acordo com as diretrizes do *International Council Society of Industrial Design* – ICSID:

Design é uma atividade criativa cuja finalidade é estabelecer as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas, compreendendo todo seu ciclo de vida. Portanto, *design* é o fator central da humanização inovadora de tecnologias e o fator

crucial para o intercâmbio econômico e cultural.

Dessa forma o termo *designer* se refere a um indivíduo que pratica uma profissão intelectual, e não simplesmente oferece um negócio ou presta um serviço para as empresas (ICSID, 2012).

4.2 *Design* ou Desenho Industrial?

Por estar em constante mutação e por abranger um largo espectro de atuação, afinal, o que se fala de uma coisa hoje é diferente do que se falará dela amanhã (WOLLNER, 2002), para a construção de um conceito⁴³ que venha a atender o foco principal dessa pesquisa – a proteção legal ao *design* no Brasil contemporâneo – é necessário distinguir, primeiramente, "desenho industrial" como atividade ligada ao desenvolvimento de produtos e o "Desenho Industrial" do ponto de vista da propriedade intelectual.

Embora seja costume na literatura nacional defini-los simplesmente como *design*, pois que tratam especificamente do artefato industrial, certo é que ambos possuem diferenças significativas entre si.

O desenho industrial, como **atividade ligada ao desenvolvimento de produtos**, nasceu com a Revolução Industrial e a necessidade de se planejar uma produção que, de individual e autônoma, passou a ser coletiva e dividida em etapas. Assim, enquanto atividade produtiva completamente independente da Arquitetura, da qual se originara na segunda metade do século XIX, a partir da década de 60 se voltou para **a melhoria da qualidade de vida das pessoas e sua adequação ao mundo moderno**, envolvendo o conhecimento da evolução social, econômica, cultural e tecnológica; e abrangendo todos os aspectos do ambiente humano condicionado pela produção industrial.

Em processo de obsolescência desde a década de 90, o termo "desenho industrial" está sendo substituído, cada dia mais, pela palavra "*design*", uma

⁴³ Por entender "definição" como a essência da coisa que a palavra significa, adotou-se aqui o termo "conceito" para representar aquilo que se entende sobre a coisa, a idéia, a noção. (MICHAELIS, 2013)

vez que os processos empregados nos projetos vão muito além da produção industrial (WIPO, 2013)

Já do ponto de vista dos **direitos de propriedade industrial**, Desenho Industrial diz respeito a **aparência externa ou estética de um produto passível de ser reproduzido industrialmente** (art. 95 da Lei Nº 9.279/96); ou seja, aquilo que faz com que o produto seja atraente ou interessante aos consumidores quando comparado a outros similares e de mesma qualidade.

Assim, num artefato, o Desenho Industrial considerará apenas suas características estéticas⁴⁴, enquanto o desenho industrial (*design*), além dessas, levantará questões como função, material, comercialização, custos de produção, facilidade de transporte, descarte, dentre outros.

Portanto, podemos concluir que o "Desenho Industrial" está contido no *design* pois a abrangência deste, na atualidade, vai muito além da configuração e, por isso mesmo, é muito maior do que o previsto na legislação nacional de Propriedade Industrial.

4.3 O vasto campo de atuação do *designer*

De acordo com Jacó (2008), o mercado de *design* abrange inúmeras nomenclaturas e atividades, com práticas profissionais específicas e até, de certo modo, completamente distintas umas das outras, fazendo com que cada ramo siga por caminhos diferentes, com pontos de vistas diversos e até mesmo conflitantes.

Através da figura 16 pode-se ter uma melhor noção da abrangência e, conseqüentemente, o grande número de nomenclaturas para definir o alcance do *design* contemporâneo:

⁴⁴ Embora o *design* de um produto possa trazer inovações técnicas e funcionais, o Desenho Industrial, como categoria do direito de Propriedade Industrial, refere-se unicamente à natureza estética do produto acabado, distinto dos aspectos técnicos ou funcionais que ele possa apresentar

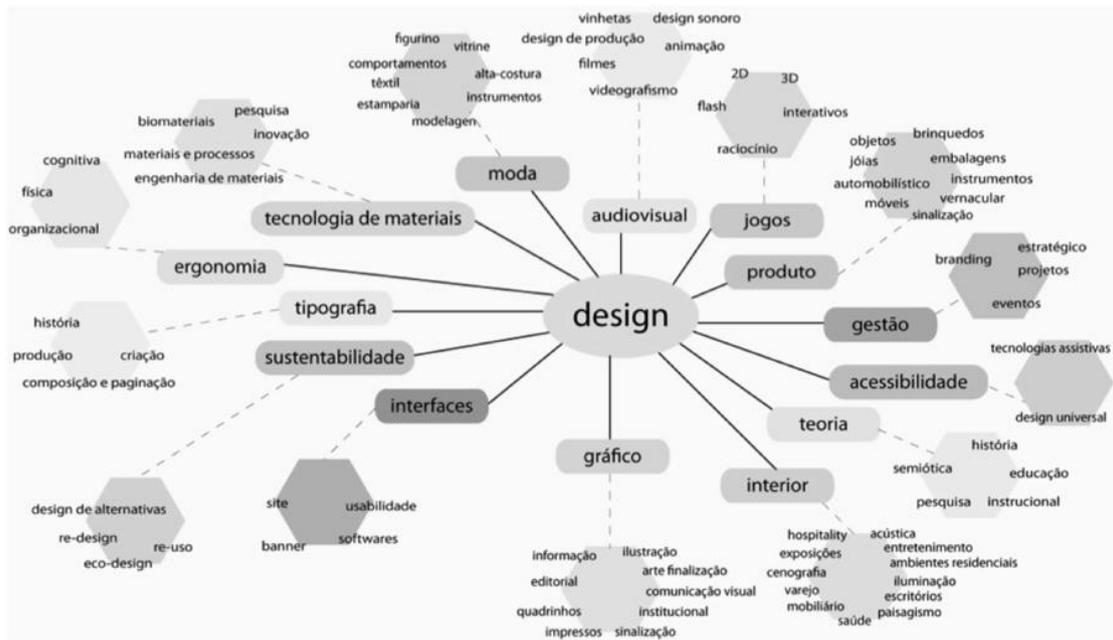


Figura 16 – Abrangência do design contemporâneo
 Fonte: Isabela Americano⁴⁵

Portanto, partindo-se da idéia de que um campo de atuação tão vasto é fruto da necessidade iminente da população, o *design* vem se aperfeiçoando em áreas muito além das experimentadas há pouco mais de 50 anos atrás, quando surgiram os primeiros cursos de Desenho Industrial no país.

4.3 As categorias do *design* brasileiro contemporâneo

Em 2002, quando o Ministério da Educação e Cultura – MEC iniciou o processo de reavaliação e revisão das diretrizes curriculares dos cursos de graduação de nível superior, definiu que o estudo de ramos específicos do *design* deveria obedecer ao estabelecido nas diretrizes curriculares gerais, determinadas para a área do *design* como um todo, não havendo, desta forma, uma grade curricular específica para diferentes especialidades.

Assim, o curso de graduação em *design* passou a ensinar⁴⁶, no perfil desejado

⁴⁵ Disponível em <http://publicacoesemdesign.wordpress.com/a-pesquisa/areas-do-design/>. Acesso em 22 dez. 2012

⁴⁶ Resolução CNE/CES N°5 de 08 de março de 2004, art.3º (MEC, 2013)

do formando

a capacitação para apropriação do pensamento reflexivo e da sensibilidade artística, para que o *designer* seja apto a produzir projetos que envolvam sistemas de informações visuais, artísticas, estéticas culturais e tecnológicas, observando o ajustamento histórico, os traços culturais e de desenvolvimento das comunidades, bem como as características dos usuários e de seus contextos sócio-econômico e cultural (MEC, 2013)

Tomando portanto, como base, as nomenclaturas dos cursos de *design* em funcionamento hoje no Brasil, delimitou-se o artefato desenvolvido a partir de uma metodologia de *design* a ser analisado nesta pesquisa, às seguintes categorias:

Design e Arte: é basicamente a criação de novas identidades através de soluções mais pertinentes e particulares executadas artesanalmente ou, se industrialmente, em pequenas quantidades. Nesta categoria estão peças de renomados *designers* como as **estampas** de Romero Brito; as **jóias** de Thayana Cordeiro de Meneses e as **cadeiras** dos irmão Campana (figura 17), dentre outros.



Figura 17 – Amostra de design na categoria Design e Arte
Fonte: Acervo particular da autora

Design Gráfico: é o processo de comunicar visualmente utilizando habilidades de desenho, estética, tipografia, artes visuais e diagramação de imagens e textos para apresentar uma informação reproduzível mecanicamente. Com vasta área de penetração, o *design* gráfico é encontrado nas ilustrações, artes finais, comunicações visuais e institucionais, impressos, quadrinhos, vinhetas, animações, filmes, tipografia, etc. Como especialidades do *Design Gráfico*, podemos citar: *design* tipográfico, *design* editorial, *design* institucional, *design* de embalagem e *design* de sinalizações.

Pela figura 18 pode-se observar a matéria "Raio-X das Plásticas", vencedora do principal prêmio de **design editorial** do mundo, o SPD (*The Society of Publication Designers*) concedido à revista brasileira Superinteressante em 2011; a **marca** Natura, mais valiosa no segmento de cosméticos do Brasil e as divertidas **estampas** de copos e outros utensílios domésticos.



Figura 18 – Amostra de design na categoria Design Gráfico
Fonte: Acervo particular da autora

Design de Produto: desenvolvimento de artefatos úteis em diferentes ramos de atividade. Como exemplo, a figura 19 traz o **apoio de garrafa** da Nótus Design; o escorredor de arroz, patenteado em 1959 por Therezinha Beatria Alves Andrade Zorowich; e a **mesa para telefone Triim**, de Renata Moura. Além desses, o *Design* de Produto abrange um largo espectro de atuação como por exemplo o *design* automobilístico, *design* de embalagem, *design* de mobiliário, *design* de brinquedos, *design* de utensílios domésticos e *design* de

produtos médico-hospitalares.



Figura 19 – Amostra de design na categoria Design de Produto
Fonte: Acervo particular da autora

Design de Moda: capacidade de elaboração e gerenciamento de projetos para a indústria do vestuário e acessórios levando em consideração fatores estéticos, simbólicos, ergonômicos e produtivos. Como campo de atuação, o *design* de indumentária, *design* de acessórios, a modelagem, estamparia, indústria têxtil, figurino, vitrine, alta-costura, etc. Na figura 20, coleção de acessórios, estampa e vestido indicados pela Revista Vogue como **tendência** do verão 2013.



Figura 20 – Amostra de design na categoria Design de Moda
Fonte: Acervo particular da autora

Design Digital: são as interrelações entre diversas mídias para o desenvolvimento de artefatos digitais interativos e atrativos sem dominação de

um meio ou de uma linguagem única. Como exemplo dessa categoria temos na figura 21, o *design* de **hipermídia**; a criação de **personagens em 3D** para games; e o *design* de **software** de construção civil. Além desses, são considerados *design* digital, o *design* de gadgets, *design* de instalações interativas, etc.

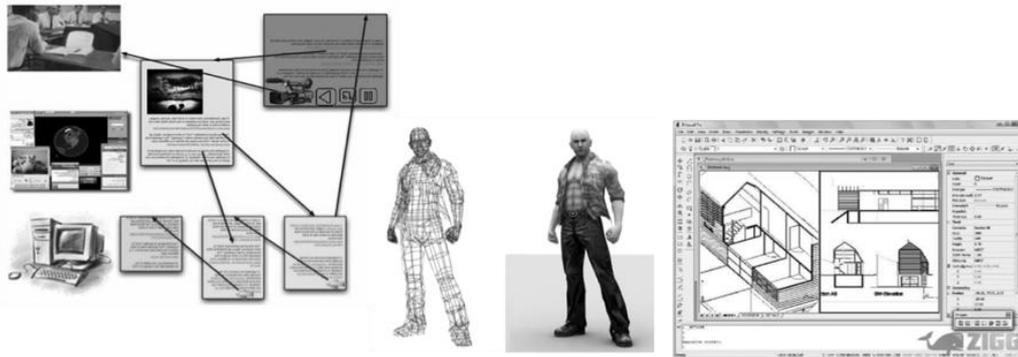


Figura 21 – Amostra de design na categoria Design Digital
Fonte: Acervo particular da autora

Design de Ambientes: envolve o desenvolvimento de projetos para espaços diversos, sejam eles internos ou externos. O objeto central do *design* de ambientes é o espaço já construído e as relações desse com os objetos que o preenchem e os sujeitos que o habitam (NEVES, 2010). Dentre tantos, podemos citar, além do **stand** Anglo Gold-Ashanti criado pela Neti *Design*/2013; a **composição** das garrafas coloridas e o **paisagismo** (figura 22); exposições, cenografia, varejo, mobiliário, saúde, acústica, entretenimento, ambientes residenciais, iluminação, escritórios, paisagismo, saúde, etc.



Figura 22 – Amostra de design na categoria Design de Ambientes
Fonte: Acervo particular da autora

Portanto, partindo-se da idéia de que independente da categoria a que pertença o artefato desenvolvido através de uma metodologia de *design*, este deveria ser tutelado pelos direitos de propriedade industrial, **categorizar o campo de atuação do designer e tipificar a sua produção** possibilitou analisar o descompasso existente entre o que o *designer* produz e o que a legislação propõe a proteger, afinal, a aplicação da Classificação de Locarno mostrou que nem todos os artefatos selecionados como exemplo do *design* produzido no Brasil contemporâneo tiveram uma classe identificada.

Uma vez que a diversidade do *design* nacional é proporcional à imensidão do nosso território, criar nichos de afinidades contribuiu para as generalizações acerca do artefato desenvolvido em cada categoria. Sobre as peculiaridades das metodologias para sua concepção, discorre, brevemente, o próximo item desta investigação.

4.5 Sobre a metodologia de *design*

Segundo Panizza (2004), comum é o entendimento de método e metodologia como sinônimos. Porém, como ensina Holanda, metodologia é o "*tratado dos métodos, a arte de dirigir o espírito na investigação da verdade*" enquanto o método, a

ordem que se segue na investigação da verdade, no estudo de uma ciência ou para alcançar um fim determinado; marcha racional da

inteligência para chegar ao conhecimento ou à demonstração de uma verdade; processo ou técnica de ensino; modo de proceder; tratado elementar; prudência, circunspeção; modo judicioso de proceder (HOLANDA, 2009)

Para Panizza, como não há no desenvolvimento do *design*, um método específico que, uma vez aplicado, possa preencher todas as necessidades dos mais diversos tipos de projetos, cada autor sugere um modelo de método que, a seu ver, servirá como guia ou auxiliará o desenvolvimento de outros métodos. Mesmo assim é comum à maioria dos autores e profissionais a opinião de que, independente do grau de sucesso de um método em um projeto anterior, não existe garantias de que esse mesmo método possa ser aplicado a um próximo projeto afinal pois cada trabalho desenvolvido pede uma solução personalizada e que leve em consideração suas características peculiares (PANIZZA, 2004).

Segundo André Neves (2010), o *modus operandi* do *design* é ainda objeto de muitos debates e envolve pelo menos uma grande dicotomia: de um lado um grupo de pesquisadores que defende uma **abordagem racionalista**, onde o fazer *design* pode ser descrito como uma série de tarefas que se completam; e em contradição, outro grupo que defende o fazer *design* como um **fenômeno sistêmico**, portanto, não necessariamente possível de ser segmentado.

No primeiro caso, fortemente influenciada por pesquisadores vindos das ciências exatas, há um processo explícito de concepção que assume uma racionalidade objetiva cujo método pode ser descrito como "método de tarefas", sendo estas: a) chegada do problema; b) exploração de informações acerca do problema, dos sujeitos e dos objetos; c) geração de alternativas para solucionar o problema (por convergência e por divergência); d) avaliação das alternativas geradas (análise e seleção); e) evolução da alternativa selecionada (fase da prototipagem); f) descrição da alternativa solucionada (para a equipe, para a produção e para o cliente); g) saída do artefato.

Já na abordagem sistêmica, cuja origem está nas escolas de *design* (que, por sua vez tiveram origem a partir de, ou como parte de centros de estudos das artes), acredita-se que não há parâmetros suficientes para descrever o fenômeno central do *design*, a criação de fato do artefato e propõe uma postura mais subjetivista, aproximada das artes.

Sendo assim, nessa abordagem, o processo de concepção assume uma postura subjetiva cujo método pode ser descrito como "método integrado de tarefas" onde o processo criativo é uma atividade complexa, não sequencial e que vai acontecendo sem que se possa descrevê-la formalmente.

Desta forma, na abordagem sistêmica, as ações do processo de concepção, enquanto atividade por si integrada, são mais amplas e os métodos, mais complexos, pois tratam o processo criativo como uma tarefa única.

Portanto, tendo em vista as duas abordagens apresentadas, podemos dizer que o método projetual serve como um guia de referência na busca de soluções para um determinado problema⁴⁷.

Como os problemas para o desenvolvimento de produtos estão se tornando cada dia mais complexos, mais inadequado se torna querer resolvê-los de forma intuitiva, agindo a metodologia como um organizador das idéias e da cronologia do projeto, possibilitando a visualização de prazos e cumprimento dos mesmos (CARDOSO e PICOLI, 2013).

Sendo assim, o artefato brasileiro contemporâneo, analisado nesta pesquisa frente à possibilidade de proteção pelo registro de desenho industrial será, como veremos a seguir, sempre e obrigatoriamente, desenvolvido através de uma metodologia de *design*, seja ela de abordagem sistêmica ou racionalista.

⁴⁷ Segundo Munari (1984), se um problema não tem solução então não é um problema e, se tem, também não o é pois para se falar em problema é preciso que este seja passível de solução. Sendo assim, o problema nada mais é que o objeto de estudo do profissional de design, que buscará pela melhor resposta; e a melhor resposta não necessariamente é a mais inovadora ou aquela que pretende ser o estandarte de um movimento sócio-cultural, tampouco é aquela mais simples de implantar.

5 O ARTEFATO

Ao longo dos tempos o homem sempre observou e admirou a natureza e nela encontrou o material primeiro de suas criações intelectuais. Pedras, galhos de árvores, restos de animais e outras coisas foram, através de suas mãos, transformando-se em objetos⁴⁸ úteis para sua sobrevivência e deleite.

Para Milton Santos (1998), as coisas só se elevam à condição de objetos quando o sujeito as utiliza mediante um conjunto de desígnios sociais. Assim, condicionado a um sistema de ações⁴⁹, o homem foi criando o ambiente artificial em que vive até hoje e onde o objeto é o grande mediador entre ele próprio, e suas ações (figura 23).

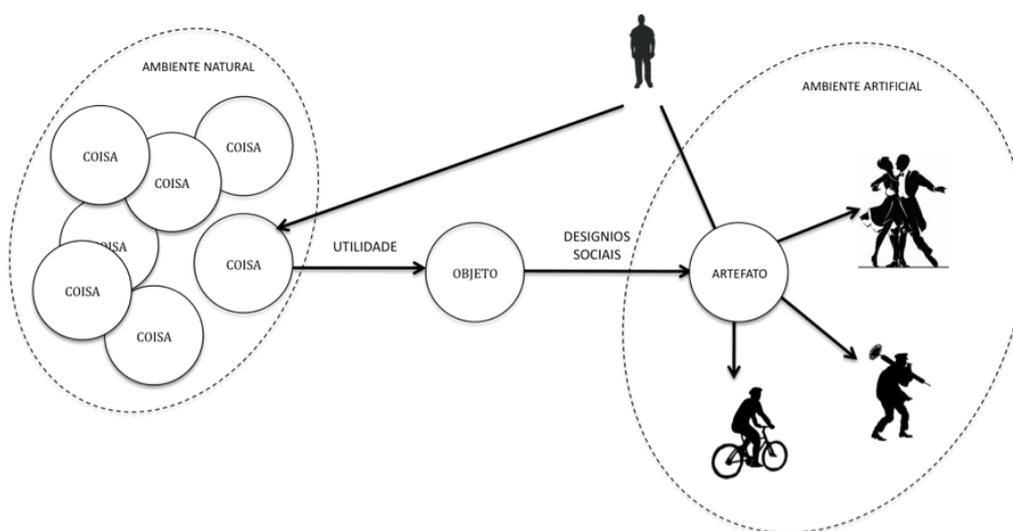


Figura 23 – A construção do artefato

Fonte: Elaborado pela autora

⁴⁸ Segundo Els Lagrou, professora de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia da IFCS/UFRJ, os objetos cristalizam ações, valores e idéias; provocam apreciações valorativas da categoria dos tradicionais conceitos de beleza e perfeição formal (LAGROU, 2013)

⁴⁹ Segundo Santos (1998), os sistemas de objetos condicionam a forma como se dão as ações e o sistema de ações leva à criação de objetos novos ou se realiza sobre objetos preexistentes.

Como pôde-se notar, o ambiente natural é formado por diversas **coisas**. Quando o homem toma uma dessas coisas e à ela dá **utilidade**, esta se transforma em um **objeto** que, pelos desígnios da sociedade passa a fazer parte de um ambiente artificial onde o seu uso ditará as ações daquele que o criou⁵⁰ e ao qual, a partir daí passa a se chamar **artefato**.

Segundo Fernando Zuben (2013), uma parte significativa do ambiente à nossa volta é constituída de símbolos (objetos abstratos), afinal, o mundo em que vivemos hoje é muito mais um mundo feito pelo ser humano (mundo artificial⁵¹), do que um mundo natural e quase tudo nos mostra as evidências de artefatos humanos.

Para o cientista e filósofo Hugo Dingles (1881-1954), o artefato é o centro ao redor do qual gira toda civilização e ciências, desempenhando papel essencial no processo científico. Assim, enquanto para ele, artefato é uma **coisa** suscetível para um determinado uso ou elaborada para servir a uma determinada necessidade, para Lagrou (2013), artefatos são **objetos** que condensam ações, relações, emoções e sentidos, porque é através deles que as pessoas agem, se relacionam, se produzem e existem no mundo.

5.1 Corpo, coisa, objeto, produto: artefato?

A palavra **artefato**, do latim *arte factus* (feito com arte) designa, de forma geral, qualquer **objeto** produzido pelas artes mecânicas, à mão ou industrialmente (HOLANDA, 2009) e que dá informações sobre a cultura do seu criador e usuários.

⁵⁰ Para um melhor entendimento da mediação que o artefato faz em relação às ações do homem, tomenos como exemplo o simples ato de “comer”: tomado da natureza como minério-de-ferro, transformado em aço-inoxidável e depois em talheres, o artefato torna-se o intermediário entre o homem e a ação de alimentar-se ao levar o alimento, do prato, até sua boca num micro-ambiente artificial que comumente podemos chamar de cozinha.

⁵¹ Embora tudo esteja sujeito às leis da natureza, cabe distinguir aquilo que é biológico daquilo que é natural: uma floresta pode ser um fenômeno natural, mas uma fazenda certamente não o é (ZUBEN, 2013)

Sendo o **objeto**, etimologicamente, uma **coisa**⁵² existente fora de nós mesmo, com um caráter material e ao qual o homem impôs **significados**⁵³, diz Barthes (2012) que este serve para o homem agir sobre o mundo, modificar o mundo e, principalmente, estar no mundo de uma forma ativa.

Por ser um instrumento criado pelo homem com algum propósito, Zuben (2013) afirma que o artefato só terá sentido se for mesmo usado em alguma atividade, sendo definido por uma ação, ou uso, que lhe é destinado.

Para Neves (2010), o **artefato** é todo e qualquer **produto** resultante de um processo de concepção cujo ciclo de vida envolvesse um conjunto de pelo menos quatro grandes atividades: a concepção, a produção, a distribuição e o uso⁵⁴. Por isso afirma Dingles, ser necessária uma rígida sequencia de atos para que o processo de concepção de artefatos seja bem sucedido.

Interessante é o que entende McLuhan (1971:90), quase 50 anos atrás. Para ele o **artefato** são, não só os **objetos** e as **coisas** produzidas pelo homem, mas, sim, tudo aquilo que torna os homens, homens, pois a tecnologia do homem é o que ele tem de mais humano. Assim todas as extensões de nosso corpo físico, como as línguas, idéias, hipóteses, ferramentas, vestuários, computadores, são artefatos humanos, sejam eles materiais ou imateriais.

Portanto, para esta pesquisa, considera-se **artefato, o resultado da concepção ou transformação de alguma coisa pelo homem através de um processo de produção mecânica, com o propósito de superar seus**

⁵² Vale mostrar aqui como o conceito de coisa apresentado por Leite (2006), já no capítulo referente ao Direito: coisa, de forma geral, é tudo que existe na natureza ou que a inteligência do homem é capaz de conceber e captar pelos sentidos; é praticamente o mesmo agora apresentado por Moles (1981): uma coisa é apenas um corpo disponível na natureza e ao qual o homem impõe significados. Ambos amparados juridicamente pela legislação brasileira: coisa é tudo aquilo que, por extenso ao ser e, conseqüentemente não possuir personalidade pode ser objeto de relações jurídicas (Lei Nº 10.406/02)

⁵³ “Significar quer dizer que os objetos não veiculam somente informações, pois nesse caso eles apenas comunicariam, mas constituem também sistemas estruturados de signos”. Ao impor significado a uma coisa o homem a transforma em um objeto para superar limites (BARTHES, 2012)

⁵⁴ O uso, para Neves (2010), compreende uma atividade ampla que passa pelo ato de adquirir até o descarte final do artefato

limites, sendo ainda capaz de contar a história do seu criador e usuários.

Desta forma, ao criar objetos para superar os limites que o mundo natural lhe impôs, o homem atribui utilidade aos corpos⁵⁵ e transforma coisas sem valor em artefatos.

Definido por Moles (1981) como a propriedade numérica ou qualificável ligada à atração que objeto produz no indivíduo, o valor está diretamente ligado ao contexto cultural dos envolvidos e apresenta uma estreita relação com o *design*, este que se mostra como um dos grandes responsáveis pelas transformações sociais, culturais e tecnológicas vivenciadas no mundo atual (ACAR, 2009)

5.2 O artefato contemporâneo desenvolvido através de uma metodologia de *design*

O artefato, objeto elaborado e construído pelo homem a partir dos elementos da natureza, adquire e perde significados e valores, à medida que transita pelo tempo e pelo espaço. Por ser artificial, tem no *design* a exteriorização da idéia do seu criador que, por motivação própria ou externa, associou numa mesma obra, aspectos estéticos e simbólicos, e aspectos técnicos e práticos.

Segundo Nara Martins e Maria Teresa Riccetti (2007), frente aos rápido fluxo de pessoas, imagens, informações e equipamentos, o *designer* oferece soluções alternativas para inovar ao tornar o que antes era apenas intangível (idéia) em algo concreto (tangível e valorável). Sobre isto, afirma Rafael Cardoso Denis (2008) que a compreensão do *design* na concepção de um novo artefato requer a observação de dois pontos: o primeiro, que o defina por meio dos produtos; e o segundo, que o considere como um processo de projetar (figura 24).

⁵⁵ Corpo, neste contexto, é entendido como uma porção limitada da matéria, o qual se transforma num elemento do ambiente artificial a medida em que o homem lhe atribui uma utilidade

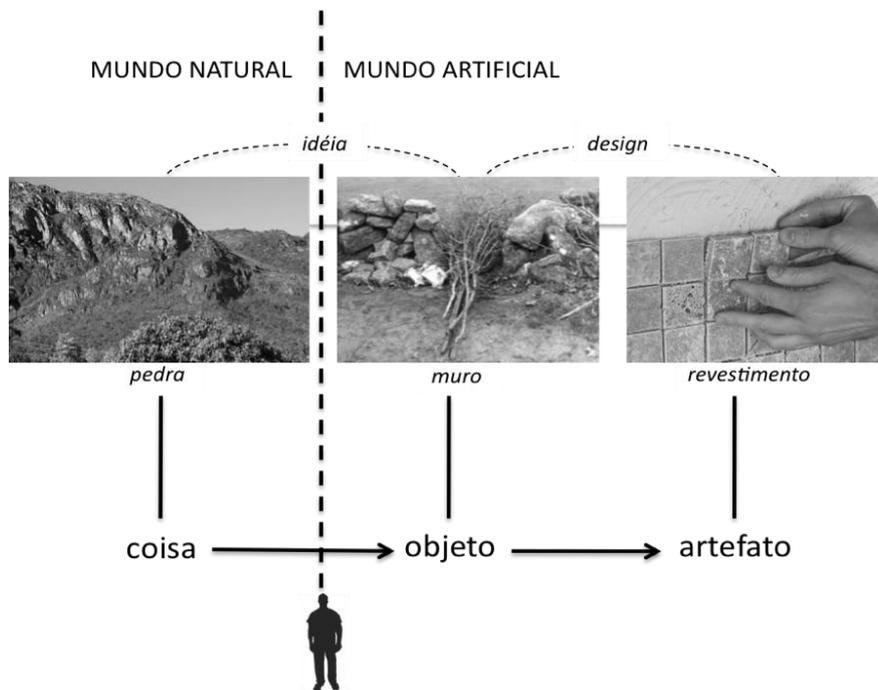


Figura 24 – A construção do artefato de design

Fonte: Elaborado pela autora

Assim, pela figura 24 vê-se que o artefato “revestimento⁵⁶”, produzido com a “pedra” da primeira imagem, sofreu uma intervenção do homem a partir do conceito dado a sua forma e função e, apesar de as três imagens mostrarem um amontoado de pedras, a diferença entre elas está justamente na metodologia empregada na sua concepção.

Deixando aos geólogos e teólogos a explicação do surgimento da “pedra” no mundo natural, pelo apresentado até aqui, percebe-se que enquanto no “muro” as pedras são ajeitadas de modo aleatório, numa tentativa de acerto e erro onde uma é substituída pela outra que não se encaixa ou se equilibra no espaço determinado; no “revestimento”, a metodologia está focada nas diversas possibilidades de experiência de uso do artefato, em todos os estágios do seu ciclo de vida. Ou seja, a fim de atender ao conceito do artefato projetado, o homem lançou mão de uma metodologia que envolve, segundo já

⁵⁶ Revestimento: 1 Ação ou efeito de revestir ou revestir-se. 2 Aquilo que reveste ou serve para revestir. 3 Cobertura de argamassa; reboco. 4 Camada de material, como argamassa, pedra, etc., que se coloca sobre uma parede ou piso para consolidar ou apresentar melhor aspecto. 5 Capa, cobertura, invólucro, proteção. (MICHAELLIS, 2013)

especificado nesta pesquisa por André Neves (2010), a configuração, a concepção, a elaboração e a especificação de artefatos, com motivação própria e associação explícita entre a forma (aspectos estéticos e simbólicos) e a função (aspectos técnicos e práticos).

Por isso, hoje em dia o *design*, além de possibilitar mediações em diversas práticas e segmentos, atende à exigência contemporânea do agora, da tendência, da moda⁵⁷, do objeto que possui qualidades e atualidade.

Para Acar (2009), a necessidade de coadunar um novo produto a um novo consumidor trouxe à sociedade contemporânea uma nova realidade, onde a capacidade de flexibilidade e adaptação faz com que as lojas se mantenham em constante mutação, apresentando artigos em sintonia com as necessidades de um mercado cada vez mais exigente e competitivo.

Em relação ao artefato contemporâneo, Maristela Ono (2004) afirma que tanto do ponto de vista dos produtos quanto dos usuários, a qualidade de um artefato está diretamente relacionada à resposta que este oferece às necessidades do homem, independentemente se produzido em grande escala, ou como um produto único, exclusivo.

Interessante apontar aqui o que talvez seja a grande dificuldade do legislador em definir qual seja a forma adequada de proteção ao *design* contemporâneo que, por possuir fronteiras tão fluidas, algumas vezes se assemelha à arte, em outras ao artesanato⁵⁸, é produção seriada, objetos únicos e exclusivos, customizados ou standardizados (ACAR, 2009): o seu *modus operandi*.

⁵⁷ Segundo Acar (2009), a efemeridade da moda, onde as tendências ditam as produções, onde os produtos tem prazos, pode encontrar no design contemporâneo a possibilidade de se transformar em um estilo. O que assegura um sentido de permanência, sem contudo, perder suas características de atualidade. Há, no estilo, mais do que na moda, a configuração de produtos que estão em sintonia com o mundo e que possuem um sentido atemporal. Surgem para atender uma demanda, são produtos de moda, porém, ultrapassam a transitoriedade da moda, imortalizando-se

⁵⁸ Segundo Lagrou (2013), Inexiste, entre os povos indígenas, uma distinção entre artefato e arte, ou seja, entre objetos produzidos para serem usados e outros para serem somente contemplados, distinção esta que nem a arte conceitual chegou a questionar entre nós, por ser tão crucial à definição do próprio campo. Para ela, somente quando o *design* vier a suplantiar as "artes puras" ou "belas-artes" teremos nas metrópoles um quadro similar ao da sociedade indígena.

Segundo Cardoso (2008) "*o design é passível de intervenção somente a objetos fabricados industrialmente*", ou seja, o suporte para existência do *design* deve ser oriundo de um processo de produção industrial.

Acontece que este mesmo autor afirmou também que "*cabe ao designer pensar o produto, pouco importando a forma de produção*", ou seja o suporte para existência do *design* tanto pode ser oriundo de um processo de produção industrial, quanto artesanal, digital, ou mesmo artístico.

Acredito estar aí a essência do artefato contemporâneo desenvolvido através de uma metodologia de *design*: constitui-se um padrão para produção industrial em série, apesar de algumas vezes se apresentar como peça única; apresenta-se como uma peça única, mas descarta a simples apreciação de sua forma plástica; é desenvolvido para ser apreciado plasticamente desde que dele não se dissocie a funcionalidade; e prima pela funcionalidade independentemente do processo de produção mas exige uma metodologia própria para seu desenvolvimento.

5.3 O artefato brasileiro de *design*

Segundo Margolin (1996) e Ullmann (2013), sabendo-se que a inovação e o desenvolvimento de produtos são a força motriz da economia global, os artefatos brasileiros estão, pouco a pouco, conquistando seu espaço no mercado globalizado de *design* ao desafiar (ainda com certa insegurança) os produtos existentes com novas idéias que qualificam a excelência e o experimentalismo do *design* contemporâneo nacional.

Apesar de hoje em dia o *design* ser considerado um importante elemento de competitividade empresarial, durante muitos anos, o cenário não era este. O que se via, especialmente no Brasil, era uma total falta de concorrência entre os produtos nacionais e os importados. Não que primassem pela qualidade ou outro grande diferencial, mas simplesmente porque, como não havia a entrada de produtos estrangeiros em solo nacional (da forma como se tem atualmente), os produtos nacionais encontravam, inevitavelmente, um público certo para consumi-los sem grandes exigências.

Essa situação, no entanto, mudou completamente nos idos dos anos 90, quando a então política econômica forçou um grande processo de reestruturação interna das indústrias a partir da abertura do mercado brasileiro para produtos importados. Segundo Manoel Ruiz, esse movimento obrigou a indústria nacional a investir alto na modernização do processo produtivo, qualidade e lançamento de novos produtos no mercado. As empresas que quiseram permanecer no mercado tiveram que rever seus métodos administrativos, bem como da organização, reduzindo os custos de gerenciamento, as atividades foram centralizadas, muitos setores terceirizados. Toda essa modernidade era necessária para as empresas se tornarem mais competitivas, tanto no mercado interno quanto no mercado externo (RUIZ, 2003).

Promover a entrada de produtos estrangeiros no país, com a redução das tarifas de importação, fez com que o conforto até então experimentado pela indústria nacional se transformasse na sua maior fragilidade. Num mercado agora abarrotado de produtos semelhantes, com a mesma funcionalidade, mas com qualidade e preço diferenciados, a indústria nacional, mesmo sem nem sequer saber direito o que era o *design*, teve que apostar em uma das duas únicas saídas possíveis contra a sua falência. Ou **investiam** num profissional que fosse “*capaz de criar uma linguagem original, com elementos visuais próprios, não nacionalistas, mas oriundos de nossa cultura, com signos próprios, mas de leitura universal*” (WOLLNER, 2002) de modo que cada produto ou comunicação visual pudessem ser reconhecidos como genuinamente brasileiros ou **apostavam** na cópia ilegal dos produtos estrangeiros.

Na primeira opção, o objetivo era “*desenvolver produtos funcionais de qualidade, em condições de competir com os concorrentes estrangeiros*”, com uma notória satisfação dos consumidores em relação à estética, à qualidade, aos preços baixos e a durabilidade, um “*exercício bastante difícil, já que a cultura da cópia era o meio mais barato para se montar uma linha de produtos*” (VIEIRA, 2004).

Já a segunda, por ser o meio mais barato para se montar uma linha de produção, fez com que a indústria nacional experimentasse uma momentânea

sensação de equiparação com os produtos estrangeiros. Porém, embora conseguissem ilusoriamente um nível razoável de competição, a violação dos direitos de propriedade intelectual através do uso da cópia não autorizada trouxe aos produtos nacionais nova instabilidade no mercado. Afinal, a chamada “cultura da cópia” utilizava-se de idéias alheias, geralmente importadas, sem que se fosse dado, no mínimo, os devidos créditos a seus autores.

Protegidos pelas leis de seus países, e pelos acordos e tratados internacionais (dos quais o Brasil sempre fez parte) novamente os produtos estrangeiros levavam vantagem sobre os nacionais. Pagar *royalties* para fabricação e comercialização de tais produtos estava totalmente fora do contexto da maioria das indústrias nacionais da época. Permanecer na ilegalidade era uma opção arriscada. A única saída foi apostar no *design*.

Com isso, o *design* passou a receber atenção especial dos empresários brasileiros, que não conseguiam mais concorrer em igualdade de condições com os produtos estrangeiros disponibilizados no mercado, afinal era notória a diferença de satisfação que os consumidores experimentavam quanto à estética, a qualidade, os baixos preços e a durabilidade (VIEIRA, 2004).

Sobre estes acontecimentos, discorre Adélia Borges:

O início do século XXI assinala um momento especialmente rico do *design* brasileiro, virada em que o que era desejo e potencial se torna realidade. O *design* passou a ser praticado nos quatro cantos do país e efetivamente alcançou produtos e serviços em todos os segmentos. O alargamento da fronteira interna se dá com uma força e um vigor extraordinários. No cenário internacional, o país deixa a posição de coadjuvante para ser visto como protagonista (BORGES⁵⁹, 2009)

⁵⁹ Segundo Adélia Borges, celebra-se hoje no cenário mundial a criatividade e inventividade de nossos designers, tantas vezes inspirada na tradição popular brasileira de criar com o que se encontra à mão, mesmo longe das condições ideais

Segundo Martins & Riccetti (2007), as novas ligações percebidas entre usuários e artefatos diversos, decorrentes da usabilidade, da estética, da forma e da interatividade têm aberto cada dia mais caminhos dentro do mercado brasileiro já altamente saturados. E isto, segundo ele, ecoa na sociedade da hipermodernidade a partir da transfiguração e transmutação do *design* que cria novos mercados para novos produtos onde antes nada existia.

Hoje podemos dizer que

"o *design* brasileiro contemporâneo flui entre o que é nacional e o que é global, com infinitos cruzamentos de novas fronteiras, movendo-se entre a produção artesanal ao *design* digital e industrial, e de volta para o artesanal numa contínua mostra de reinvenção" (BORGES, 2009).

Assim, tomando o contexto apresentado por Adélia Borges, podemos afirmar que a abundância de detalhes, referências e estilos dos mais variados objetos encontrados no mercado brasileiro revelam o talento dos *designers* nacionais e contribuem para a difusão internacional do setor, reconhecido em trabalhos espalhados por todo o mundo.

Interessante é a visão da academia, aqui exteriorizada pelas opiniões dos professores da Fundação Armando Álvares Penteado - FAAP, Celita Procópio de Carvalho e Fábio Righetto, respectivamente:

a habilidosa e variada maneira que o *designer* brasileiro tem de lidar com os materiais, explorar o uso das cores, fundir arte, tecnologia, arquitetura e engenharia, criam as mais diferentes formas para o nosso uso cotidiano

[...]

o *designer* atua entre o que existe e o que está por vir, definindo em nosso cotidiano uma nova realidade, o discurso projetual contido

nesses objetos nada mais é que um registro de como vivemos
(CARVALHO & RIGHETTO, 2007)

Portanto, longe da pretensão de traçar um panorama exaustivo da vasta e plural produção nacional, foram selecionados para análise, como exemplos do *design* no Brasil contemporâneo, todos os participantes da Exposição *Design Brasileiro Hoje: Fronteiras* (curadoria de Adélia Borges, 2009), todos os premiados na categoria OURO do Prêmio Idea Brasil de 2008 a 2014; além de outros artefatos pertencentes ao universo da pesquisadora (ANEXO)

5.4 As tipologias do artefato de *design* no Brasil contemporâneo

Lucy Niemeyer (1998) ao discorrer sobre a identidade dos produtos de uma forma geral, aponta como elementos de sua configuração, os materiais empregados; os procedimentos de produção e acabamento; a composição e organização de suas partes; o esquema cromático; os odores que exala; e os sons que produz.

Apesar de cada elemento citado compor o *design* do artefato e o individualizar no contexto ao qual está inserido, de acordo com o art.95 da Lei Nº 9.279/96, somente aqueles que proporcionam resultado visual novo e original na sua configuração externa poderão ser registrados como desenho industrial. Então, uma vez que já foi identificado o que o *designer* brasileiro contemporâneo produz através da categorização do corpus da pesquisa (quadro 07), os critérios da Classificação de Locarno para registro de desenho industrial da WIPO/OMPI possibilitaram verificar se realmente existe um **descompasso entre o que o *designer* produz e o que a legislação brasileira de propriedade intelectual se propõe a proteger.**

Como possui 32 classes divididas em mais de 100 sub-classes que abrangem a configuração de artefatos dos mais diversos setores e segmentos, a utilização deste documento mostrou que as características comuns dos artefatos em cada classe, possibilitou a identificação de cinco diferentes tipos do *design* no Brasil contemporâneo: peça única para as obras de arte

utilitárias; bem tecnológico para as inovações radicais; objeto de uso prático para as inovações incrementais; produto (em geral) para a configuração nova e original; e marca, para os sinais distintivos, conforme detalhado nos exemplos a seguir⁶⁰:

Peça única: considera-se peça única aquele artefato único e individualizado, com alto grau de criatividade e originalidade que, apesar de executado através de uma metodologia de *design* e apto para reprodução industrial, não tem como finalidade a seriação (figura 25).



Figura 25 – Amostra de "peça única"

Fonte: Corpus da pesquisa

Observando a figura 25 podemos afirmar sua indicação como peça única porque:

78) os "tecidos" produzidos pelo *designer* Nildo Campolongo serão únicos e individualizados pois cada tipo e gramatura dos resíduos de papel utilizados originarão uma composição diferente.

43) O cenário de Gringo Cardia é único, não banal, sem interesse de seriação mas apto para reprodução em qualquer outro ambiente

172) Apesar do processo produtivo desenvolvido por Renata Meirelles possibilitar a produção em escala, cada peça será única pela variações tanto

⁶⁰ Para uma melhor compreensão dos artefatos utilizados como exemplo, sugiro o acompanhamento, através da numeração à direita de cada figura, no "Detalhamento do corpus da pesquisa", no ANEXO A.

de tamanho quanto da trama, que pode ter maior ou menor transparência.

16) Produzida artesanalmente e com material reciclado, a reprodução seriada da poltrona de madeira de Carlos Motta é possível, porém, pela especificidade dos materiais, em escalas bem reduzidas

Bem tecnológico: o artefato identificado como um bem tecnológico se aproveita de muitos outros campos do conhecimento, como a engenharia, a física, a mecânica e a matemática, por exemplo, para solucionar de forma inovadora, problemas técnicos específicos.



Figura 26 – Amostra de "bem tecnológico"

Fonte: Corpus da pesquisa

Observando a figura 26 podemos afirmar sua indicação como bem tecnológico porque:

07) O original sistema de encadeamento dos módulos de ouro planejado por Antonio Bernardo é a única solução técnica do tipo no mercado

187) A VRD Research desenvolveu um inovador sistema de pressão nas laterais do suporte para boné.

192) O móvel criado pela Flexivcom é inovador pois contém programas e jogos educativos acoplados num só produto

199) Renata Iwamizu introduziu um elástico interno em roupas de forma não usual ou conhecida e tornou inovadora a sua produção

Objeto de uso prático: objetos de uso prático são artefatos cujos aperfeiçoamentos ou melhoramentos na utilidade ou fabricação representem uma significativa melhoria e comodidade no seu funcionamento.



Figura 27 – Amostra de "objeto de uso prático"

Fonte: Corpus da pesquisa

Observando a figura 27 podemos afirmar sua indicação como objeto de uso prático porque:

139) A mochila de André Poppovic, Oz *Design*, Makro Brajovic é um melhoramento à mochilas convencionais

47) A eliminação de todos os pontos de solda da embalagem original e a substituição por encaixes melhorou a função do produto desenvolvido pela Hok Inovação

71) A ferramenta de trabalho em forma de rolete, de Máximo Soalheiro, trouxe significado melhoramento na função de imprimir sobre cerâmica

52) João Grillo aperfeiçoou o processo de produção de ladrilhos hidráulicos alterando os mecanismos fabricação e inovou na paleta de cores e desenhos.

Produtos (em geral): produtos, de uma maneira geral, apresentam-se como artefatos cujo formato, configuração, padrão, ornamento ou qualquer combinação desses elementos externos, exercem inevitável atração visual⁶¹ em seus usuários.

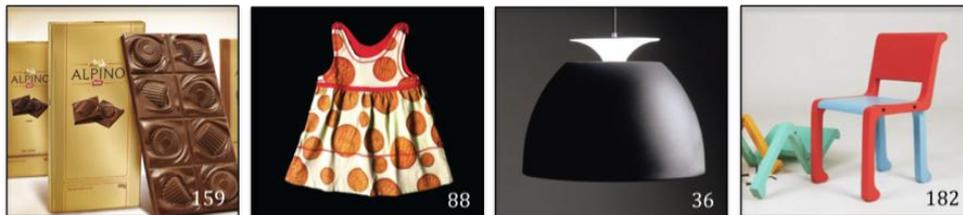


Figura 28 – Amostra de "produtos (em geral)"

Fonte: Corpus da pesquisa

Observando a figura 28 podemos afirmar sua indicação como produto (em geral) porque:

159) A nova configuração do tablete de chocolate, criada pela Future Brand BC&H contem elementos tais que atraem o consumidor

88) Geralmente as estampas, como a de Ronaldo Fraga, criam padrões ornamentais de linhas e cores originais e diferenciadas.

36) Fernando Prado trouxe para a função de iluminar um produto cuja configuração plástica ornamental é nova e original

182) A forma necessária da cadeira ganha uma configuração plástica e conjunto de cores, por Bruno Boas, Maurício Noronha e Rodrigo Brenner

⁶¹ Segundo Denis Barbosa (2006), esta atração visual dá-se em consequência do destacado caráter estético do artefato em detrimento ao caráter funcional, ou seja, por menor que seja a intervenção formal, ela deverá sobressair-se da configuração eminentemente técnica ou funciona

Marca: marca⁶² é um artefato bidimensional (algumas vezes tridimensional), um sinal visualmente perceptível composto de desenhos, símbolos e cores, ou produção tipográfica que confere o uso exclusivo em seu ramo de atividade ao distinguir um produto ou serviço de outro idêntico ou afim.



Figura 29 – Amostra de "marca"
Fonte: Corpus da pesquisa

Observando a figura 29 podemos afirmar sua indicação como uma marca porque:

02) O sinal construído por Alexandre Wollner e Gisa Bustamonte identifica a Escola com o desenho utilizado

30) A composição tipográfica criada por Enéas Guerrada é diferenciada, original e distintiva dentre outras da mesma categoria/ramo

151) A identidade visual concebida pela Crama *Design* Estratégico garante o uso exclusivo no seu meio pelos elementos diferenciadores

168) Tadashi Sawaki, Waleska Vianna, Marcelo Vasconcellos e Bruno Nogueira criaram uma marca cheia de referencias diferenciadas

Além desses, um grande número de artefatos sem uma classe definida, também não conseguiu ter uma definição quanto ao tipo de *design* a que fariam parte (figura 30):

⁶² A marca, para Barbosa (2006), tem por finalidade proteger o investimento do empresário e garantir ao consumidor a capacidade de reconhecer o bom e o mau produto.



Figura 30 – Amostra de design sem tipo definido
 Fonte: Corpus da pesquisa

Observando a figura 30 podemos afirmar que a falta de adequação quanto às tipologias apresentadas deve-se pela ausência das características principais definidas para classificação do corpus da pesquisa:

53) Performances, como a do desfile de Jum Nakao apesar do visual novo não se configura necessariamente, original em relação à outras do meio

62) A relação entre exposição e livro, proposta por Marcelo e Marconi Drummond não é suficientemente nova entre outras ações da mesma área

123) A estratégia de *design*, proposta por Aparecida Regina Lopes Monteiro não se configura um artefato

182) Marcelo Lopes também criou uma estratégia de *design* que, apesar de envolver artefatos novos e originais, se configura, em si, um artefato

Já outros, ao contrário, possuíam características tantas que podiam ser classificados com mais de um tipo (figura 31)



Figura 31 – Amostra de design com múltiplos tipos
 Fonte: Corpus da pesquisa

Observando a figura 31 podemos afirmar que a possibilidade de pertencer a um ou outro tipo de *design* se deve a:

06) Antonio Bernardo desenvolveu uma jóia que pode ser vista como peça única, configuração plástica diferenciada e funcional ao mesmo tempo

15) Como um trabalho de *macro-design*, a Carlos Augusto Lira Arquiteto desenvolveu identidade, ilustração, cenografia e sinalização urbana.

81) O uso de processos inovadores fez Osklen Metsavant desenvolver uma configuração original, única e nova no setor

170) Neste artefato, Silvia Vieira Santos conseguiu unir inovação tecnologia, configuração ornamental nova e original, além de sinal distintivo singular

Portanto, pelo apresentado até aqui percebe-se que enquanto a **categorização** do *design* buscou a unificação de especialidades numa terminologia comum, a **tipificação**, fruto da expertise de cada uma das seis diferentes categorias, buscou características comuns que, confrontadas com a Propriedade Industrial pudesse desenhar o atual quadro de proteção ao legal ao *design* no Brasil contemporâneo.

Sendo assim, o próximo capítulo abordará as principais características dos artefatos que possibilitaram a identificação dos tipos de *design*, frente à proteção apresentada pela legislação de Propriedade Intelectual vigente.

6 A PROTEÇÃO LEGAL DO *DESIGN*

6.1 Particularidades sobre a proteção legal do *design* no mundo

No momento histórico do fim da Revolução Industrial, século XIX, o mundo assistiu ao surgimento das primeiras leis de propriedade intelectual que permitiram às indústrias controlar tanto a produção, através da patente, quanto sua distribuição, através das marcas. Como não havia ainda um sistema internacional de propriedade industrial, cada país legislava individualmente e aplicava a sua legislação aos artefatos que vinham de outros países, o que, certamente, foi causa de inúmeras controvérsias no setor.

As primeiras tentativas de internacionalizar a proteção à propriedade intelectual se deram através da Convenção de Paris, em 1883 e da Convenção de Berna – CUB, em 1886 que visavam, respectivamente, a produção industrial e o trabalho artístico e literário. Porém, foi só em 1967, na Convenção de Estocolmo que foi criada a primeira organização internacional de propriedade intelectual, a WIPO/OMPI.

Sendo fonte e base para elaboração das leis de propriedade intelectual de cada um de seus 186 países-membros, a WIPO/OMPI aponta o seu Sistema Internacional de *Design* - Haia, como a forma adequada para o registro internacional de desenho industrial, assim definindo-o:

Um desenho industrial é o aspecto ornamental ou estético de um produto que pode ser constituído por elementos em três dimensões, tais como a sua forma ou superfície ou de características bidimensionais, tais como linhas ou padrões de cor (WIPO, 2013)

E completa

Os desenhos industriais são o ponto de encontro entre a arte e a tecnologia, uma vez que os desenhistas se empenham em criar produtos

cujas "formas e aparência satisfaçam as preferências estéticas dos consumidores, bem como suas expectativas com relação à performance funcional do produto" (WIPO, 2013)

Como para a WIPO/OMPI o desenho industrial é de natureza estética e não protege as características técnicas do artefato ao qual ele é aplicado, a orientação é que sua proteção legal se dê através do registro que, na maioria dos países (exemplo: Rússia, União Européia e Brasil) tem o prazo de proteção de 5 anos, com a possibilidade de novos períodos de renovação até 25 anos.

Via de regra, para ser registrado o desenho industrial deve ser novo – que nenhum desenho idêntico ou muito parecido exista ou tenha existido antes; e original - não óbvio; e ornamental. Exceções como a União Européia, que protege também o próprio material do artefato; Reino Unido e Austrália, que excluem suas características funcionais, também são vistas em outros países.

Dependendo da legislação nacional específica e do tipo de *design*, em alguns países o artefato pode ser protegido como obra de arte sob a lei de Direitos Autorais ou receber simultaneamente, a proteção pela Propriedade Industrial. Em outros, as proteções são mutuamente exclusivas: uma vez que o autor/titular escolhe um tipo de proteção, ele não pode mais invocar a outra. E há casos onde um *design* pode ser abrigado pelos direitos de concorrência desleal, embora as condições de proteção e os direitos e recursos assegurados podem ser significativamente diferentes (WIPO/OMPI, 2013).

Em se tratando do que pode ou não ser protegido pela legislação de desenho industrial, a WIPO/OMPI cita que, em muitos territórios os *designs* que são impedidos de registros incluem

- projetos que não atendem aos requisitos de novidade, originalidade e / ou caráter individual; projetos que são considerados ser ditada exclusivamente pela função técnica de um produto, tais características técnicas do projecto ou funcional pode ser protegido, dependendo das circunstâncias de cada caso, por outros direitos de

propriedade intelectual (por exemplo, patentes, modelos de utilidade ou segredos comerciais);

- projetos incorporando símbolos oficiais protegidos ou emblemas (como a bandeira nacional);
- projetos que são considerados contrários à ordem pública ou à moral. (WIPO, 2013)

Interessante também é observar as proibições legais em relação ao artesanato. Normalmente protegido pelo direito de autor, como no Brasil, este recebe a proteção exclusiva do desenho industrial nos Estados Unidos e de ambos os institutos, no Canadá.

Com relação à esta dupla proteção, acompanham o Canadá, a União Européia, a Suíça, e o Reino Unido, dentre outros.

Por ser um direito de natureza territorial, os direitos de desenho industrial são limitados ao território para o qual o *design* está registrado, momento em que o titular passa a ter o direito de impedir a cópia não autorizada ou imitação por terceiros, e ainda impedir que seja feito, vendido ou importado qualquer produto em que o seu *design* seja incorporado ou aplicado.

No quadro 19, as particularidades de algumas legislações que protegem o *design*, no mundo⁶³ :

⁶³ Como referência para as informações do quadro, foram utilizadas os três países-berço da Propriedade Intelectual (Inglaterra, França e Estados Unidos) os emergentes do BRICS – agrupamento econômico que detem 21% do PIB mundial (Brasil, Rússia, Índia, Canadá e África do Sul). Além desses, a União Européia, Austrália, Japão e Indonésia, por serem os mais citados nos artigos investigados por essa pesquisadora

Quadro 19 – Particularidades da proteção legal ao design no mundo

PROTEÇÃO LEGAL AO DESIGN NO MUNDO				
PAÍS	LEGISLAÇÃO	O QUE PROTEGE	PRAZO	PRORROGAÇÃO
Reino Unido	The Registered Designs Act 1949	DESIGN: Forma, padrão ou ornamento aplicado a um artigo, por qualquer meio ou processo industrial, perceptível visualmente	5 anos	2 x 5 anos
França	Code de la Propriété Intellectuelle	DESIGN E MODELO: Linhas, contornos, suas cores, formas, textura ou material do próprios do produto ou de sua ornamentação	0 anos	0 x 0 anos
Estados Unidos	Patent Law	DESIGN INDUSTRIAL: aparência do artigo e características não estruturais ou utilitárias	14 anos	-
Rússia	Part IV of the Civil Code of the Russian Federation	DESIGN: configuração, ornamentação e combinação de cores	15 anos	1 x 10 anos
Índia	Design Act 2.000	DESENHO: forma, configuração padrão, ornamento ou composição de linhas ou de cores aplicada a qualquer artigo por qualquer processo industrial ou de meios, seja manual, mecânico ou químico, perceptível visualmente	10 anos	1 x 5 anos
China	Lei Fang	DESENHO: forma, padrão e cor em combinações entre si aplicada a qualquer artigo produzido por métodos industriais, em lotes	10 anos	-
África do Sul	Designs Act 195/1993	DESIGN ESTÉTICO: concepção estética de um projeto DESIGN FUNCIONAL: concepção funcional de um projeto	15 anos 10 anos	-
União Europeia	Directiva do Parlamento Europeu 98/71	DESENHO E MODELO: aparência da totalidade ou de uma parte de um produto, resultante das características nomeadamente de linhas, contornos, cores, forma, textura e/ou materiais do próprio produto e/ou sua ornamentação	5 anos	4 x 5 anos
Austrália	Designs Act 2003	DESENHO INDUSTRIAL: aparência total do produto resultado de uma ou mais características visuais do mesmo	5 anos	1 x 5 anos
Japão	Lei Nº 212 2006	DESENHO INDUSTRIAL: é a forma, padrão, cor ou qualquer combinação dessas características em um artigo ou parte de um artigo que tenha aparência estética e uso industrial	15 anos	-
Brasil	Lei Nº 9.279/96	DESENHO INDUSTRIAL: é a forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto proporcionando visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial	10 anos	3 x 5 anos
Indonésia	Lei Nº 31 2000	DESENHO INDUSTRIAL: é a criação quanto à forma, configuração ou a composição de linhas ou cores, ou linhas e cores, ou a combinação assim obtida, em uma forma bi ou tridimensional que cause uma impressão estética e possa ser percebida em um modelo bi ou tridimensional e usado para produzir um produto, bem ou um artigo industrial e um artesanato	10 anos	-

Fonte: Elaborada pela autora a partir de OMPI, 2013

Numa breve reflexão sobre a figura apresentada, pode-se notar que a definição do que é protegido pela legislação de cada país é praticamente a mesma, com uma pequena variação no Reino Unido onde o *design* deve se apresentar como um produto industrializado ou industrializado. Vindo do berço da Revolução Industrial, não é de se estranhar essa tendência fabril até mesmo em sua legislação.

Na França, cuja legislação segue a tendência autoralista, tanto faz que o artefato seja fruto de uma atividade artesanal ou industrial desde que carregue em si as características que o tornarão um desenho industrial registrável.

E, fechando os três precursores dos direitos de propriedade intelectual, os Estados Unidos, onde o industrial *design* recebe uma patente para garantir os direitos de exclusividade da aparência estética de um artefato protegido.

Com exceção do Brasil, que foi signatário dos primeiros tratados e convenções internacionais, nos demais países apresentados, a proteção legal ao *design* é quase uma novidade. Na Rússia, a legislação encontra-se como um livro do Código Civil; na Índia e na China há previsão de proteção mas os costumes e tradições ditam ainda suas regras; e na África do Sul, a divisão do *design* em estético e formal não encontra respaldo nas orientações da WIPO/OMPI.

Nota-se que, até aqui, o *design* é visto como tutelado pelo registro de desenho industrial, conforme ditam as regras de diversos países e que, cada vez mais tornam-se questionáveis para esta pesquisadora, frente à abrangência do *design* atual.

6.2 A proteção legal do *design* no Brasil

Embora pesquisadores como Adélia Borges (2009) afirmem que o alcance do *design* é enorme, visto que "*está no nosso cotidiano desde que acordamos até a hora em que vamos dormir, mesmo que a gente não tenha percepção consciente dessa presença*", outros autores, como Lúcia Acar (2009), não comungam dessa opinião pois mesmo sendo comum a afirmativa de que há *design* em tudo, uma análise mais pontual e profunda demonstra que nem

todos os produtos podem ser chamados de "produtos de *design*" e somente aqueles que apresentem aspectos ao mesmo tempo estéticos e funcionais, podem ser assim reconhecidos.

Deste modo, em relação à forma ideal de proteção ao *design*, é perceptível que a legislação brasileira ainda não contempla exatamente o produto descrito por Lúcia Acar uma vez que frequente é o entendimento, entre os profissionais de Direito, de que o *design* resume-se apenas à forma exterior de um produto independentemente de qualquer funcionalidade (DOLABELLA, 2008).

Acontece que o *design*, tal como é desenvolvido hoje em dia, não se limita apenas a

forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial (Lei Nº 9.279/96)

englobando nas mesmas proporções, e de forma indissolúvel, a configuração plástica externa e a funcionalidade.

Susana Serrão Guimarães, *designer* e examinadora de desenho industrial do INPI é absolutamente clara a este respeito. Para ela

considera-se desenho industrial a configuração ornamental externa de um produto industrial ou um padrão gráfico aplicado a um produto. Os desenhos industriais protegem o *design* externo de um produto, independentemente de seu funcionamento, isto é: a forma externa é protegida pela registro de desenho industrial, o funcionamento do objeto é protegido por patente (GUIMARÃES, 2005:25)

Portanto, no Brasil, quando se adentra no universo da propriedade intelectual,

por não existir uma proteção única ao *design* tal e qual ele é entendido pelos *designer*, a tutela deverá ser dada através de pelo menos dois institutos: a configuração formal por registro de desenho industrial e o seu funcionamento pela patente de invenção ou modelo de utilidade. Isto porque aos olhos da legislação vigente,

***design* = configuração ornamental externa = desenho industrial**

Ou seja, para a propriedade intelectual, *design* é adereço, é enfeite, é ornamento, é a maquiagem que transforma um objeto comum em um objeto admirado e desejado, pouco se importando se terá uma função ou funcionalidade adequada - ponto este que é de fundamental importância para os *designers* quando no desenvolvimento de seus produtos.

Por não se prender apenas à forma estética, mas também à sua função, do ponto de vista tecnológico, prático e até mercadológico, muitas vezes se acham acumulados num mesmo produto, criações de vários gêneros, que podem ser protegidas por institutos outros que não exatamente o desenho industrial, como discorreremos de agora para frente.

Em relação à proteção legal na área do *design*, um ponto interessante a ser falado diz respeito à possibilidade de multiplicação e industrialização do bem. Da mesma forma que a multiplicação de um artefato não caracteriza um produto industrial, também a industrialização pode não desnaturar o caráter artístico de uma obra. Afinal, as obras que se encontram mais severamente protegidas pela lei de direito de autor são aquelas que se destinam à produção em massa por sua própria natureza, como os livros, discos, filmes, e outros (SILVEIRA, 2003).

Assim, o *design*, que é o resultado da aplicação de regras técnicas materializadas sob uma forma nova e atraente para o consumidor, encontra-se justamente no limiar entre os dois campos, o da arte e o da técnica (GONTIJO, 2009). Para se definir qual proteção se aplica a este tipo de produção, é preciso antes determinar se a forma do produto final é ou não separável do efeito técnico produzido.

Um *design* que constitua a única forma necessária para a obtenção do efeito

prático de um produto é um *design* que só existe em razão de fazer o produto atender à sua finalidade. Assim, mesmo que tenha um alto grau de efeito estético, só poderá ser protegido pela propriedade industrial. Por outro lado, se a forma de um objeto está estreitamente ligada a um determinado resultado prático, mas apresenta um notável nível artístico, a finalidade prática não deve impedir que este objeto seja tutelado pela legislação de direito autoral (LASTRES & ALBAGLI, 1999).

Por isso é que, além da proteção oferecida pela **propriedade industrial** à configuração externa estética dos artefatos novos, originais e passíveis de reprodução industrial, ou seja, os **desenhos industriais**; pelo **direito de autor** serão protegidos os artefatos que se apresentam como **obra de arte aplicada**.

Entendendo-se obra de arte aplicada como "*modalidades da produção artística que se orientam para o mundo cotidiano, pela criação de objetos, de peças e/ou construções úteis ao homem em sua vida diária*" (ITAU CULTURAL, 2005), compreende-se porque a propriedade intelectual abre também ao direito de autor, a possibilidade para proteção de um artefato fora do exclusivo e restrito campo das artes, ciências e literatura.

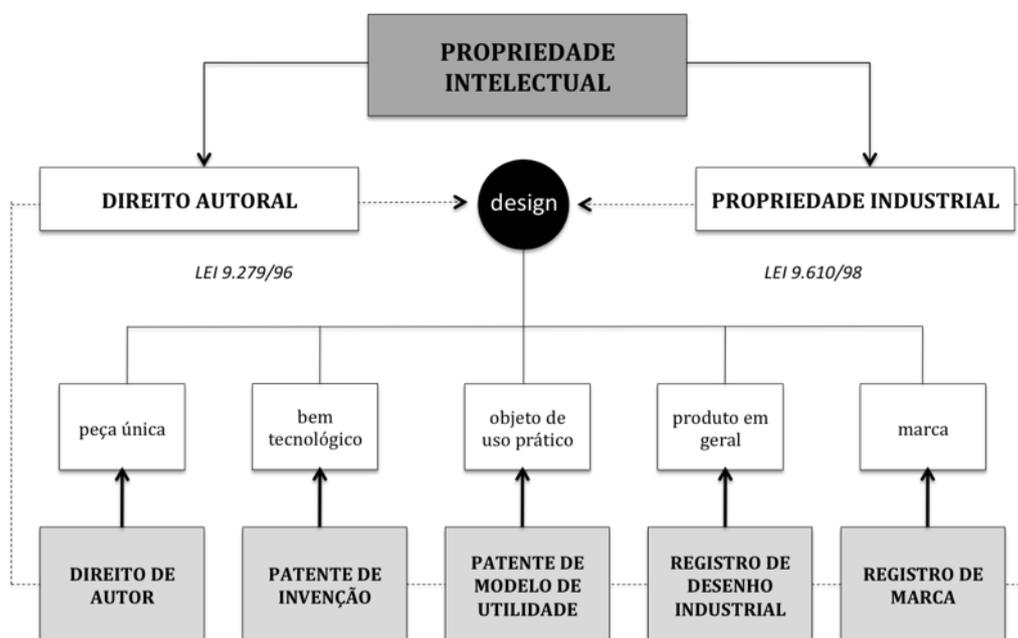
Como vimos, embora a legislação atual possibilite a proteção da peça única pelos direitos de autor e do produto (em geral) pelo desenho industrial, ainda temos, dentro da tipologia do *design* no Brasil contemporâneo especificada nesta investigação através da Classificação de Locarno, o bem tecnológico, o objeto de uso prático, e a marca como artefatos que carecem de proteção legal mas não encontram no registro de desenho industrial, o respaldo necessário para este fim.

Da análise da relação entre o **design e seu entorno**, através da observação desta pesquisadora enquanto professora da Escola de *Design* da Universidade do Estado de Minas Gerais, surgiu a necessidade de buscar, dentro da legislação pertinente, outras formas de tutela não claramente especificada na norma jurídica mas já discutidas por autores como Denis Borges Barbosa, Frederico Cunha Lima, João Ademar, e o próprio INPI.

Então, tomando o **bem tecnológico** como uma inovação radical capaz de

gerar um artefato totalmente novo; o **objeto de uso prático** como uma inovação incremental que reflete pequenas melhorias contínuas em produtos ou linhas de produto; e **marca** como um sinal visualmente distintivo que diferencia e particulariza produtos e serviços, pela figura 32 podemos vislumbrar todas as **possibilidades** de aplicação dos direitos de propriedade intelectual ao artefato de *design*, no Brasil:

Figura 32 – Possibilidades da proteção legal ao design no Brasil



Fonte: Elaborada pela autora

Assim, a Propriedade Intelectual no Brasil se divide em dois grandes campos para a a proteção do *design*, o Direito Autoral e a Propriedade Industrial.

O *design*, por sua vez, apresenta-se sobre a forma de uma peça única, protegida pelo direito de autor; um bem tecnológico, pela patente de invenção; um objeto de uso prático, pela patente de modelo de utilidade; um produto (em geral), pelo registro de desenho industrial; e a marca, pelo registro da marca.

Portanto, como resultado do rebatimento dos direitos de Propriedade Intelectual nos tipos de *design* do corpus da pesquisa, chegou-se ao seguinte quadro 20:

Quadro 20 – Proposição final da pesquisa

PROTEÇÃO LEGAL AO DESIGN NO BRASIL CONTEMPORÂNEO					
ABRANGÊNCIA	PROPRIEDADE INTELECTUAL				
	DIREITO AUTORAL	PROPRIEDADE INDUSTRIAL			
OBJETO	arte	técnica			
TIPO DE DESIGN	PEÇA ÚNICA	BEM TECNOLÓGICO	OBJETO DE USO PRÁTICO	PRODUTOS (EM GERAL)	MARCA
ARTEFATO NO DIREITO	obra de arte utilitária	invenção	modelo de utilidade	desenho industrial	marca
ARTEFATO NO DESIGN	obra de arte utilitária	inovação radical	inovação incremental	configuração nova e original	sinal distintivo
TÍTULO	Registro facultativo de Direito Autoral	Patente de Invenção	Patente de Modelo de Utilidade	Registro de Desenho Industrial	Registro de Marca
OBJETIVO	arte utilitária	solução de um problema técnico específico	aperfeiçoamento ou melhoria no uso ou na fabricação	composição estético-formal	identificação e diferenciação de produto ou serviço
CAMPO	estético	técnico	funcional	funcional estético	técnico estético
ESCALA DE PRODUÇÃO	peça única reproduzível	reprodução industrial	reprodução industrial	reprodução industrial	peça única + aplicações
VIGÊNCIA	até 70 anos após morte do autor	20 anos a partir do depósito	15 anos a partir do depósito	10 anos + 3 x 5 anos	10 anos + 10 + ...
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> obra intelectual criatividade caráter artístico novidade apto p/ seriação 	<ul style="list-style-type: none"> ativid. inventiva sufic. descritiva novidade apto p/ seriação 	<ul style="list-style-type: none"> melhoramento ato inventivo sufic. descritiva novidade apto p/ seriação 	<ul style="list-style-type: none"> caráter artístico visual novo originalidade apto p/ seriação 	<ul style="list-style-type: none"> visualmente perceptível novidade relativa originalidade apto p/ seriação

Fonte: Elaborada pela autora

Partindo-se da idéia de que o Direito Autoral protege o autor, a integridade da obra por ele criada e a fruição dos proventos econômicos advindos da sua utilização; e que a Propriedade Industrial, ao abordar as relações referentes as obras utilitárias, tem como objetivo interesses técnicos, econômicos e políticos, protegendo o produto industrializável e impedindo a concorrência

desleal; o confronto do quadro apresentado e as considerações acerca do Direito, do *Design* e do artefato apresentados na presente tese de doutoramento trouxe as seguintes conclusões:

- a) A abrangência da Propriedade Intelectual para proteção do *design* alcança o Direito Autoral e a Propriedade Industrial;
- b) O objeto de proteção ao *design*, pelo Direito Autoral está no campo da arte e pela Propriedade Industrial, no campo da técnica;
- c) A proteção legal ao artefato se dá pelo tipo de *design* que ele representa e não pela categoria ao qual ele pertence;
- d) A definição do artefato representativo do tipo de *design* tem nomenclaturas diferentes para o Direito e para o *Design*;
- e) A única forma de proteção ao *design* onde não é obrigatório um título de propriedade é o Direito Autoral;
- f) Cada tipo de *design* tem um objetivo específico de proteção relacionado ao momento de criação do artefato;
- g) O campo de proteção do *design* abrange aspectos estéticos, técnicos e funcionais;
- h) Apresentar-se como apto para ser reproduzido em série é uma das principais condições para qualquer tipo de *design* tornar o artefato passível de proteção legal;
- i) Outra condição, também indispensável é a novidade;
- j) A vigência da proteção é variável de acordo com o tipo de *design*;
- k) Nem todos os artefatos apontados como exemplos de *design* do Brasil contemporâneo recebem a proteção do registro de desenho industrial;
- l) A proteção pela patente de invenção e patente de modelo de utilidade podem ser utilizadas para tutela dos tipos de *design* não contemplados pelo registro de desenho industrial;
- m) O sinal visualmente perceptível que identifica e diferencia produtos e

serviços é um tipo de *design* protegível pelo registro de marca;

n) A obra de arte utilitária é um tipo de *design* protegível pelo direito de autor ou pelo registro de desenho industrial;

o) Um artefato pode representar mais de um tipo de *design* mas tem que optar, sempre, por apenas uma forma de proteção.

Tomando portanto, as considerações apresentadas, podemos concluir que:

Problema de pesquisa:

Realmente o existe o descompasso entre o que o *designer* produz hoje em dia e o que a legislação efetivamente se propõe a proteger visto os artefatos que, não tipificados através da Classificação de Locarno, não encontram no direito de Propriedade Industrial o amparo desejado e, à margem da proteção legal, ficam à mercê da apropriação sem autorização do *designer*.

Pergunta de pesquisa:

As possibilidades e limitações do registro de desenho industrial para proteção do *design* no Brasil contemporâneo estão diretamente relacionadas à existência, no artefato, caráter artístico, visual novo e original, e que este seja apto para reprodução em série.

Hipótese da pesquisa:

O uso de novas tecnologias e novos materiais ampliou a área de atuação do *designer* gerando artefatos ainda não categorizados e tipificados pelos moldes apresentados na pesquisa e, conseqüentemente, não previstos na atual legislação de proteção do desenho industrial.

Objetivo principal:

A categorização e tipificação do corpus de pesquisa possibilitou analisar com

mais clareza e detalhes o desalinhamento existente entre o que o *designer* faz e o que a legislação de Propriedade Intelectual protege.

Objetivo específico:

A relação entre *design* + artefato + propriedade intelectual foi teoricamente subsidiada pelos conceitos e definições de cada área, garantindo o suporte teórico da pesquisa; a amostragem do *design* no Brasil contemporâneo permitiu que fossem analisados e classificados os artefatos frente à todas as possibilidades de proteção oferecidas ao *design* pela legislação nacional; e a lacuna entre o Direito e o *Design* foi estreitada uma vez que o solo infértil das discussões entre ambas as áreas foi revirado e várias possibilidades de proteção ao *design* surgiram.

Contribuições da pesquisa:

As possibilidades da Propriedade Industrial frente aos artefatos gerados pelas novas tecnologias foram evidenciadas por arcabouço teórico e pragmático quando da definição e descrição das tipologias do *design* no Brasil contemporâneo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Da relação entre **design + artefato + direito** de propriedade intelectual iniciou-se esse estudo onde foi exposta toda uma trajetória de investigações sobre o desalinhamento existente entre o que o *designer* faz hoje em dia no Brasil e o que, efetivamente a legislação de propriedade intelectual protege. Acredita-se ter, a tese, alcançado seu objetivo, cabendo agora, nesta etapa final, revisar as principais considerações:

Primeiro capítulo: Apresentação dos motivos, relevância e originalidade do tema, além do relacionamento da autora com a problemática em questão

Segundo capítulo: o caminho percorrido pela pesquisadora, ou a metodologia da pesquisa, foi apresentada enfatizando a relação indissociável entre o artefato, o *design* e o direito de propriedade intelectual. O que se pretendeu nesse momento foi estruturar o corpus da pesquisa e as formas de investigar sob esse material frente à necessidade de análise da legislação de proteção legal ao *design*, no Brasil.

Terceiro capítulo: partindo de conceitos da base do Direito, este capítulo buscou apresentar o universo da propriedade intelectual, seu alcance e quais as formas de proteção estão disponíveis para as criações do intelecto humano no Brasil. Destacou-se o foco no artefato de *design* ao destrinchar em pormenores as proteções relacionadas à propriedade industrial. Como conclusão, apresentou-se o direito de autor como uma possibilidade de proteção ao artefato de arte aplicada que se apresenta apto à seriação.

Quarto capítulo: procurou-se definições para o *design*, conforme visto e entendido pelo campo do *Design* a fim de dissociá-lo da noção de desenho industrial, conforme visto pelo campo do Direito. A importância desse procedimento deve-se ao fato de que a legislação, enquanto voltada para o desenho industrial torna-se inadequada para o *design*. A divisão do *design* em categorias, tomando por base os cursos em funcionamento no Brasil, mostrou que o campo é vasto e, no confronto com o corpus da pesquisa mostrou que abrange muito mais áreas que as academicamente definidas.

Quinto capítulo: definiu-se o artefato brasileiro contemporâneo desenvolvido através de uma metodologia de *design* e buscou-se, através de características comuns, criar nichos de similaridades onde pudessem ser analisados como um todo, em relação aos direitos de propriedade intelectual. Como todo o corpus da pesquisa foi composto por artefatos de *design* ganhadores de prêmios de *design*, concluiu-se que uma vez tipificados, estes eram os legítimos representantes do *design* nacional.

Sexto capítulo: aqui foi apresentada a tese propriamente dita e a hipótese de que as novas tecnologias e os novos materiais utilizados na configuração dos artefatos ampliou a área de atuação do *designer* foi comprovada através dos artefatos que ficaram de fora de qualquer classificação prevista na pesquisa. Concluiu-se que no rebatimento da tipologia do *design* brasileiro contemporâneo na legislação vigente, o desenho industrial sozinho não é capaz de proteger o *design*; e que, contrariando os especialistas, existem sim outras formas de proteger o *design* dos artefatos.

Sugestões para futuros descontentes

Sem muitas delongas, um dos principais desdobramentos desta tese está na necessidade urgente de modificação da legislação brasileira de propriedade industrial. Ousadia maior não há para uma pesquisadora acadêmica: bater de frente com seus mestres do Direito, mas, com cadernos em branco e canetas bic novas pode-se mudar o mundo!

Equiparar o *design* ao desenho industrial conforme crê a Lei Nº 9.279/96 é quase um sacrilégio para os estudiosos do *design* que há anos vem batendo na mesma tecla de que *design* não é apenas uma maquiagem que se coloca no produto para ele vender mais e mais caro. Espero, sinceramente, que a partir desta, outros venham e tragam para o *design* o seu devido reconhecimento dentro do mundo da propriedade intelectual.

REFERÊNCIAS DA PESQUISA

ABRAO, Eliane Yachouh. *O que é e o que não é Direito Autoral*. São Paulo: publicado no Mercado Global, 4º Trimestre/2002, nº 112

ACAR, Lucia. *Design e cotidiano: mais que uma moda, um estilo!*. In Diseño en Palermo. I Congresso Latinoamericano de Enseñanza en diseño. Universidade de Palermo, 2009

AGUIAR, Dorinha. *O Design em Minas. 50 anos*. Belo Horizonte, Edição Especial, 2006

ASCENSÃO, José de Oliveira. *Direito Intelectual, Exclusivo e Liberdade*. ABPI. 01/03/2008. http://ld2.ldsoft.com.br/portal_webseek/detalhe_a ssuntos.asp?gint_assunto=10&gint_materia=1073&gint_pagina=13&gint_pagina_pesquisa=28 Acesso 21 agosto 2008

BACKX, Hugo e MAGALHÃES, Claudio Freitas. *Design e o sistema legal de proteção das criações*. P&D Design 2012, São Luis, Maranhão. 2012

BARBOSA, Denis Borges. *Propriedade Intelectual aplicada ao Acordo TRIPS*. Rio de Janeiro. Editora Lumen Júris, 2002

BARBOSA, Denis Borges. *Uma Introdução à Propriedade Intelectual*. Rio de Janeiro: Editora Lúmen Júris, 2006

BARCELOS, Milton Lucídio Leão. *O Sistema Internacional de Patentes*. São Paulo: Iod/Thomson, 2004

BARROS. Eugênia Caldas. *Manual de Direito da Propriedade Intelectual*. 1ª. ed. Aracaju: Evocati Editora, 2007

BARROSO NETO, Eduardo. *Quase quatro décadas de design* in Blog Eduardo Barroso. Um olhar de designer sobre a sociedade. 07/maio/2008. <http://eduardobarroso.blogspot.com/2008/05/quase-quatro-decadas-de-design.html> Acesso 31 agosto 2011

BARTHES, Roland. *Elementos da Semiologia*. São Paulo: Cultrix, 2012

BEVILACQUA, 1942. *O Direito das Coisas*. Cópia xerográfica

BITTAR, Carlos Alberto. *Apontamentos sobre a nova lei brasileira de Direitos Autorais*. Revista de Informação Legislativa, Brasília, vol. 39, jul./set. 1998.

BITTAR, Carlos Alberto. *Direito de Autor*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005

BOMFIM, Gustavo Amarante. *Idéias e formas na história do design: uma investigação estética*. Campina Grande: Universidade Federal da Paraíba, 1997

BOMFIM, Gustavo Amarante. *Sobre a possibilidade de uma teoria do Design*. In. "Estudos em Design", vol. 2, nº 2, Anais P & D Design 1994.

BONSIEPE, Gui. *O futuro do design na América Latina* In: Design & Interiores. São Paulo, nº 16, vol.3, out. 1989.

BORGES, Adélia. *Design Brasil Hoje: Fronteiras*. São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo, 2009

CARDOSO, Cilene; PICOLI, Julia. *Metodologia de projeto de Bruno Munari aplicada ao design de superfície de moda*. 9º Colóquio de Moda de Fortaleza (CE). 2013

CARDOSO, Rafael. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Editora Blucher, 2008

CARVALHO & RIGHETTO, 2007. Cópia xerográfica

CAVALCANTI, Virginia Pereira. *O design do móvel brasileiro contemporâneo, da diversidade à especificidade*. Memorial Descritivo. Universidade de São Paulo. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. São Paulo, 1999.

CAYGILL, Howard. *Dicionário Kant*. verbete “valor”. Tradução de Álvaro Cabral, revisão de Valério Rohden, Rio de Janeiro, Jorge Zahar editor, 2000.

CHAVES, Antonio. *Direitos de Autor*. In: Enciclopédia Saraiva do Direito. n. 26, 1996

CERQUEIRA, Tarcísio Queiroz. *A Propriedade Intelectual*. 2009 <http://www.tarcisio.adv.br/novo/index.php?pagina=lerartigo.php&id=10111> Acesso 14 novembro 2011.

CIPINIUK, Alberto; PORTINARI, Denise. *Sobre métodos de design*. In: COELHO, Luiz Antonio L. (org) Design método. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Teresópolis: Novas Ideias, 2006

COELHO, Luiz Antonio L. *Conceitos-chave em design*. Rio de Janeiro. Ed. PUC-Rio: Novas Idéias, 2006

CONSTITUIÇÃO da Republica Federativa do Brasil. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm Acesso: 03 janeiro 2012

CORDEIRO, Diva Reni C. C. *O principio da igualdade e o sujeito de direito*. <http://www.parana-online.com.br/colunistas/195/45402/> 2007 Acesso 10 julho 20103

COSTA, Dilvanir José da. *O conceito de Direito Real*. Revista de Informação Legislativa. Brasília artigo 36, nº 144 out./dez. 1999.

CRETELLA JUNIOR. Direito Romano. 1976. Cópia xerográfica

CUNHA, Frederico Carlos. *Proteção Legal ao Design*. Vol.1. Propriedade Industrial. 2ª edição. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003

CUNHA, Frederico Carlos. *Proteção Legal ao Design*. Vol.2. Marketing e Web Design. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002

- DECRETO Nº 81.642/78.
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/Antigos/D81240.htm Acesso 14 maio 2013
- DECRETO Nº 1.355/94.
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/Antigos/D1355.htm Acesso 14 maio 2013
- DEMO, Pedro. *Pesquisa e construção do conhecimento*. Rio de Janeiro : Tempo Brasileiro, 1996
- DENIS, Rafael Cardoso. *Uma Introdução à História do Design*. São Paulo: Edgard Blücher Ltda, 2004
- DINIZ, M. H. *Curso de Direito Civil brasileiro*. 9ª ed. São Paulo: Saraiva, 1999.
- DOLABELLA, Renato Melo. Aspectos básicos do desenho industrial.
<http://www.dolabella.com.br/artigos.asp?id=262> Acesso 09 setembro 2008
- DOMINGUES, Felipe. *Design e cultura em produtos globais: a semiótica como ponto de convergência*. Dissertação de mestrado, Lavras: UFLA, 2008.
- DORFLES, Gilo. *O design industrial e a sua estética*. Lisboa: Presença, 1991.
- ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural. *Artes Visuais*. Artes Aplicadas. Atualizado em 28/11/2005.<http://www.itaucultural.org.br/aplicExternas> Acesso 27 maio 2009
- FLICK, Uwe. *Desenho da pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Artmed, 2009
- FLORES, César. *Segredo Industrial e o Know-How - Aspectos Jurídicos Internacionais*. Livraria e Editora Lumen Juris, 2008
- FORTE, Sergio Henrique Arruda Cavalcante. *Manual de Elaboração de Tese, Dissertação e Monografia*. Fundação Edson Queiroz. Universidade de Fortaleza, 2004
- FUJINO, Asa, STAL Eva, PLONSKI, Ary. A Proteção do Conhecimento na Universidade. *Revista de Administração*, São Paulo, v.34, n4. Outubro/Dezembro http://www.propesp.ufpa.br/spi/arquivos/prot_conhec_universid.pdf. Acesso 12 outubro 2008
- GARZON, Ana Rosa Lemos da Cunha. *Direitos Autorais, Busca do Equilíbrio*. Dissertação de Mestrado em Artes. Escola de Belas Artes. Universidade Federal de Minas Gerais, 2006
- GIL, Antonio Carlos. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. São Paulo: Atlas, 2006
- GOMES, Orlando. *Direitos Reais*. São Paulo: Editora Forense, 2004
- GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito Civil Brasileiro*. Saraiva, 2006
- GONTIJO, Renata. *Proteção legal ao design: o caso do Centro eData*. Dissertação de Mestrado. INPI. Rio de Janeiro, 2009

GUIMARÃES, Suzana Maria Serrão. *A Proteção Legal ao Design*. Editora Limiar Ltda. São Paulo, 2005

HESKET, John. *Design*. São Paulo: Ática, 2008

HOLANDA. Aurélio Buarque. *Novo Dicionário da Língua portuguesa*. Editora Positivo/Didáticos, 2009

HAMMES, Bruno. *Curso de Direito Autoral*. Editora Universitária, 1998

ICSID. International Council of Societies of Industrial Design. <http://www.icsid.org> Acesso 06 outubro 2012

IFNMG. Instituto Federal do Norte de Minas. <http://www.ifnmg.edu.br> Acesso 14 maio 2013

INPI. INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INTELECTUAL <http://www.inpi.gov.br> Acesso 15 novembro 2013.

JACÓ, Cristina. *Como o MEC compreende a formação em design*. http://www.arteducacao.pro.br/Artigos/CristinaJaco/cristinajaco.htm#Como_o_MEC_compreende_a_forma%E7%E3o_em_design Acesso maio 2013

KAPLAN, Abraham. *Conduta na pesquisa: metodologia para as ciências do comportamento*, 1969. Cópia xerográfica

KORS, Jorge Alberto. *Los secretos industriales y el know how*. Buenos Aires, Editora La Ley, 2007

LAGROU, Els. *Agência e significado nas artes indígenas*. In: <http://www.ifch.unicamp.br/proa/DebatesII/pdfs/elslagrou.pdf> Acesso 12 dezembro 2013

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Atlas, 1991

LANDEIRAS, Gabriela de Oliveira. *Design de exposição*. Estudo de caso - design UFRG. Monografia. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da UFRGS, 2010

LASTRES, Helena Maria Martins e ALBAGLI, Sarita. *Chaves para o Terceiro Milênio na Era do Conhecimento*. Informação e Globalização na Era do Conhecimento. Rio de Janeiro. Campus, 1999

LEI Nº 9.279/96. *Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial*. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 15 mai. 1996. <http://www2.camara.gov.br/internet/legislacao/legin.htm> Acesso 20 agosto 2011.

LEI Nº 9.609/98, de 19 de fevereiro de 1998. *Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências*. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 20 fev. 1998. <http://www2.camara.gov.br/internet/legislacao/legin.html> Acesso 04 agosto 2011.

LEITE, Gisele Pereira Jorge. Considerações sobre bens na Teoria Geral do Direito Civil. In: *Âmbito Jurídico*, Rio Grande, IX, n. 33, set 2006. http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?artigo_id=1274&n_link=revista_artigos_leitura Acesso 02 janeiro 2014.

LEONARDOS, Gabriel Francisco e PINTO, Gabriela Muniz. *A Proteção das Obras de Design pelo Direito Autoral*, 2005. Disponível em <http://www.joiabr.com.br/artigos/lda.html>. Acesso 15 janeiro 2009

LEWICKI, Bruno. *Direito de Propriedade Intelectual – Estudos em homenagem ao Pe. Bruno Jorge Hammes*. Juruá Editora. 2005.

LIMA, João Ademar de. *Curso de Propriedade Intelectual para Designers*. João Pessoa: Editora Idéia, 2001. <http://www.slideshare.net/joaoademardemar/direito-da-propriedade-intelectual-aula-6>. Acesso 10 maio 2008

LÖBACH, Bernd. *Design industrial: base para a configuração dos produtos industriais*. São Paulo: Blucher, 2007

LOPES, Maria Emmacolata Vassallo de. *Pesquisa em comunicação*. São paulo: Edições Loyola, 2005

MALDONADO, Tomás. *Vanguardia y racionalidad*. Barcelona, 1977

MAGRANI, Bruno. Fundação Getúlio Vargas, notas de aula, 2009

MANSO, Eduardo J. Vieira. *O que é Direito Autoral*. São Paulo: Brasiliense, 1992

MARGOLIN, Victor. *O design e a situação mundial*. In: *Global equilibrium or global expansion: design and the world situation*, Design issues, v.12, 1996

MARQUES, Ricardo Luiz Pereira e MAGALHÃES, Rodrigo Almeida. Contribuições da filosofia do Direito para a aceitação de marcas sonoras no direito brasileiro. *Revista CESUMAR - Mestrado*; vol. 9, nº 1, 2009

MARTINS, Nara Silvia, e RICCETTI, Maria Teresa. *A transposição de premissas no processo criativo de objetos no design contemporâneo*. In: III Fórum de Pesquisa FAU.Mackeknziel. 2007

MAXIMIANO, Antonio Cesar A. *Introdução a Administração*. 3ª ed. São Paulo. Editora Atlas, 1992

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Cultrix, 1971

MEC. Ministério da Educação e Cultura. <http://www.mec.gov.br> Acesso 30 janeiro 2013

MICHAELIS. *Dicionário Online*. Disponível em http://dic.busca.uol.com.br/result.html?q=banco_de_dadods&group=0&t=10 Acesso 07 maio 2013

MINAYO, Maria Cecília de Souza. *O desafio do conhecimento*. São Paulo: Hucitec, 1993.

MONTEIRO, Washington de Barros. *Curso de direito civil*, p.88, 18ª ed , Ed. Saraiva, SP 1979

MORAES, Dijon de. *Limites do Design*. São Paulo: Stúdio Nobel, 1997

MOURA, Mônica. *O design de hipermídia*. Tese de doutorado. Comunicação e Semiótica. PUC-SP, 2003

MUNARI, Bruno. *Artista e designer*. Lisboa: Presença, 1984

NEVES, André. *Notas de sala aula*. UFPE, 2010

NIEMEYER, Lucy. *Design no Brasil: Origens e Instalações*. 2ª ed. Rio de Janeiro: 2AB, 1998

ONO, Maristela Misuka. *Design, cultura e identidade, no contexto da globalização*. Revista Design em Foco, julho - dezembro, ano/vol. I, nº 001. Universidade do Estado da Bahia. Salvador/Brasil

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL – OMPI. <http://www.ompo.org> Acesso 14 maio 2013.

OSTROWER. Faya. *Criatividade e processos de criação*. Editora Vozes, RJ, 1997

PANIZZA, Janaina Fuentes. *Metodologia e processo criativo em projetos de comunicação visual*. Dissertação de mestrado. ECA/USP. 2004

PARANAGUÁ, Pedro; REIS, Renata. *Patentes e criações industriais*. Rio de Janeiro: FGV, 2009

PAULA, Frederico Braidia Rodrigues de. *A linguagem híbrida do design*. Tese de doutorado. PUC/RJ. Rio de Janeiro, 2012

PERALTA, Patrícia Pereira. *Entrevista concedida em 12 maio 2009*

QUINTANA, Mário. *Poeminha do Conto*. Poesia Completa – Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 2005, p. 257

REALE, Miguel. *Filosofia do Direito*. 19ª edição, 3ª tiragem, São Paulo: Saraiva, 1999.

RECEITA FEDERAL. <http://www.receita.fazenda.gov.br> Acesso 2008

RUIZ, Manoel. *História do Plano Collor*. 2003 <http://www.sociedadedigital.com.br> Acesso 31 agosto 2009.

SALOMON, Delcio V. *Como fazer uma monografia*. São Paulo: Martins Fontes, 2008

SANTOS, Milton,. *A metamorfose do Espaço habitado*. São Paulo: Hucitec, 1998

SCHWARTZMAN, Simon. Um espaço para a ciência: a formação da comunidade científica no Brasil. Editora Brasília Ministério da Ciência e Tecnologia, 2001

SEBRAE.SP. *Perguntas mais Frequentes sobre Design*. http://www.sebraesp.com.br/inovacao_tecnologia/via_design/faq. Acesso: 12 janeiro 2008

SILVEIRA, Newton. *A Questão da Propriedade Industrial*. Jornal Estado de São Paulo, 18/11/1997. <http://www.newmarc.com.br/novo/index.asp?p=artigos.asp&m=000035>. Acesso 23 setembro 2008

SILVEIRA, Newton. *A Propriedade Intelectual e a Nova Lei de Propriedade Industrial*. Saraiva, São Paulo, 1996.

SILVEIRA, Newton. *Direito de Autor no Desenho Industrial*. 2003. <http://www.newmarc.com.br/novo/index.asp?p=artigos.asp>. Acesso: 04 julho 2006.

SILVEIRA, Newton. *Ética: Propriedade Industrial e Abuso de Poder Econômico*. <http://www.newmarc.com.br/novo/index.asp?p=artigos.asp&m=000028>. Acesso 07 julho 2008

SOUZA, Allaen Rocha de. A função social dos direitos autorais. Revista de Direito Autoral, Rio de Janeiro: Lumins Juris, ano 2, nº 4, fev. 2006

SZMRECSÁNYI, Tamás. *A Herança Schumpeteriana*. São Paulo. 2006

TIGRE, Paulo Bastos. *Gestão da inovação. A economia da tecnologia no Brasil*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ULLMANN, Christian. *Entrevista*. http://www.emobil.com.br/midia/entrevistas-geral/item/13143-christian-ullmann-design-para-sustentabilidade.html#.Ut_93f 2013 Acesso dezembro 2013

VARELA, Marcelo Dias. Políticas públicas para propriedade intelectual no Brasil, capítulo de livro. 2005

VIEIRA, Eduardo. *A importância do design para as empresas e indústrias... o valor do design*, 2004. Cópia xerográfica

WIPO/ONPI, <http://www.wipo.int/portal/en/index.html>, 2013 Acesso abril 2013

WOLLNER, Alexandre. Entrevista, 2002 <https://www.youtube.com/watch?v=1> Acesso outubro 2013

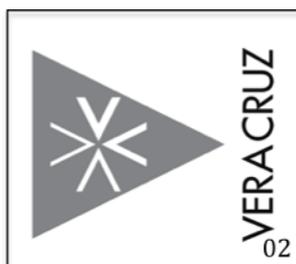
ZILLI dos Santos. *A Propriedade Intelectual dos Programas de Computador*. Monografia. Universidade Federal de Santa Catarina. Centro de Ciências Jurídicas. Departamento de Direito. Florianópolis, 1997. Disponível em <http://www.buscalegis.ufsc.br/revistas/index.php/buscalegis/article/view/7126/6693>. Acesso em 30 setembro 2008

ZUBEN, Fernando J. Von. *O mundo natural e o mundo artificial*. In: <ftp://ftp.dca.fee.unicamp.br/pub/docs/vonzuben/ia707> Acesso 13 maio 2013

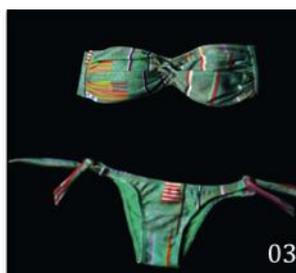
ANEXO - O CORPUS DA PESQUISA



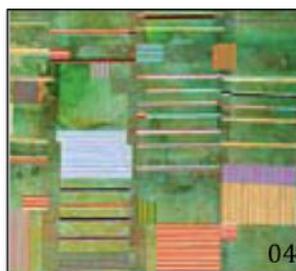
01. Dispenser de papel higiênico e toalha interfolhado: Linha de dispensers de papel para diferentes finalidades, destinados a sanitários de uso público. O design traz uma linguagem integrada ao conjunto com desenho que faz referência ao papel e ao movimento para retirá-lo. Um único material é empregado, polipropileno injetado translúcido, em diversas cores. A tampa frontal permite rápida visualização da necessidade de recarga (Ado Azevedo, 2001)



02. Identidade da Escola Vera Cruz: O número quatro perpassa todo o projeto: uma cruz tem quatro pontas, os nomes Vera e Cruz têm quatro letras cada e a escola tem quatro instituições subordinadas a um guarda-chuva. A construção do sinal parte de um quadrado dividido em quatro módulos verticais e horizontais, que por sua vez podem ser divididos no mesmo sentido sucessivamente, para definir os pontos referenciais de sua construção (Alexandre Wollner e Gisa Bustamonte, 2005)



03. Biquini: Feito de jersey elástico em microfibra, tem sutiã tomara-que-caia drapeado e modelagem confortável (Amir Slama, 2008)



04. Estampa: obra do artista plástico carioca Gonçalo Ivo com referências de formas geométricas e cores (p/Amir Slama, 2008)



05. Vinhetas para televisão MTV & Frida: Série de vinhetas desenvolvidas para a MTV, com postura análoga à dos samplings musicais dos artistas da emissora – captar de várias fontes, mixar e recriar (Ana Starling, 2006)



06

06. Anel puzzle mix: Partes simétricas se encaixam, duas a duas. A última peça a ser colocada trava o anel. A combinação de ouro branco, amarelo e rosa 18 quilates torna ainda mais evidentes as partes deste quebra-cabeças tridimensional (Antonio Bernardo, 2005)



07

07. Anel e brinco satélite: Dispensam qualquer tipo de cravação (técnica de prender pedra em metal tradicionalmente usada em joalheria) através de um original sistema de encadeamento dos módulos de ouro onde as pedras ficam soltas dentro deles (Antonio Bernardo, 2008)



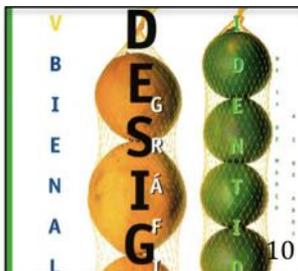
08

08. Talheres Arthur Casas: Inspirado na geometria das escamas da jararaca, esses talheres tem formas ligeiramente triangulares. O faqueiro completo é composto por 130 itens, com as seguintes opções de material: prata, titânio, aço inox revestido de titânio e aço inox escovado (Arthur de Mattos Casas e Rubens Simões, 2007)



09

09. Gravetos: Palitos para aperitivos fundidos na liga metálica Zamak e banhado em prata que mimetizam gravetos de árvores e que fazem parte de uma série de produtos para mesa baseados em formas naturais (Baba Vacaro, 2008)



10

10. Cartaz para 5ª Bienal de Design Gráfico: peça que explora a rede de plástico, popular embalagem para limão e maracujá feita pelos vendedores ambulantes das feiras livres das cidades brasileiras (Barbara Szaniecki, 2000)



11. Usina de asfalto Kompakt: O asfalto para pavimentar estradas é produzido em usinas instaladas normalmente no ponto de início das obras. À medida em que a rodovia é pavimentada, o caminhão carregado com o asfalto quente precisa percorrer distâncias cada vez maiores. Este novo veículo concentra todos os elementos componentes de uma usina de asfalto, consistindo numa verdadeira “usina sobre rodas”, que torna a pavimentação de estradas mais rápida e barata (Bertussi Designindustrial, 2008)



12. Videoclip da música Vivo Feliz, de Elza Soares: junção de gráficos animados às imagens filmadas (BijaRi, 2003)



13. Linha Nympe - calcinha: a estampa resulta de montagem de imagens eróticas indianas do Kamasutra (Cândida Andrade, 2008)



14. Linha Nympe - sutiã: com alça intercambiável e ferragens para deixar à vista, todas essas estratégias fazem com que as peças possam emergir do “sob a roupa” (underwear), para o desfrute dos olhos (Cândida Andrade, 2008)



15. Carnaval Multicultural de Recife: este trabalho de macro-design envolve identidade, ilustração, cenografia e sinalização urbana. Seu objetivo é fazer a tradução visual da idéia dos gestores públicos de tornar a principal festa popular do Recife uma expressão da diversidade cultural pernambucana (Carlos Augusto Lira Arquitetos, 2008)



16. Poltrona Radar: eleita a madeira como matéria-prima por excelência para a elaboração de móveis produzidos artesanalmente, nesta poltrona em peroba rosa trabalhou-se com outro material reciclado, o ferro oxidado (Carlos Motta, 2008)



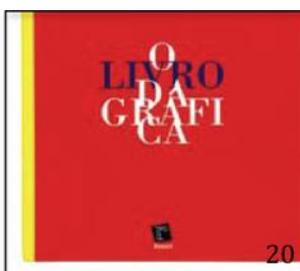
17. Lavadora Superpop: produto inovador no segmento de lavadoras semiautomáticas, é única do mercado vendida desmontada, para montar em casa facilitando o transporte e a estocagem do produto e propiciando uma economia logística de 40% (Chelles & Hayashi Design, 2008)



18. Cartaz São Paulo infinito: evento sobre design promovido pela prefeitura de São Paulo (Chico Homem de Melo, 2008)



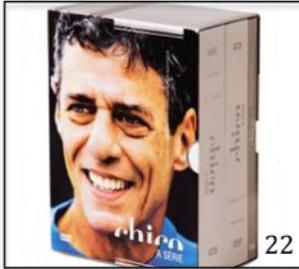
19. Castanheiras: criados para dar utilidade a sobras de madeira, os módulos quadrados podem ser dispostos de diferentes maneiras, formando um desenho que remete aos azulejos da arquitetura modernista. A parte rebaixada (Claudia Moreira Sales, 2006)



20. O Livro da gráfica: o design editorial é dissecado com originalidade nesta obra conceitual, que se vale da estrutura habitual de um livro (cadernos, capas, orelhas, guardas etc.) para sustentar seu discurso temático (Claudio Ferlauto, 2001)



21. **Revista Tupigrafia:** concebida a partir de um projeto gráfico livre, variando os tipos e a estrutura de página a cada matéria (Claudio Rocha e Tony de Marco, edição nº 8, 2008)



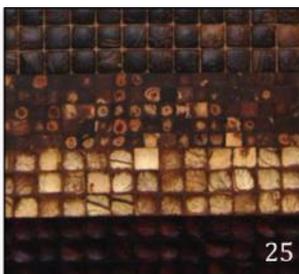
22. **Caixas para DVDs de Chico Buarque:** série de doze DVDs lançada em unidades que compõem quatro caixas, cada uma com três DVDs (Crama Design Estratégico, 2006)



23. **Necessária e Mini Necessária:** apresentados em onze cores diferentes, são acessórios de plástico, de uso pessoal que utilizam uma linguagem atual (Cristina Zatti, Renata Rubim e Débora Lacroix, 2008)



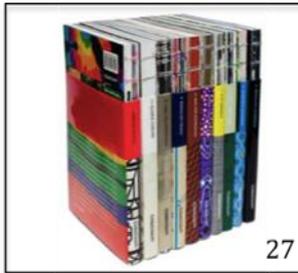
24. **Programa de identidade dos Jogos Pan-Americanos do Rio de Janeiro:** o projeto tem um pássaro como ponto de partida, e busca conjugar o “espírito do Rio” – espontaneidade do povo, exuberância da natureza – com os valores olímpicos, numa linguagem gráfica dinâmica e moderna (dupla Design, 2007)



25. **Pastilhados de cascas:** de coco, arroz, babaçu, dendê e mamona que anteriormente eram descartadas transformam-se em placas de pastilhas, prensadas e aglomeradas cuja proposta é aproveitar matérias-primas vegetais para gerar novos produtos (Eduardo Queiroz, 2000/09)



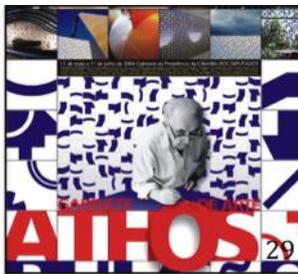
26. Fontes tipográficas Handma dee Misprinted: a matriz é ornamental e antiga, com tipografias do século XIX, vinhetas e imagens de almanaques antigos num sampleado que mistura manual e digital (Eduardo Recife, 2003/08)



27. Coleção Moda Brasileira: o universo da moda é transposto e recriado com sensibilidade no design desta coleção. Um projeto pensado em detalhe, da cor da linha da costura de cada livro à subversão das noções de avesso e direito (Elaine Ramos, 2007/08)



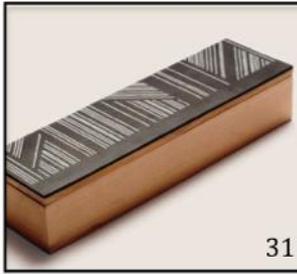
28. Livro Pós-Tudo – 50 anos de cultura na Ilustrada: projeto de design editorial em módulos, com soluções e características bem específicas para o tipo de livro que teria edição e fechamentos complexos num prazo de tempo muito curto (Eliane Stephan, 2008)



29. Folder-cartaz Athos Bulcão: divulgação da exposição Gabinete de Arte – Athos Bulcão, realizada no Congresso Nacional, tira partido da modularidade dos azulejos criados pelo artista, ressaltando sua importância na paisagem urbana de Brasília (Ely Borges, 2004)



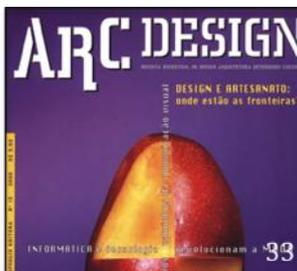
30. Marca Bahia: traço gestual com grande qualidade caligráfica, visível na modulação dos traços grossos e finos. A composição tipográfica da palavra Bahia – cujo “B” lembra um coração – é enriquecida pelo uso de cores aplicadas em cada uma das cinco letras, o sinal de exclamação e o traço sublinhado, que evoca um sorriso (Enéas Guerra, 2006)



31. Linha de objetos Cabanos: borracha originária de correias usadas para o transporte de minérios e madeiras de embalagens de insumos industriais descartados transformam-se em objetos feitos por artesãos gerando produtos diferenciados, que permitam ganhos maiores para os trabalhadores. O grafismo Xingu é aplicado em silk-screen sobre a borracha (Equipe do projeto Experiência Design, 2008)



32. Conjunto de porcelanas Manus: conceito que ganha intersecções com o design industrial e as artes visuais através do reaproveitamento de moldes e formas clássicas de porcelana, em releituras enriquecidas com referências de outras culturas (Estudio Manus, 2005/07)



33. Revista Arc Design: design pensado para capturar o leitor rapidamente, pela facilidade de leitura, a originalidade das soluções compositivas e sua relação com o conteúdo abordado (Fernanda Sarmiento , desde 2000)



34. Melissa Campana: a produção, em plástico reciclado injetado, é em altas séries, o que torna os calçados Melissa um produto barato, levando para o universo industrial as características do que é feito à mão é um dos fios condutores do trabalho dos famosos irmãos (Fernando e Humberto Campana, 2004)



35. Bengala Erlanger: o modelo atende a pessoas que precisam de um apoio simples para caminhada com um design ergonômico e que também pode ser usado e exibido como um acessório de uso pessoal, sem o rótulo discriminatório de “aparelhos para doentes ou deficientes” (Fernando Mendes de Almeida e Roberto Hirth, 2008)



36. Luminária Bossa: a intensidade e os efeitos da luz são alterados com o movimento de colocar o refletor para cima ou para baixo, permitindo alterar a luz de direta para indireta e vice-versa. A movimentação é obtida sem o uso de qualquer pêndulo ou apêndice, pois o anteparo exerce a função de contrapeso, o que garante a limpidez do desenho (Fernando Prado, 2007)



37. Prancha de skate Folha Seca: a grande inovação desta prancha de skate é o seu material, o BIOplac, um compósito que usa recursos não-madeireiros abundantes no Brasil (Fibra Design Sustentável, 2007)



38. Água de Banho e Perfume do Brasil: o design da embalagem apresenta o perfume como uma “jóia da natureza”. Seu frasco é protegido pelo invólucro externo de cerâmica e pela palha natural de folha de coco, mimetizando a semente. A água de banho tem frasco em PET com formas orgânicas (Filomena Padron, 2003)



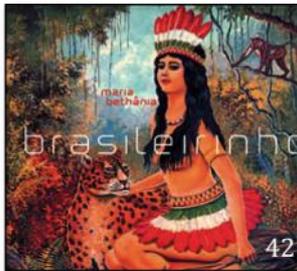
39. Havaianas Fórum Social Mundial: a partir de uma extensa pesquisa sobre os grafismos usados por etnias de diferentes continentes, chegou-se a doze signos, que deram a base para o design de superfície de uma linha de produtos (Fernanda Martins e Sâmia Batista, 2009)



40. Mídia Ecoduca: aproveitamento das folhas secas caídas nas ruas para desenvolver uma nova mídia. As folhas recebem inscrições por corte a laser, sem o uso de tintas e sem qualquer dano ao ambiente. Após o uso, devem ser simplesmente devolvidas à natureza (Fred Gelli, 2008)



41. Identidade de marca CPFL Cultura: no redesign da marca, o design faz uso quase diáfano dos elementos luminosos que identificam a marca, abrindo caminho para uma sutileza insuspeitada em projetos de identidade (Gad'branding, 2008)



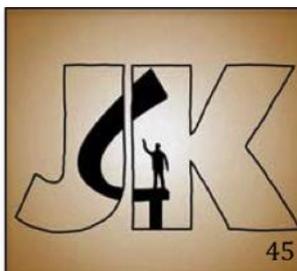
42. Capa de CD: uma cabocla conectada com sua terra e suas raízes, acompanhada de fotos de objetos e gravuras da coleção pessoal de Maria Bethânia é a imagem-síntese das múltiplas identidades do povo brasileiro (Gringo Cardia, 2004)



43. Cenário para Brasileirinho: a palha evoca a choupana primordial e se enfeita com balões de São João e outros elementos de festa e devoção populares (Gringo Cardia, 2004)



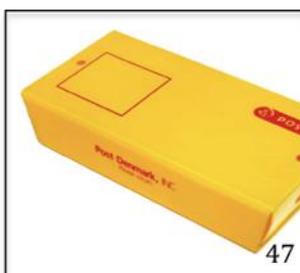
44. Mesa Zig Zag: a idéia da mesa é ajudar a organizar revistas ou correspondências. Constituída de uma chapa de aço no tampo e na estrutura, com base em perfil de aço maciço. A pintura epóxi em preto ou vermelho na superfície interna, contrastando com o branco predominante, ajuda a configurar o caráter gráfico da criação (Guto Lacaz, 2003)



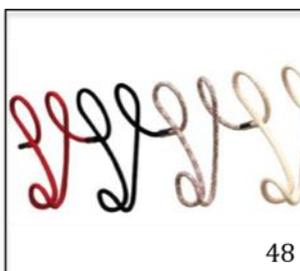
45. Abertura para a minissérie JK: o traço livre do arquiteto Oscar Niemeyer ganha movimento por meio dos recursos tecnológicos da computação gráfica (Hans Donner, 2006)



46. Indie – Mostra de Cinema Mundial: programa de identidade da mostra de cinema a partir de procedimentos manuais. Letras com o título da mostra foram feitas de papelão recortado e preenchido com copos descartáveis, folhas de plástico, papel picado e corda de nylon, e então colocadas no chão do centro da cidade. Fotografias reprocessadas digitalmente resultaram em cartazes, folhetos com a programação do festival, vinhetas eletrônicas, website etc (Hardy'Voltz, 2008)



47. Caixa de correio: projeto de design estrutural eliminou todos os pontos de solda da embalagem original e os substituiu por encaixes. A inovação viabilizou o transporte da peça aberta e eliminou o custo de mão de obra para a soldagem. A caixa é feita com chapas de polipropileno extrudado com impressão em serigrafia (Hok Inovação, 2000)



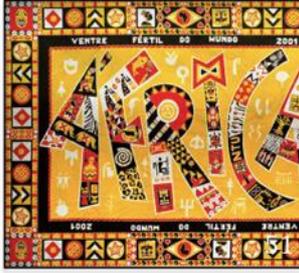
48. Cabideiro Laço: o aço carbono sustenta e molda o objeto, revestido com cordas de algodão em várias cores onde os ganchos podem ser colocados em separado ou compostos na quantidade desejada. Cada um oferece três pontos para pendurar diferentes objetos ou roupas (Ilse Lang, 2007)



49. Quiosques Orla Rio: Concebidos para abrigar de maneira organizada a venda de bebidas e comidas, no calçadão uma cobertura piramidal é suspensa por apenas um pilar, na parte subterrânea, há chuveiros e sanitários para os banhistas e um espaço destinado à cozinha e ao depósito. (Indio da Costa, Augusto Seibel e Elena Golebiowski, 2004)



50. Fruteira: feita artesanalmente em cabreúva, vinda da primeira comunidade a receber certificação de manejo sustentável no país, em Xapuri, no Acre. O latão da base recebe banho de prata, dentro do mote de “jóias da floresta” (Isay Weinfeld, 2006)



51. “África, ventre fértil do mundo”: em desenho com hidrocor e colagem, a estampa em módulos de 120 x 165 cm foi impressa em 10 mil metros de algodão branco com os quais se confeccionaram cerca de 3 mil trajes pra o carnaval da Bahia (J.Cunha, 2001)



52. Ladrilhos hidráulicos: o processo tradicional de produção de ladrilhos hidráulicos ganhou um aperfeiçoamento técnico que altera os mecanismos de cura, a massa e o tratamento da superfície, visando aumentar a dureza e diminuir a absorção do material. Na parte formal, uma inovação é a paleta de cores, que ganha tons cítricos e fortes, além de inúmeros desenhos (João Grillo, 2008)



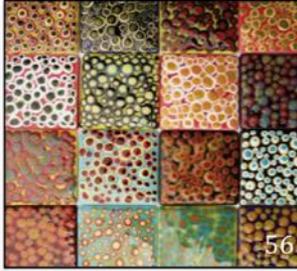
53. Desfile "A costura do invisível": desfile realizado pelo designer Jum Nakao na edição primavera-verão da São Paulo Fashion Week, em junho de 2004, terminou com as modelos rasgando as próprias roupas de papel vegetal (Jum Nakao, 2004)



54. Marca Brasil: a sobreposição de cores em transparência é o principal traço distintivo desta marca, feita para acompanhar produtos e serviços do Brasil no exterior, de uso livre e gratuito (Kiko Farkas, 2005)



55. Coleção "Feitos do Sertão": representação das fachadas de casas, aplicadas em tecido e bordado em pano tradicional de rede. Toalhas, almofadas, jogos americanos e outros produtos foram desenvolvidos com este tema, e também com a representação de plantas existentes na região, incluindo ainda o nome da coleção, marca e etiquetas para os objetos, prática do design industrial que valoriza os produtos artesanais (Laboratório Piracema de Design com artesãs Inhamuns, 2005)



56. Azulejos: desenvolvimento de “azulejos” em quinze cores e com relevos, que na coleção Névoa Trip geram centenas de possibilidades visuais (Leo Battistelli, 2007/08)



57. Coleções Romance e Névoa Trip: jóias em fios de cobre, foram usadas para envolver, amarrar, juntar, costurar e embrulhar peças de cerâmica trazendo uma nova estética à delicadeza do desenho de vasos, pratos e xícaras de linha, inclusive peças quebradas ou com defeito, anteriormente destinadas ao descarte (Leo Battistelli, 2007/08)



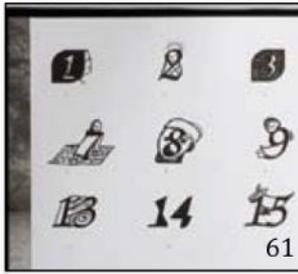
58. Vassoura Noviça: para melhorar função e forma, as arestas que pudessem marcar móveis e paredes foram totalmente eliminadas e a vassoura passou a ser produzida em quatro cores, numa combinação de translúcidas e sólidas, em plástico PET reprocessado (Liane Kreitchmann, 2003)



59. Vinhetas de abertura das minisséries: partem de procedimentos manuais para agir com desenvoltura no meio digital recriando um mitos, objetos e ornamentos e elaborando uma série de animações a partir de cartazes tradicionalmente usados na divulgação desses espetáculos, rasgados e recompostos com tipos, cores e texturas diferentes (Lobo, 2007 e 2008)



60. Adornos corporais: bolinhas de gude, rede de embalar limão, palitos de madeira, corda de polietileno, PET, palitos de madeira e grampos são deslocados de seu contexto original para compor delicados e inventivos brincos, colares e anéis. A possibilidade de transformação é oferecida também às usuárias, que podem “finalizar” as peças, aumentando ou diminuindo partes e assim experimentando novas relações com seu próprio corpo (Mana Bernardes, 2003/08)



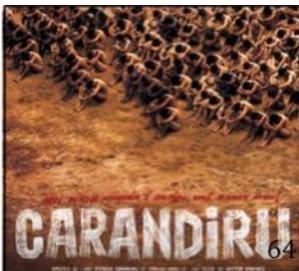
61. Livro Margem: anotações biográficas, textos e desenhos da artista mineira Ana Amélia Diniz (Marcelo e Marconi Drummond, 2003)



62. Exposição Margem: reinterpretação do livro que, transcendendo o design, recriou-se, poeticamente, em novos suportes, o universo íntimo da autora do livro (Marcelo e Marconi Drummond, 2003)



63. Cadeira Envelope: com leveza e portabilidade, esta cadeira explora um material novo para o segmento: uma folha de plástico polipropileno de 2 mm de espessura, cortada e dobrada, o designer consegue atender aos requisitos de forma e função, cabendo num envelope de papelão ondulado de 125 cm de comprimento, 75 cm de altura e 1 cm de espessura que facilita seu armazenamento e transporte (Marcelo Molleta, 2000)



64. Cartaz para o filme Carandiru: imagem única do conjunto dos detentos onde a trave particulariza a cena, que poderia estar em qualquer lugar do mundo, para o Brasil. Marcelo Pallota, 2003)



65. Mesa Seis: mesinha lateral hexagonal em madeira MDF se junta a outras para formar mesas maiores. Na superfície revestida de fórmica, é possível brincar com as cores lisas e com aplicação de desenho de superfície baseado na renda labirinto (Marcelo Rosenbaum, 2008)



66. Design integrado do condomínio Nascentes / Vale dos Cristais: estruturas verticais, compostas por cubos modulares, concentram as informações direcionais, indicativas e de advertência numa única peça, procurando interferir o mínimo possível na fruição da paisagem local (Márcia Lariica e Gustavo Greco, 2005/6)



67. Estojo Flip-Box: inovação que dispõe o estojo verticalmente sobre uma superfície, permitindo que o usuário visualize e troque os lápis disponíveis de maneira prática e rápida. O uso do plástico, inédito no segmento, protege melhor os lápis e evita que eles se quebrem, mesmo durante o transporte (Marcos Roismann, 2005)



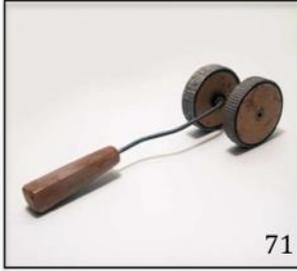
68. Calendários Rio Grande do Sul: calendários de mesa que mapeiam e divulgam a paisagem e a cultura do Rio Grande do Sul, destinados ao público em geral cujo projeto gráfico valoriza o trabalho autoral (Marília Ryff-Moreira Vianna, 2007/08)



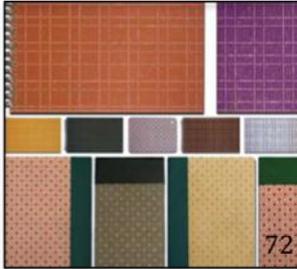
69. Adornos corporais: pulseiras, colares e brincos de borracha, flexíveis e leves, os adornos recebem cores fortes e formas baseadas na natureza. A matéria-prima é injetada em moldes com tratamento manual (Marzio Fiorini, 2002)



70. Cerâmica: que passa por uma inovadora queima redutora a 1.320 graus (Máximo Soalheiro, 2006)



71. Rolete: ferramenta de trabalho com que imprime o relevo de letras ao barro (Máximo Soalheiro, 2006)



72. Papelaria: padrões de design de superfície para impressão em papéis e capas de cadernos (Máximo Soalheiro, 2006)



73. Revista Gráfica: mais antiga publicação de design no país, a revista traz portfólios de artistas, designers e fotógrafos do meio gráfico, editorial e publicitário, nacional e internacional (Miran, desde 1980)



74. Brinco Frevo e broche Pena: de ouro e nióbio, nas cores amarelo, verde, azul, roxo e magenta - metais refratários por sua leveza e por possibilitarem a construção de peças de maior dimensão, além de permitirem o acréscimo de cor por meio de tratamento eletroquímico (Miriam Mirna Korolkovas, 2008)



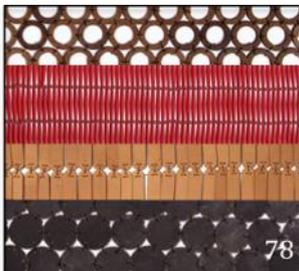
75. Passarela para desfile: cenário de 40 metros de extensão por 18 de largura criando um mar envolvente, lírico, gráfico e inusitado. À medida que o desfile transcorria, a iluminação tingia de cores diferentes as “ondas” de isopor, fatiadas em diferentes alturas (Muti Randolph, 2006)



76. Mesinha lateral Ligeiro: parte de uma coleção integrada por aparadores, lustres, espelhos e outras mesas no estilo rebuscado do passado em acrílico, material sintético e leve que é a antítese da linguagem adotada (Estúdio Nada Se Leva, 2005)



77. Anéis Oi, Quadrado e Líquido: fabricados com prata e pedras em cores neutras, o anel Oi usa ônix com acabamento polido e parte negra oxidada; o Quadrado, ônix em acabamento polido e fosco, e o Líquido, apenas prata 925 com acabamento polido (Nami Wakabayashi, 2003, 2005, 2007)



78. “Tecidos” de papel: resíduos de papel em vários tipos e gramaturas, do mais delicado ao papelão, são usados para compor originais “tecidos” para elaboração de painéis de divisórias de ambientes, forros, bolsas, blusas e esculturas (Nildo Campolongo, 2000/9)



79. Cabide Quará e Zig-Zag: para facilitar a tarefa de secar roupa em casa, no cabide, um não deslizar e se amontoa no centro dos varais, e o outro simplifica o ato de pendurar roupas com golas estreitas ou abotoadas (Nódesign, 2009)



80. Uniformes para as Olimpíadas de Pequim: mais de cem modelos, divididos entre as modalidades “vila”, “treino”, “competição” e “pódio”, cada qual com suas próprias características, com as cores da bandeira e detalhes no grafismo, evocando a natureza do Brasil (Oestudio, 2008)



81

81. Calçados de pele de salmão: através do mapeamento de matérias-primas sustentáveis e brasileiras, aptas a uso pela indústria têxtil, utilizou-se da pele de salmão processada com tecnologias limpas, num curtimento com taninos vegetais e sintéticos, isento de produtos tóxicos com um design informal e despojado (Osklen Metsavant, 2007/8)



82

82. Mesa Pronto-Socorro: mesa lateral ou de centro tem as abas como principal característica. Fechadas, o móvel se apresenta como um cubo. Abertas uma a uma, vão ampliando a área utilizável como apoio até formarem uma cruz. A flexibilidade de uso da peça é assegurada também pelos rodízios, que ficam escondidos no corpo principal (Ovo Design, 2000)



83

83. Calçados interativos: sapatos únicos e múltiplos, que terminam de ser “projetados” pela usuária no momento de calçar, ao abotoar um acessório de acordo com a ocasião ou com seu estado de espírito no momento. A sola de couro de boa qualidade tem palminha com uma leve conformação do pé (Priscila Callegari, 2007)



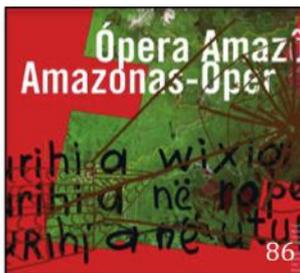
84

84. Festa de Yemanjá: numa rede de pesca de grandes proporções – 630 metros de comprimento por 12 de largura foram penduradas 1.600 representações de rosas brancas, peixes, búzios e estrelas do mar, simbolizando a gratidão dos pescadores a Yemanjá pela fartura durante o ano (Ray Vianna, Carlinhos Brown e João Teixeira, 2008)



85

85. Colares de prata e palha: a técnica de trançado, até então empregada apenas na elaboração de esteiras e cestas, migrou para colares e bolsas, entre outros produtos. O tingimento vegetal foi aperfeiçoado com o desenvolvimento de novas cores (Renato Imbroisi, 2006/7)



86. Cartaz-folder Ópera Amazônia: integra visualmente duas interpretações do universo amazônico: as imagens de satélite e as representações gráficas das experiências xamânicas dos yanomamis (Rico Lins, 2008)



87. Sinalização de cinema: trabalho desenvolvido a partir do sol e da rosácea presentes no cartaz do filme Deus e o Diabo na terra do sol, de 1964. Bilheteria, porta de vidro e sinalização interna das quatro salas do Espaço Unibanco de Cinema Glauber Rocha ganham outras versões do símbolo (Rogério Duarte, 2008)



88. Vestido infantil: As bolachas Maria, ícones do consumo popular no Brasil, servem de base para uma série de estampas sobre base de algodão, criadas em 2001 e utilizadas em roupas para meninos e meninas (Ronaldo Fraga, 2001)



89. Identidade para a exposição Que Chita Bacana: Sinalizações, legendas e peças gráficas, explorando o tema com um design sutilmente equilibrado, de forma a não se confundir ou competir com as obras expostas (Ruth Klotzel, 2005)



90. Jóias: o anel Coqueiros (2003) e os brincos (2002) usam prata 950, pau-brasil reutilizado e semente de jarina, considerada um “marfim vegetal” da região amazônica (Sandra Manin Frias, 2002/03)



91

91. Poltrona Diz: apenas em madeira, permite um extremo bem-sentar ao usuário. A estrutura emprega tauari; o assento e encosto são em compensado moldado laminado com imbuia (Sérgio Rodrigues, 2002)



92

92. Comedoria do Sesc: A composição e o design dos pratos, a arquitetura, o design gráfico e o cardápio do restaurante caminham juntos buscando coerência em relação a um mesmo conceito. A marca é composta por cem ilustrações, que aludem ao cotidiano da alimentação brasileira. A sinalização emprega bordados feitos por costureiras e o mobiliário é feito de madeira certificada (Simone Mattar, 2005/8)



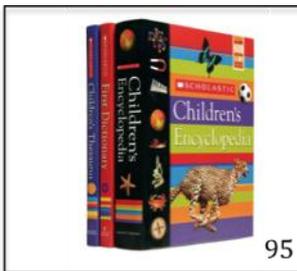
93

93. Embalagens para sabonetes La Façon: o papel reciclado que envolve o produto com dobras é fechado com ilhoses, lembrando embalagens elaboradas manualmente. Para cada um dos quatro aromas, uma linguagem gráfica específica remete a cada componente vegetal resultando numa embalagem de fácil execução, que mantém o apelo artesanal com certa sofisticação (Paulo de Tarso, Heloísa Moretzohn e Aneilse Ventura, 2004)



94

94. Cabide Bambu: o projeto dispensa qualquer elemento de fixação das peças, trabalhando apenas com os encaixes do próprio material (Takeshi Sumi, 2007)



95

95. Projeto de identidade da coleção Reference: O projeto articulou com equilíbrio uma vasta gama de cores, fontes, barras laterais, imagens e textos, proeza difícil quando há muitas informações em jogo. O uso de listras se tornou o mais forte elemento de união entre as publicações. O redesign da coleção durou três anos, culminando com o Dicionário (Tatiana Sperhackle, 2003/6)



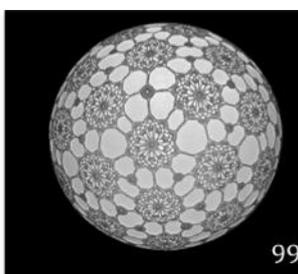
96. Catálogo Frans Krajcberg: livro e invólucro para o livro que mimetiza um tronco queimado de árvore e cujos procedimentos de design são ecologicamente corretos. O resultado é um catálogo que se transforma, ele próprio, num objeto fronteiroço entre arte e design (André Stolarski, Clara Meliande e Renata Negrelly, 2008)



97. Capas "Roteiro da poesia brasileira": coleção de livros com 15 títulos da produção literária brasileira dos últimos 500 anos onde cada volume tem a capa com a linguagem tipográfica vigente na época do movimento literário correspondente (Tempo Design, 2006)



98. Manguebat: vinte e seis ícones mais representativos do movimento Manguebeat transformados em quatro conjuntos de fontes tipográficas digitais, que podem ser livremente instalados em qualquer computador para a produção de objetos. Um livreto acompanha o CD com as imagens, contextualizando-as. Uma proposta que integra tradição e renovação, disponibilizando aos interessados o acesso à cultura local (Leonardo Buggy e Plínio Uchôa, 2003)



99. Cristal de Luz: globo esférico branco, de produção industrial, recebe revestimento de crochê de flores e figuras geométricas em fio branco de algodão e viscose (TT Leal em cooperação com as artesãs da Coopa-Roca, 2007)



100. Vinhetas do Festival Curta Cinema: as reformulações pelas quais o festival passava foram evidenciadas pelas imagens em que se trabalhou com o universo dos letreiros de caminhão (Visorama Diversões Eletrônicas, 2008)



101. Mini-refrigerador Brastemp Retrô: por fora, o design é típico dos anos 1950, por dentro, a tecnologia de ponta fazendo um produto que não fosse percebido pelos consumidores como um mero utilitário, e sim como um acessório de decoração, incorporando humor e apelo à memória afetiva das pessoas (Whiripool LAR Industrial Design, 2007)



102. Cartaz educativo da exposição: xilografia popular do consagrado gravador Gilvan Samico e do jovem grafiteiro Derlon. O cartaz da mostra evidencia as contraposições tradicional/erudito e contemporâneo/pop, fazendo um patchwork com as criações de ambos. No verso, a indicação de linhas para picotar permite que o cartaz se transforme num jogo educativo, utilizado pelos educadores do museu e por professores. Cada imagem é identificada e acompanhada por uma pequena frase, que provoca a imaginação e incita a ação educacional (Zoludesign, 2008)



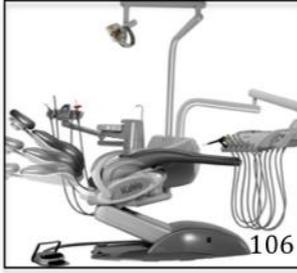
103. Colar TI: peça concebida em titânio e nióbio, metais refratários ainda pouco utilizados em joalheria, porém largamente empregados em aeronaves espaciais, em próteses diversas de uso médico e odontológico devido ao seu baixo índice de rejeição pelo corpo humano (Miriam Mirna Korolkowas, 2008)



104. E-Home: projeto constituído por um site e uma peça gráfico-digital tridimensional interativa – um cubo. O site reúne imagens e ilustrações manipuladas digitalmente, vídeos, textos autorais, animações e sons, tendo como base o design de interface, de navegação, de interação, de hipertextualidade e de som. O cubo explora a conectividade entre os meios material e imaterial a partir da tecnologia de realidade aumentada (Gabriel Scarcelli, Marco Rossi, Mauricio de paiva e Silva Junior, Renato Daleco Junior, Tatiane Briquezi, Vivilene Alves Lisboa, 2008)



105. Foto ótica on-line: equipamento inova na integração de tecnologias de realidade virtual, captura e processamento de imagem, venda por auto-atendimento on-line e um inédito sistema de medição de distância pupilar para adequação dos modelos (Frederico Hess, Gustavo Marigo, Claudia Kayat, Hok Inovação, 2008)



106. Klassis: equipamento, formado por cadeira, braço, suçora, mesa e refletor, oferece soluções para diminuir os riscos dos procedimentos clínicos decorrentes da fadiga muscular dos dentistas (Departamento de Engenharia de Kavo do Brasil, 2008)



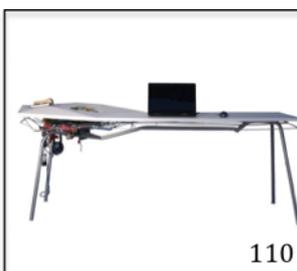
107. Lineage 1000: avião executivo do segmento ultra large, com capacidade para 19 passageiros pode ser configurado de acordo com os interesses do cliente (Embraer e Pristman Goode, 2008)



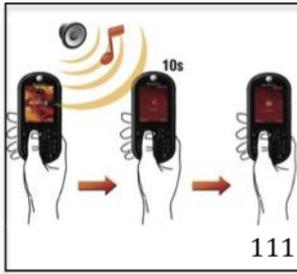
108. Livraria Cultura: o projeto arquitetônico utilizou rampas para integrar a os espaços da livraria e a área interna, facilitando o acesso às diversas seções, e favorecendo a dinâmica espacial do local. Do piso mezanino, é possível ter uma visão geral da loja (Fernando Brandão Arquitetura, 2008)



109. Mesa cirúrgica Atena 600: acionada por controle remoto e permite procedimentos de Raio-X sem necessidade de transferência do paciente através de sistema de movimentação (Levi Girardi, Luiz W Alves, Daniel Turiani Taino, Eliana Bertola, Fábio Alves Federico, Gisele Leiva do Rio, Mauricio Costa Alvares de Freitas, Sharley Santos Oliveira, 2008)



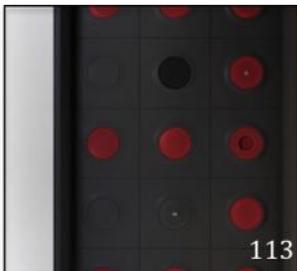
110. Mesa Ofício: inovação e ousadia na superfície desestruturada, semelhante a uma folha de papel amassada, que determina nichos para materiais diversos – papéis, cadernos, canetas etc. O dimensionamento e o equilíbrio das formas garantem a funcionalidade do produto (Luiza Almeida Barroso e Quentin Vaultot , 2008)



111. Motoid: aplicativo de reconhecimento de música projetado para uma navegação simples, direta e intuitiva (Charles Bezerra, Mateus Barreto, Claire goff, Aline Alvez, Mariana Castro - Saulo Dourado, Karina Limongi, 2008)



112. Octávio Café: o projeto de ambientação incluiu uma caixa de vidro e madeira, onde fica o balcão, e uma área de alvenaria armada e concreto para as atividades técnicas e administrativas (Alfredo Farné, Carla Calabria Gouveia, Ivana Coelho de Miranda, Talita Gollub, Mariana Ulhôa Cintra, 2008)



113. Porta Max Door: integra funcionalidades e convida o usuário a interagir com o produto - a maçaneta é substituída por um sensor; em vez de chave, um controle remoto confere rapidez e praticidade ao ato de trancar e destrancar; um porta-cartas embutido foi desenvolvido para organizar e tornar mais segura a entrega e o recebimento de correspondências (Nódesign, 2008)



114. Pulverizador Agrícola Parruda: melhorias tecnológicas, funcionais e de estilo planejadas para atender às demandas dos consumidores de implementos agrícolas - porta corredeira; pára-brisa curvo; corrimão na plataforma; novos faróis; incorporação de novas tecnologias (Design Inverso, 2008)



115. Refrigerador Uaná: possui portas de vidro refletivo; acendimento da luz interna por toque na face externa das portas (facilita a visualização e evita aberturas desnecessárias); inovador conceito de armazenagem de alimentos (permite total customização do espaço); storages para alimentos são produzidos em polipropileno nanoestruturado com partículas de prata (além de bactericida, é transparente e resistente a impactos); tecnologia de refrigeração magnetocalórica é 100% segura e consome menos eletricidade (José Alves Lopes Júnior, 2008)



116. Sistema Carrapixxo: design minimalista desenvolvido em resposta à constante necessidade de mutação, oferecendo total flexibilidade de layout e praticidade para acompanhar as mudanças na vida das pessoas (Augusto Seibel, Camila Fix, Carlos Rutigliani, Felipe Rangel, Felipe Bicudo, Guto Índio da Costa, Paula Fiuza de Medeiros, Pedro Nakazato, 2008)



117. Stark 4WD Flex: veículo atual, moderno, robusto, original e de alta qualidade no segmento off road, com investimentos relativamente baixos (Levi Girardi, Luiz W Alves, Carlos Eduardo Scheliga, Daniel Turiani Taino, Eliana Bertola, Fábio Alvez Frederico, Gisele Leiva do Rio, Mauricio Costa Álvares de Freitas, Sharley Santos Oliveira, Aloysio Coelho, Questo Design Felipe Coelho, 2008)



118. Anel Kosmos: ineditismo das misturas, das formas, das cores e da lapidação (Patricia MB Gotthilf, 2009)



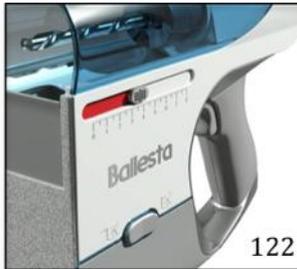
119. Bossa na Oca: exposição onde cada espaço tem uma cenografia específica, com uma ligação direta com a personagem ou momento da história retratado (Marcello Dantas, 2009)



120. Cidade Limpa: com o objetivo de combater a poluição visual na cidade de São Paulo, peças publicitárias de dimensões exageradas e o excesso de mensagens e placas, outdoors, informações em fachadas, veículos e locais públicos foram proibidos. Por suas características, esse projeto também foi premiado na categoria Estratégia de Design (Aparecida Regina Lopes Monteiro, 2010)



121. Ciranda: equipamento para retificação postural inovadora no material, no processo de fabricação, nas cores, no manuseio e na manutenção. A solução oferece baixo custo, maior durabilidade e resistência à corrosão. (Erika Foureaux, 2009)



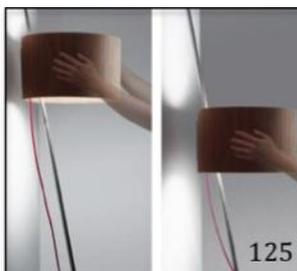
122. Furadeira Ballesta: elétrica para uso doméstico, compacta e sem fio cujas características inovadoras estão o suporte de apoio para realização de furos sempre na perpendicular, o limitador de profundidade, o coletor de pó, o sistema para aplicação de forma automática, a capa de proteção para isolamento da broca e a redução de ruído (Daniel da Silva Scarpim, Fernando Daniel Pretti, Rafael Yuri Aoko, 2009)



123. Heroes - cadeira de rodas esportiva: permite a prática de esportes na praia e em outros terrenos (Jairo da Costa Junior, 2009)



124. Interface Gráfica Amigável: sistema possibilita organização de dados, controle de informações sobre os pacientes e integração entre diferentes departamentos e setores do ambiente hospitalar (Everton Porto, 2009)



125. Lift: luminária de piso apoiada na parede, estável o suficiente para permitir o uso de um dispositivo de regulação de altura da cúpula com característica multiuso (Fernando Prado, 2009)



126. Linha Taeq: desenvolvimento de marca própria em diferentes segmentos de consumo (Equipe FutureBrand BC&H, 2009)



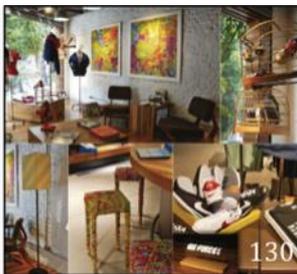
127. Linha Twin: combinação equilibrada entre torneira e filtro, permite que a mesma fonte de água sirva para dois propósitos distintos. As duas saídas de água são articuladas e independentes entre si. (Ana Lucia de Lima Pontes Orlovitz, Luiz Moquiutu Morales, 2009)



128. Livraria da Vila: Os elementos do projeto arquitetônico, como as visuais internas criadas pelo desenho assimétrico do pavimento superior, reforçam o conceito de ambiente intimista. Com espaços de escala variada, permite ao cliente recolher-se em ambientes de teto rebaixado para ler tranquilamente em sofás ou poltronas, ou transitar por espaços amplos e panorâmicos (Isay Weinfeld, 2009)



129. Lojas Havaianas: espaço projetado em vários planos com características de uma praça – totalmente aberto para a rua, sem portas ou vitrines, fartamente ajardinado e iluminado (Isay Weinfeld, 2009)



130. Nike Sportwear: peças expositivas, utilitários e objetos de decoração aproximam a marca do dia a dia das pessoas comuns, preocupadas com saúde e qualidade de vida, esportivas, mas não necessariamente esportistas, extrapolando o conceito de um produto exclusivo para atletas (José Júnior, Renata Branco, Rodrigo Lino, 2009)



131. Núcleo Avançado em Educação: o projeto integra áreas diversas, como espaço de exposições temporárias, salão de experiências digitais, praça de convivência multimídia, salas de aula, circulações, recepções, restaurante e banheiros (Ana Carolina Montenegro, Jair de Souza, Rita Sepúlveda, 2009)



132. Torre Jet: inovação no segmento de impressão de jato de tinta por conta da impressão na vertical e das dimensões compactas (Riskema Tecnologia e Inovação, 2009)



133. Trena horizontal: oferece soluções estéticas, funcionais e ergonômicas, inovando na forma e no conceito de utilização (Gustavo Micheletto Camargo, 2009)



134. Cavalinho infantil Gioco: releitura minimalista do tradicional cavalinho de balanço cuja inovação está na forma, na resistência, na funcionalidade e na fabricação em metacrilato, material altamente maleável e 100% reciclável (Zanini de Zanine, Doiz, 2010)



135. Fiat FCC II: carro-conceito que une estilo e funcionalidade; motor é elétrico movido por 93 baterias de íons de lítio, recarregáveis em qualquer tomada de 220 V (Leonardo Queiroz, Manuel Ferreira, Peter Fassbender, Rafael Peixoto e Renata Tanure, 2010)



136

136. Linha To Go: elaboradas em materiais recicláveis, as embalagens se mantêm firmes e bem estruturadas durante o transporte, garantindo a integridade dos alimentos. O desperdício de material é praticamente nulo e sua montagem é prática e fácil (Bruno Medeiros, Daniel Frota, Maria Hermeto, Nicole Rutkevich e Tasso Canedo, 2010)



137

137. Maçaneta Easylock: permite empurrar e fechar uma porta safonada com a mesma mão, inovando em relação ao que usualmente é encontrado no mercado (Nódesign, 2010)



138

138. Mesa Demoiselle: mesa de refeições para seis lugares feita totalmente em multilaminado de bambu, com moldagem impecável dos componentes, além de todo o trabalho de recorte na mesa feito em CNC e a montagem final realizada manualmente. A qualidade e a uniformidade de produção são mantidas lote a lote num exercício de precisão que faz do resultado final uma verdadeira escultura em bambu (Paulo Roberto Ceschin Foggiato, 2010)



139

139. Mochila Relax Pack: multifuncional que num processo simples de dobra da rede (com mosquiteiro) que se transforma em uma mochila funcional, com compartimentos para materiais, com alças resistentes e confortáveis, e de fácil transporte (André Poppovic, Oz Design, Makro Brajovic, 2010)



140

140. Móveis Urbans: linha de mobiliário compacto, para pequenos espaços composta por três módulos que podem ser usados separadamente ou agrupados (Eduardo Núncio, 2010)



141. Museu do Futebol: projeto que une arquitetura, curadoria, museografia, direção de arte, multimídia e design visual (Jair de Souza Design, 2010)



142. Natura Ekos: linha de produtos que agrange desde o desenho do produto e a forma de utilizá-lo até as embalagens, com todos os elementos alinhados com a proposta de sustentabilidade (Gustavo Chelles, Romy Hayashi, 2010)



143. Banco People: reúne em uma só peça aspectos de design gráfico e de design de produto, aliando o caráter lúdico a aspectos técnicos, constituindo-se em um objeto diferenciado, leve e descontraído (Júnior Ramos, Marcelo Figueiredo, João Rocha Raposo, 2011)



144. Bebedouro Refrigerado de Garrafão: o abastecimento por bombeamento elimina as dificuldades na troca do garrafão e o contato da água com sua superfície externa. A água perdida é coletada pela pingadeira e direcionada a um recipiente, onde evapora pela troca de calor com o compressor do sistema de refrigeração. (William Yoshio Kimura, 2011)



145. Biombo 30 = 80: fabricado com pranchas de madeira maciça de 30 cm, que formam painéis de 80 cm com espaçadores de metal. Pode ser composto de três módulos ou mais, de acordo com o ambiente a ser demarcado (Mariana Quinela e Oswaldo Mellone, 2011)



146. Central Educacional Informatizada: ferramenta diferenciada na alfabetização de crianças, jovens, adultos e de alunos com necessidades especiais. Animações, vídeos, recursos sonoros e de realidade aumentada, tecnologia que permite interagir com objetos no mundo virtual, criam uma atmosfera interativa e estimulante para o aluno (Ronaldo Duschenes, Dari Beck e Estúdio Flexic de Design, 2011)



147. Fiat Mio: carro-conceito resultado de uma criação mundial, com ampla participação do público, por meio do portal www.fiatmio.com. tem um design clean, funcional, quase minimalista, com destaque para uma grande área envidraçada (Alexandre Scartezini, André Guimarães, André Silveira, Cassim Sidney, Daniel Vicentini, Fábio Bastos, João Paulo Melo, Mateus Silveira, Paulo Nakamura, Renata Tanure e Valéria Santos, 2011)



148. Fogão Celebrate Glass 76DGX: o modelo oferece diferenciais exclusivos no mercado nacional como duplo forno (elétrico e a gás); grill elétrico (doura e gratina); painel com tecnologia de toque sobre o vidro; mesa de vidro espelhado com grades individuais (Industrial Design Center Latin America / Eletrolux do Brasil S.A., 2011)



149. Fiat Novo Uno Ecology: carro-conceito que apresenta um aspecto inovador em design interno, resultando em uma nova estética. (Henrique Galante, Isabella Vianna, Marco Lima, Paulo Nakamura, Valéria Santos, 2011)



150. Identidade Visual Alpargatas: aproximou, de forma tangível, a marca e a filosofia do instituto com a operação comercial da Alpargatas. (Crama Design Estratégico, 2011)



151. Marca Globonews: identidade visual concebida remete a num diálogo constante com as notícias e reflete a evolução do canal (Crama Design Estratégico, 2011)



152. Marca Imaginarium: redesenho da marca e atualização de sua linguagem gráfica periférica. A estratégia estabeleceu mudanças do ponto de venda – fachadas das lojas e quiosques da rede, vitrines, visual merchandising, linha de embalagens, uniformes, aplicação em produtos – à linha gráfica de suas campanhas, peças promocionais, institucionais, incluindo ações de mídias em canais on-line e off-line. (Thiago Colares, 2011)



153. Marca Pado: tradicional fabricante de cadeados e fechaduras de alto padrão, na nova identidade visual transforma a letra A de Pado em um cadeado estilizado, produto de maior reconhecimento da marca (Future Brand BC&H, 2011)



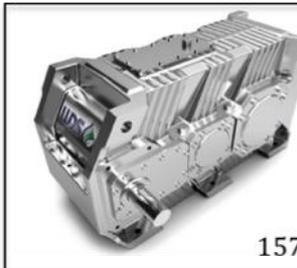
154. Mesa Dumont: seus pés lembram hélices e os tirantes de aço remetem aos cabos de sustentação. A escolha da técnica finger joint – uniões dentadas aplicadas à junção dos extremos das peças de madeira – possibilita que o tampo de madeira, que pode ser eucalipto, bambu ou outra madeira, seja uma peça única, otimizando o rendimento da matéria-prima e a resistência do produto, além de aumentar seu valor estético (Ronaldo Duschenes, Dari Beck e Estúdio Flexiv de Design, 2011)



155. Porta-chaves Cucampre: formado por módulos de metal com ícones indicativos do tipo de chave a ser colocado em cada um. Além da funcionalidade e estética, o fator lúdico desempenha um papel marcante no produto, tornando a atividade diária de guardar e retirar as chaves uma brincadeira (Olavo Machado Neto, 2011)



156. Rede Olá: experiência de marca, definição de fluxo de pessoas, layout, sistema de sinalização e peças de comunicação, embalagens, site na internet, papelaria, definição de acabamentos, desenho de mobiliário, projeto de iluminação e paisagismo, além de ambientação das lojas (Ana Carolina seiler, Bruna Pollini,, Christophe Schwarzberg, Clauda Niemeyer, Danilo Cid, Eduardo Moura, Filipe Ozelin, Flávio Souza, Guilherme Malfitano, Ibrahin Salim, Napoleon Fujisawa, Natascha Brasil e Ricardo Pace, 2011)



157. Redutor de Velocidade WBX: além de inovadoras, as linhas do equipamento estão exatamente de acordo com todos os padrões técnicos da empresa, possibilitando as trocas térmicas necessárias (FF Design Studio, 2011)



158. Semáforo Solo: além de semáforo, seus encaixes permitem usos secundários, como a sinalização manual, luminária de emergência e iluminação viária auxiliar no caso de acidentes, desvios, saídas de estacionamento, etc. (Matheus de Luca Moreira Pinto, 2011)



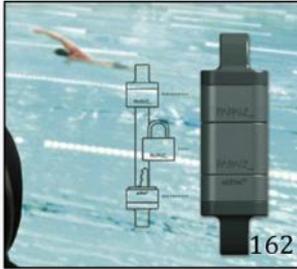
159. Tablete Alpino: o bombom Alpino, ícone histórico da marca pelo seu sabor e formato únicos, foi escolhido para figurar nos novos moldes dos tabletes, que, assim, incorporou ludicamente todos os atributos positivos vinculados ao produto original. A nova identidade visual teve como inspiração os papéis e embrulhos de presente, conferindo às embalagens um aspecto premium (Future Brand BC&H, 2011)



160. Torneira Deva Touch: fabricada com tecnologia de última geração, sua abertura é comandada por um leve toque em um sensor piezoelétrico, facilitando o uso por crianças ou pessoas com restrição motora (Ana Lúcia de Lima Pontes Orlovitz, 2011)



161. Bastão de Ronda: diante de um bom briefing, o trabalho de design pautou-se em atributos que foram divididos em técnicos, envolvendo aspectos materiais, processos e tecnologias utilizadas, e os semânticos, utilizados na composição estética, simbólica e de estilo do produto (Célio Teodorico dos Santos, Felipe Dausacker da Cunha, Ricardo Antônio Álvares Silva, Altino Alexandre Cordeiro Neto e Igor Braga, 2012)



162. Cadeado Papaiz Active: resolve a incômoda situação de transportar uma chave solta sem o perigo de perda com um conceito de chave de vestir (Alessandro Vassallo, Luz Romero e Juliana Callia, 2012)



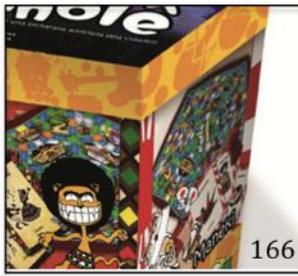
163. Cadeado Papaiz Node: apresenta estilo e sistema de bloqueio, além de explorar novas possibilidades. O sistema “tight locking”, inovador, foi desenhado de forma a permitir sua utilização para diversos propósitos, podendo lacrar tanto uma mochila quanto um pacote de biscoitos (Alessandro Vassallo, Luz Romero e Juliana Callia, 2012)



164. Caminhões Agrale 2012: utilização de uma cabine comum para toda a linha, apenas com a mudança de itens que permitem a adequação aos diversos portes de caminhões, de leves a médios (Questo/Nódesign, 2012)



165. Cuba Laguna: A tecnologia e processo de fabricação sandstone compreendem uma composição de matérias-primas com 75% de areia e 25% de resina, o que confere baixo impacto ambiental e uso racional de recursos naturais, sem utilização de água e com baixo consumo de energia elétrica (Célio Teodorico dos Santos, Felipe Dausacker da Cunha, Ricardo Antônio Álvares Silva, Altino Alexandre Cordeiro Neto e Igor Braga, 2012)



166. Jogo Etnolê: A cultural e educativa evidenciada de forma lúdica e divertida. Com forte apelo sustentável, a criação da embalagem é um dado importante, pois que se transforma no próprio tabuleiro, evidenciando a preocupação com uso racional de materiais (Silvia Vieira Santos, 2012)



167. Linha Next: plataforma com equipamentos fitness com módulos independentes, onde os pesos são movidos por um oscilador que imprime rapidez e facilidade (Índio da Costa, 2012)



168. Marca para o Programa de Artesanato Cearense: nova marca, onde a forma inspirada na rede também integra as curvas da vela da jangada e invoca a ave que dá nome ao estado; a paleta de cores foi baseada nas três paisagens aludindo, também, às penas da jandaia (Tadashi Sawaki, Waleska Vianna, Marcelo Vasconcellos e Bruno Nogueira, 2012)



169. Perenne/Senai MBR 90C - Unidade Compact de Reuso de Água: entre várias inovações destaque para a integração total do equipamento em um módulo único, que integra todos os compartimentos internos de tratamento de efluentes e os equipamentos e tubulações, gerando uma limpeza formal que é a tradução da finalidade do equipamento (Quesrro/nódesign, 2012)



170. Pligg - Produto e Serviço de telefonia Via Internet: inédito no mercado brasileiro, simplificando a comunicação entre as pessoas com a economia própria da internet. Consiste em um projeto com visão estratégica de design de serviços e produto, criatividade na composição de soluções e otimização de componentes para redução de recursos no processo de fabricação e montagem (Fabiano Pottes, Charles Bezerra, 2012)



171. Projeto Spectrum: pautado na ruptura da tradição da madeira como matéria-prima das peças de xadrez. A ruptura de paradigma foi conseguida com a utilização de moldes de papel como produto final, ou seja, criou-se um jogo de xadrez produzido completamente em papel e comercializado na forma de moldes bidimensionais para a montagem das peças pelo próprio usuário (João Paulo Nogueira Braga, 2012)



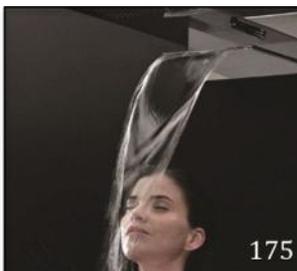
172. PTP Painel Tear: a união de dois processos têxteis, no desenvolvimento de uma pesquisa, ampliou a possibilidade da variação da trama e dos tamanhos, aproveita a linha por inteiro e dispensa o uso da costura tradicional. O processo produtivo é enxuto, possibilitando a produção em escala com variações tanto de tamanhos quanto da trama, que pode ter maior ou menor transparência (Renata Meirelles, 2012)



173. Tecnologia na moda: como aplicar led em roupas: o projeto abordou a moda, não só como vestimenta, mas como um produto de design que pode ser, cada vez mais, valorizada com a aplicação de tecnologias mais avançadas (Maria Beatriz Guido Micai, 2012)



174. Sinalização Dauro Oliveira: conceito surgido a partir das peças utilizadas nos aparelhos ortodônticos, as braquetes e as gominhas. Em torno dessas peças foi criada uma família de pictogramas e números baseados no desenho e no material desses elementos (Greco Design, 2012)



175. Twin Spa: cascata composta por duas chapas finas e lisas, com componentes internos, por onde a água é forçada a passar se moldando à forma do jato. No quesito tecnologia foi criado um monocomando, que regula a vazão e a temperatura da água de forma fácil, com um anel iluminado por leds que mudam de cor, passando do azul para o vermelho, conforme a temperatura da água passa de fria para quente (Ana Lúcia de Lima Pontes Orlovitz, 2012)



176. Uniport 3030: tecnologia a ser empregada no mercado agrícola tem a evolução tecnológica como facilitador da interação com o usuário, o que foi possível através de comandos eletrônicos em tela lcd touchscreen e controle por joystick (Design Inverso, 2012)



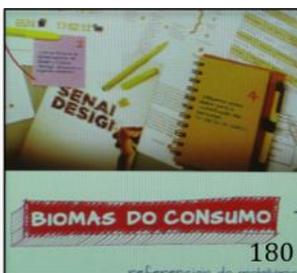
177. Banco Ibirapuera: para jardim e ambiente externo (felipe Hidalgo, Guto Indio da Costa, Jens Schardetzki, 2013)



178. Agraz Restaurante: estratégia de design (Marcelo Lopes, 2013)



179. Banco Luzia: produzida em nogueira e laca preta em linhas contemporâneas cuja inspiração é concretista, dos balanços da arquitetura - espera-se chegar na menor espessura possível e ainda assim oferecer resistência e conforto (Ronald Scilar Sasson,, 2013)



180. Bioma de consumo - referências do mobiliário: (Equipe Senai: Nilson Violato, Gerente Executivo SENAI Arapongas, Adriana Mesquita Bogleux - RJ, Alessandro São Pedro Grupp - AC, Ana Luiza M. G. Magalhães - BA, Daniela da Silveira Santos Albuquerque - SC, Diogo de Hercule - BA, Ediléa Manique - RR, Gemile Nondillo - RS, Hugo Costa Gripa - RJ, Josi Meire Queiroz dos Santos - ES, Lílian Lago - PR, Marcelo de Souza Manhago - MG, Neymar Leonardo dos Santos - BA, Paulo Côrrea Mendes - DF, Phaedra M. Brasil - BA e Silvia Resende Xavier - MG, 2013)



181. Buscapé Company: busca e comparação, pagamentos, descontos, digital commerce e muito mais (Angélica Kley, Cristiane Gonzalez, Danilo Cid, Érica Souza, Filipe Ozelin, Flávio Souza, Lígia Coimbra, Luís Vicente, Marcela Begalli, Mariana Frazão, Michel Farah, Ricardo Pace e William Kimura, 2013)



182. Cadeira Tomtom: o objetivo é combinar elegância e humor para criar peças divertidas e ao mesmo tempo funcionais e com um belo design (Bruno Boas, Maurício Noronha e Rodrigo Brenner, 2013)



183. Embalagem para lâmpadas FLC sustentável: tendo em vista a presença de produtos tóxicos nos lâmpadas fluorescentes, a embalagem da lâmpada facilita a reciclagem desse produto pois as propriedades e as características da polpa de papel moldada garante a segurança do conteúdo (Guilherme Parolin, Fabricio Vaz, 2013)



184. Don - Embalagem de protetor solar para o público masculino: linha completa de protetor cujas características funcionais e estéticas, como praticidade, força e resistência, atende às necessidades do público-alvo. A Eco-friendly é a máquina de refil que oferece uma nova perspectiva no refil de produtos, evitando a produção de novas embalagens e reduzindo o gasto de material e o preço de venda do protetor solar, popularizando seu uso (Joana Buglione, Renata Ligabue, 2013)



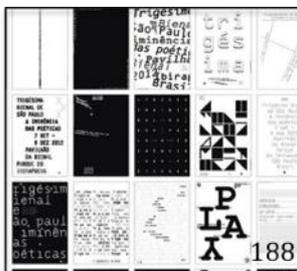
185. Stand Brasil Design: (Dani Pires, Gustavo Greco, João Corsino, Laura Scofield e Tidé, 2013)



186. Extintor de incêndio doméstico Safehome: equipamento de segurança doméstico para o combate a princípios de incêndio projetado para ser utilizado por indivíduos a partir de 11 anos de idade. É composto por um compacto extintor de incêndio portátil e um suporte para armazenar e dispor esse extintor fixado à parede ou em outras superfícies (Moises Hansen, 2013)



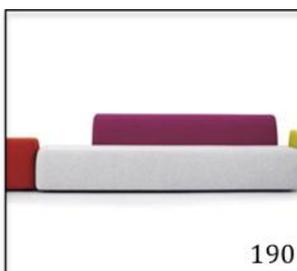
187. Flexfit Frames: por consequência de seu design e material, o cabide prende o boné através de um sistema de pressão nas laterais. Essa simples solução de fixação permite posicionar o boné no expositor em diferentes ângulos de visão, fazendo com que a frente do boné fique sempre direcionada ao olhar do usuário (VRD Research)



188. Identidade Visual da 30ª Bienal de São Paulo: (André Stolarski e equipe, 2013)



189. Linha Neowork: plataforma de trabalho que integra usabilidade e tecnologia e propicia a integração entre as equipes em um ambiente de trabalho moderno e agradável (designer, 2013)



190. Linhas Pedras: conjunto de sofá (Gerson de Oliveira, Luciana Martins, 2013)



191. Marca [D]iversidade + [D]esign = [B]ienal: (Gustavo Greco, Ricardo Donato e Tidé, 2013)



192. Mesa Educacional Toq: móvel criado com fins educativos que une estética, ludicidade e, ao mesmo tempo, funcionalidade, resistência e segurança. Traz programas e jogos educativos, com um visual pensado para agradar em cheio ao público infantil (Flexiv, 2013)



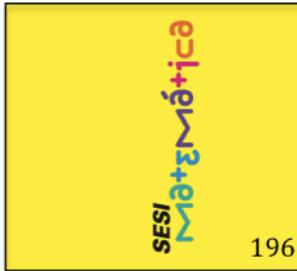
193. Óculos Arm: (Maycon Passos, 2013)



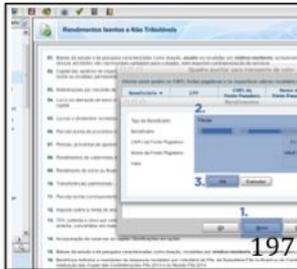
194. Luminária PD60: corpo composto por laterais em multilaminado curvado de tauari e chassi de chapa de alumínio cortada à laser, a luminária utiliza LEDs, oferece baixo consumo de energia, produz luz difusa e sem ofuscamento (Eduardo Ponzoni, Érik Gurski Lima, Luis Gustavo Soares Santos, Thiago de Salles Penteado, 2013)



195. Praça Professor Demo Ghidelli: adequou-se as solicitações das pessoas ao orçamento disponível para a execução da obra por parte da prefeitura (Aline Ostrowska Dias e Raphael Rodriguez Popovic | Popovic & Ostrowska Arquitetos Associados, 2013)



196. Marca Sesi Matemática: levando às salas de aula das escolas do Sesi, uma matemática lúdica, brincalhona, cotidiana e mágica (Augusta Tolmasquim, Augusto Ribeiro, Bruno Israel, Danilo Cid, Erika Pinheiro, Filipe Ozelin, Hugo Rafael, Isadora Clark, Leonardo Mangiavacchi e Renato Winning, 2013)



197. Nova declaração de imposto de renda: (Beatriz Freindorfer Azevedo, 2013)



198. Sistema Conext: solução de conectividade integrada com design para promover a colaboração através da integração entre mobiliário e tecnologia, oferece soluções para compartilhamento de telas, dados e videoconferências, permitindo que todos os participantes de uma reunião possam contribuir e ilustrar suas ideias, estejam eles na mesma sala ou em qualquer parte do mundo (designer, 2013)



199. Sistema Moovexx: um elástico interno para roupas (calças, saias, shorts, etc) que expande quando sentamos e se contrai quando ficamos de pé (Renata Iwamizu, 2013)



200. Projeto de branding para Ampla: a sigla CERJ, tão comum no setor, deu lugar a um nome sintonizado com os atributos delineados para a marca, sintetizados nos adjetivos “próxima, quente, expansiva, cotidiana e simples”. No símbolo, de uma síntese notável, um pedaço de círculo se transforma num fecho de luz (Ana Couto Branding & Design, 2004)



201. Moringaiaia: Partindo do princípio que o design, além do aspecto estético, tem como função melhorar a vida das pessoas através da produção de artefatos mais funcionais, que simplifiquem o processo produtivo, economizem energia e ainda possa oferecerem um novo uso ao material, o autor foi finalista da categoria Design em Cerâmica para a Produção na Indústria do 3º Salão Nacional de Cerâmica. (Bruno Batocchio, 2010)



202. Conexão Vertex: Vencedora na categoria “Móveis e Têxteis para o Lar”, no iF Product Design Award 2011, o sistema modular de montagem e encaixes entre estruturas para composição de mobiliário já foi reconhecido também nacionalmente quando, em novembro, venceu o conceituado Prêmio Bornancini 2010, na categoria Design de Produto – Mobiliário (Cristiano Gallina e Everton Visentini, 2010)



203. Boneca de Papel: As bonecas de papel estão em pelo menos 14 lojas de São Paulo e 36 outras no Brasil. Como todas as bonecas tem o mesmo tamanho, todas as roupas cabem em todas as bonecas (Denise Brabdt, 2005)



204. Outdoor Nívea: outdoor feito com 1.000.000 de miçangas brancas para promover o seu protetor solar. Quando expostas ao raios do sol, as miçangas ficam coloridas e formam a imagem. O próprio protetor solar foi utilizado no painel para criar mais tons (Simon Fernandes para a Agênciaclick isobar, 2012)



205. Abertura da matéria sobre o afastamento de Steve Jobs: Tendo como referência o designer editorial Alexey Brodovitch (década de 50), o designer usou de “brancos” e do lay-out feito em uma dupla (double-page spread), para essa abertura da matéria sobre o afastamento de Steve Job da Apple, para a Revista ÉPOCA, edição 693 de agosto de 2011 (Alexandre Lucas, 2011)