

Patrícia Pereira Peralta, Marcelo Nogueira \*

# A ferramenta certa para a proteção do design



**Patrícia Pereira Peralta** é Pós-doutora em Estudos Culturais pelo Programa Avançado de Cultura Contemporânea (UFRJ). Doutora em Artes Visuais (UFRJ) e Mestre em História da Arte (UFRJ). Professora permanente e Orientadora no Programa de Pós-graduação da Academia do Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Professora colaboradora do Mestrado Profissional do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico – IPHAN. <ppereira@inpi.gov.br>  
ORCID 0000-0003-3092-9040

**Resumo** O senso comum de que os direitos autorais fornecem proteção adequada para os designs é questionado neste trabalho, cujo objetivo é estabelecer uma comparação entre esta proteção e a de desenho industrial a fim de determinar a opção mais adequada para projetos de design. Foi utilizado o método dedutivo com técnicas de pesquisa bibliográfica e documental. A discussão contempla o papel do design enquanto ferramenta de diferenciação e agregação de valor que incrementa a competitividade, interferindo diretamente na performance das empresas. Os resultados evidenciam que a proteção por direitos autorais pode ser útil no âmbito de uma produção artística e artesanal, mas, no contexto de uma produção industrial, padronizada e escalonada, a proteção adequada é o registro de desenho industrial. Os resultados também evidenciam a necessidade de inserção da temática da proteção por desenho industrial desde as escolas de design.

**Palavras chave** Design, Desenho industrial, Direitos autorais, Propriedade Intelectual, Propriedade Industrial.

**Marcelo Nogueira** é Advogado, Mestre e Doutorando em Propriedade Intelectual e Inovação pela Academia do Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Expert da World Intellectual Property Organization (CH/BR). Professor convidado de diversas universidades e autor de livros.

<mnogueira.adv@gmail.com>

ORCID 0000-0001-8897-4253

### The right tool for design protection

**Abstract** *The common sense that copyright provides adequate protection for designs is questioned in this work, whose objective is to establish a comparison between this protection and industrial design in order to determine the most appropriate option for design projects. The deductive method was used with bibliographic and documentary research techniques. The discussion contemplates the role of design as a tool of differentiation and value addition that increases competitiveness, interfering directly in the performance of companies. The results show that copyright protection can be useful in the context of artistic and craft production, but in the context of a standardized and staged industrial production, the appropriate protection is the registration of industrial design. The results also highlight the need to insert the theme of industrial design protection from design schools.*

**Keywords** *Design, Industrial design, Copyright, Intellectual Property, Industrial Property.*

### La herramienta adecuada para la protección del diseño

**Resumen** *En este trabajo se cuestiona el sentido común de que el derecho de autor brinda una protección adecuada a los diseños, cuyo objetivo es establecer una comparación entre esta protección y la del diseño industrial para determinar la opción más adecuada para los proyectos de diseño. Se utilizó el método deductivo con técnicas de investigación bibliográfica y documental. La discusión contempla el rol del diseño como herramienta de diferenciación y agregación de valor que incrementa la competitividad, interfiriendo directamente en el desempeño de las empresas. Los resultados muestran que la protección de los derechos de autor puede ser útil en el contexto de una producción artística y artesanal, pero en el contexto de una producción industrial, estandarizada y escalonada, la protección adecuada es el registro de un diseño industrial. Los resultados también muestran la necesidad de incluir el tema de la protección por el diseño industrial desde las escuelas de diseño.*

**Palabras clave** *Diseño, Diseño industrial, Copyright, Propiedad intelectual, Propiedad industrial*

## Introdução

É corriqueira a afirmação de que os designers se bastam da proteção de direitos autorais para a proteção de seus projetos de designs. Sob o prisma da propriedade industrial, isto seria como usar aquarela sobre papel vegetal. Simplesmente, não é a ferramenta certa e as consequências podem ser muito negativas.

O design é uma atividade projetual que envolve, atualmente, mais que a produção de produtos. Todavia, sua origem é a busca de artefatos e bens que atendam melhor não apenas à função, como também ao gosto e ao processo produtivo em massa. Este esforço de agregar valor a objetos de uso cotidiano visa a obtenção de uma diferenciação de mercado que irá se traduzir em potencial vantagem competitiva.

Como uma resposta à produção em massa derivada das Revoluções Industrial e Comercial, as primeiras manifestações em torno da formação de profissionais capacitados a darem conta dessa demanda surgem no continente europeu, nos séculos XIX e XX. Suthersanen (1999) e Bentley (2018) apontam as iniciativas de políticas públicas voltadas para a formação de profissionais que pudessem dar qualidade e competitividade aos produtos das indústrias inglesas considerados inferiores em relação àqueles provinidos das indústrias francesas.

Na Alemanha, a experiência da *Werkbund*<sup>1</sup> (aliança ou federação ou pacto de trabalho, em tradução livre) a reunir os mais diversos tipos de profissionais para pensar a qualidade da produção alemã vai ser continuada pela instauração da Bauhaus (casa de construção, em tradução livre) no início do século XX, sendo essa escola considerada a grande referência do ensino de design, e que, posteriormente, terá em outra escola alemã, a de Ulm, uma continuadora a superar as propostas da Bauhaus. Em consonância com Heskett (1998, p. 106):

*A Hochschule für Gestaltung* (escola superior de design, em tradução livre), em Ulm, foi inaugurada em 1955, resultado principalmente de iniciativas de Max Bill, seu primeiro diretor e ex-integrante da Bauhäusler. No começo, sua existência foi marcada por controvérsias entre Bill e seu assistente Tomás Maldonado. Bill havia concebido a escola de Ulm como uma instituição para ‘promover os princípios da Bauhaus’. Maldonado argumentava que esses princípios só poderiam ser realizados se fossem abandonados os métodos da Bauhaus e que a ênfase em novas formas era irrelevante; ao invés disso, era necessário lidar de modo flexível com as complexas exigências da tecnologia e da indústria.

A Escola de Ulm foi responsável pela disseminação do projeto de ensino que foi introduzido em diversos países, inclusive no Brasil, como foi o caso da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI), hoje, parte integrante da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. A fundação da ESDI se dá na década de 60 do século XX, contando com o apoio político do en-

tão governador do Estado da Guanabara (ANASTASSAKIS, 2014)<sup>2</sup>. Pensar um design brasileiro em conjunto com o processo de industrialização do Brasil era premente, pois o país seguia, de forma atrasada, os passos das grandes nações desenvolvidas e industrializadas, afinal, “[n]os países periféricos, o design industrial é uma variável tecnológica que entrou relativamente tarde no conjunto das funções assumidas pelos empresários da pequena e média empresa (...)” (BONSIEPE, 2012, p.59).

A atividade do designer é necessariamente ligada à indústria. Pensar na atividade projetual do campo do design desligada da indústria pode significar perda de capacidade competitiva diante do cenário internacional de exportações de produtos cada vez mais sofisticados. Projetar um ensino de design sem vinculação com as demandas industriais locais também resulta em baixa proteção dos projetos, tendo em vista que só vale proteger aquilo que possa vir a ter valor de mercado.

Aferir o que tem ou não valor de mercado pressupõe uma boa orquestração entre quem projeta e quem investe. O Brasil parece não ter despertado para a urgência de pensar e praticar design, vendo-o como mera atividade de embelezamento de produtos industriais. Consoante a esta afirmação, tem-se a impressão crítica de Bonsiepe (2012, p. 59) sobre o design industrial na periferia, levando este a associar-se aos fenômenos da moda, à criação de um estilo:

Em outras palavras: o *design* industrial foi reduzido a um fenômeno estético, para a criação do ‘bonitinho’, limitando-se a atuar em aspectos epidérmicos. Essa visão superficial impõe fortes limitações à efetiva utilização do *design* industrial como fator tecnológico, que, desse modo, poderia contribuir para melhorar a qualidade do produto, simplificar a produção, reduzir os custos, aumentar a produtividade e melhorar a aceitação do produto no mercado.

O design como uma ferramenta que gera competitividade e agregação de valor foi percebido ainda no século XIX pelos países que lideraram o processo de industrialização da primeira Revolução Industrial. O Brasil, em seu processo de industrialização, parece ter seguido um tanto na contramão das iniciativas ocorridas nos países desenvolvidos nos séculos XVIII e XIX. Acrescenta-se a essa argumentação, os apontamentos de De Moraes (2006, p. 41) sobre ser relevante ainda:

(...) perceber o poder de abrangência dos modelos produtivos pelos países mais industrializados por praticamente todas as décadas do século XX. Nesse período, difundem-se suas tecnologias e suas culturas em uma extensão que corresponde à área que vai da América Latina à Ásia oriental. Isso acontece em função da estratégica transferência de parques produtivos do norte para o sul do planeta. Por fim, os países mais industrializados assumem um papel de mentores de novos modelos comportamentais e de consumo. Isto é, eles funcionam como verdadeiros exportadores de *modus operandi*, *faciendi* e *vivendi* para grande parte do planeta.

Não compreender design como algo que gera competitividade e agregação de valor impede perceber a relevância de sua proteção. Assim como as primeiras instituições de ensino de design parecem ter permanecido distantes das indústrias, o mesmo sentimento vem a ser percebido quando se discute como proteger o projeto de design saído destas instituições. Muitos dos designers brasileiros pensam estar protegidos por direitos autorais sobre suas produções, sem que tenham uma reflexão mais segura sobre as limitações e contingências deste tipo de proteção. Por outro lado, consideram a proteção advinda da propriedade industrial, na qual há previsão para o desenho industrial como uma espécie de registro, meramente burocrática e sem eficácia, sem compreender que são ferramentas diferentes com funções diversas<sup>3</sup>.

## Objetivos

Este artigo tem por objetivo analisar de forma crítica a proteção incidente do direito autoral sobre o *design*, bem como analisar comparativamente em que a proteção autoral pode ser insuficiente, ou não, diante da proteção conferida pelo registro de desenho industrial, enquadrado como uma espécie de propriedade industrial, de forma a permitir aos estudantes e profissionais de design uma postura mais informada na escolha da proteção mais adequada aos seus objetivos.

## Metodologia

Foi utilizado o método dedutivo com técnica bibliográfica e documental, baseada na análise crítica da literatura e da legislação de ambas as proteções. A ideia é iniciar a discussão apresentando o design como investimento para inseri-lo adequadamente no processo concorrencial. Em seguida, serão abordadas as características da proteção de direitos autorais e de desenho industrial. A parte final trará as conclusões acerca da modalidade mais adequada à proteção de designs explorados comercialmente em nível industrial.

## Desenvolvimento

O design como vantagem competitiva

O design contribui de maneira decisiva para o processo concorrencial das empresas. Investimentos em inovações nas formas dos produtos permitem penetrar mercados e criar barreiras aos concorrentes, por meio

da fidelização da clientela, tendo sua estratégia baseada em diferenciação (PORTER, 1989). Design é competitividade, conforme noção amplamente difundida na gestão das empresas líderes de diversos setores.

Hertenstein et. al. (2004), examinando a relação entre o desenho industrial e o desempenho financeiro da empresa, trouxeram evidências de que as empresas classificadas como tendo um bom design foram mais fortes em quase todos os índices de performance, incluindo desempenho financeiro corporativo e desempenho no mercado de ações, mesmo considerando os gastos com desenho industrial. A exceção se restringiu às taxas de crescimento. Esta performance se deu de maneira persistente, ao longo do período estudado.

O conceito de design, contudo, vive um processo de evolução que se asseverou a partir dos anos 70. De acordo com Gui Bonsiepe (1997, p. 10), este conceito vivenciou diversas mudanças neste período que se refletem nos temas centrais do discurso projetual.

Não há dúvidas que o design faz parte do processo de marketing das empresas. Contudo, reduzi-lo a esse papel significa transformar o design em mera decoração de produtos. Não se trata apenas da “aplicação” de ornamentalidade aos produtos industriais. O design há muito demonstra que deve desempenhar um papel eminentemente estratégico, podendo inclusive guiar a própria concepção da empresa.

Basta observar as implementações realizadas ainda no século XVIII por Weedgood em sua fábrica de cerâmica, conforme encontrado, entre outros, em Denis (2000) e Freeman e Soete (2008), bem como todo o projeto traçado para a fábrica de eletricidade AEG por Peter Behens que, segundo Heskett, “(...) foi designado conselheiro artístico da AEG com responsabilidade pelo design de produtos, pela programação visual e pelos prédios da companhia (...)”, para tomar consciência do papel decisivo que o design possui de longa data.

Ao longo do século XX, o design passou por diferentes interpretações e usos de acordo com a proposta econômica de países ou regiões com os quais estava envolvido. Não sem razões, nos Estados Unidos da América, de forma a sair da grande depressão derivada da crise de 1929, o país investiu no consumo e na produção em massa de produtos atraentes. Das atuações de governos, entidades e criadores, surge o *Style*, movimento que promove o redesenho de diversos produtos, tornando-os mais atraentes por um público ávido por novidades (HESKETT, 1998; DENIS, 2000; SCHNEIDER, 2010). Com o *Style*, surgiu a impressão de que o design ia se resumir a um efeito estético e/ou ornamental sobre os produtos. Todavia, a evolução do design enquanto campo projetual nunca foi negada por aqueles que nele viam uma ferramenta destacada no processo de competitividade e mesmo criticada, como no caso de Papanek (1973).

Dessa forma, o design foi se consolidando como campo e ganhando espaço no universo empresarial, conforme Bonsiepe (1997, p. 23-24):

O cientista de *marketing* Alfred Kotler estabeleceu cinco componentes do *design*: performance (serviços prestados pelo produto); qualidade (acabamento), durabilidade, aparência (forma, cor, texturas, o que se chama 'o visual'); custos. Ele propõe ainda a seguinte definição do *design*, enfocando os interesses dos agentes: '*Design é a tentativa de conjugar a satisfação do cliente com o lucro da empresa, combinando de maneira inovadora os cinco principais componentes do design – performance, qualidade, durabilidade, aparência e custos. O domínio do design se limita aos produtos, mas inclui também sistemas que determinam a identidade pública da empresa (design gráfico, embalagens, publicidade, arquitetura, decoração de interiores das fábricas e dos pontos de vendas).*' É significativo que ele não fale de ideias geniais, esboços e artes aplicadas – conceitos que anteriormente entravam em cena quando se falava do *design*. *Design*, como se pode perceber, não é um aditivo cultural. É, antes, uma atividade estreitamente ligada à indústria (BONSIEPE, 1997).

Entende-se que a formação do designer deve atender à indústria que, ao investir neste profissional, busca diferenciação e competitividade. No caso do Brasil, a vinculação entre o designer e a indústria não parece ser tão frutífera. Isto pode ser causado pela industrialização tardia do Brasil e por um conjunto de políticas que não buscou o desenvolvimento autóctone de um design brasileiro. Conforme De Moraes (2006, p. 102):

Produzir exclusivamente para o mercado interno, prática mantida por muitos anos, afetou, obviamente, o desenvolvimento do *design* na indústria nacional: uma vez que as empresas brasileiras não tinham o propósito de exportar artefatos industriais, elas não deparavam com os desafios do confronto e da competição no âmbito do *design* internacional. Este procedimento fez com que as empresas brasileiras se tornassem competitivas apenas dentro do próprio Brasil e condenou definitivamente os artefatos industriais brasileiros ao mercado interno regional, composto, naquela época, por consumidores ainda frugais, que aceitavam pacificamente tudo aquilo que lhes era oferecido.

Diante de outros países e regiões que possuem uma economia mais pujante, o número de depósitos de empresas brasileiras revela-se muito discreto. Estima-se que foram depositados 945.100 registros de desenho industrial no mundo todo em 2017, sendo que 50,6% foram recebidos pelo instituto chinês totalizando 628.658 pedidos, seguido pelo instituto europeu com 111.021 pedidos, pela Coreia do Sul com 67.357 pedidos, Turquia com 46.875 pedidos e Estados Unidos com 45.881 pedidos. Naquele ano, o Brasil contava com apenas 6.000 pedidos (WIPO, 2018).

A situação relatada com dados da *World Intellectual Property Organization* (WIPO) já tinha sido constatada por Gui Bonsiepe quando este autor

apresenta referências que indicam o baixo índice de proteção ao design. De acordo com Bonsiepe (2012, p. 59):

Para constatar a marginalização do *design* industrial do sistema produtivo basta examinar os seguintes dados: em 1980, registraram-se, no Brasil, quase 3.500 patentes de invenção estrangeiras e só 350 invenções nacionais. Naturalmente, esses valores estatísticos não retratam fielmente o trabalho do *designer* industrial, pois frequentemente o resultado do seu trabalho não se manifesta em forma de patentes de invenção, modelos industriais ou modelos de utilidade. De toda forma, é um indicativo de sua marginalização, que deverá ser corrigido nos próximos anos, se o País tiver pretensões de entrar no mercado internacional.

Os fatos e disposições acima apontam para a falta de visão estratégica do design como investimento. Também é possível apontar outras lacunas, como a falta do uso de mão-de-obra formada no campo de projetos de produtos e gráficos por parte das empresas nacionais, conforme demonstram os achados e conclusões dos trabalhos desenvolvidos por Teixeira Jr. *et.al.* (2012) e pela ADP & FGV *apud* Patrocínio e Nunes (2015). Nos citados trabalhos, surge como corriqueiro o fato de o próprio dono do empreendimento exercer atividades que são próprias ao *designer*, ou utilizar mão-de-obra familiar que possui algum talento, mas não necessariamente formada em design industrial.

Outro ponto que pode vir a explicar o baixo uso da proteção do registro de desenho industrial é a impressão de que a proteção autoral, que não pressupõe a necessidade de depósito e de requerimento junto a uma instituição pública, poderia beneficiar o *designer*.

Hoje, conjuntamente com as reflexões propostas por Bonsiepe (1997, p. 27), concorda-se que o *designer* deve apresentar uma sensibilidade estético-formal, devendo saber lidar com materiais e processos. Dispondo de tais capacidades, o *designer* deverá auxiliar a empresa a manter-se em um contexto de crescente concorrência econômica. Entende o autor a importância que o *designer* possui para as corporações que têm interesse em angariar um público fiel e disposto a assim permanecer por meio de uma proposta de design que envolve não só produtos, mas toda a imagem que a empresa oferece.

O *design* industrial contribui no processo de industrialização, realizando atividade projetual para melhorar a cultura material e procurando beneficiar a maioria da população. (...) O *design* industrial só pode contribuir para um processo de desenvolvimento quando é valorizado e aceito como item de investimento. Onde não se investe em *design* industrial como fator de inovação tecnológica, não se verão os efeitos multiplicadores que podem ser gerados pelo *design* industrial. (BONSIEPE, 2012, p.65).

Mas o autor também aponta que “Justamente na América Latina podemos constatar que o trabalho do designer não chega além da mesa de desenho e das boas intenções se ele não está disposto a confrontar a dura realidade da produção e da economia” (BONSIEPE, 1997, p. 27). Este cenário remonta à observação anterior do número ainda incipiente de registros de desenhos industriais junto ao INPI. Vincular o projeto de design à indústria desponta como uma ação de política pública estratégica para que as empresas brasileiras se posicionem com competitividade no mercado doméstico e internacional.

Direito de autor e desenho industrial,  
ferramentas diferentes para usos diversos

A arte aplicada<sup>4</sup> se situa justamente na fronteira entre o objeto de proteção do direito do autor e o objeto de proteção do desenho industrial. Provavelmente por isso a arte aplicada seja a expressão causadora de maior celeuma no campo da proteção autoral aplicada ao desenho industrial.

De acordo com Bittar, há obras que cumprem finalidades estéticas e outras de cunho utilitário. Para o citado autor (BITTAR, 2005, p. 21): “[a]s primeiras atendem a exigências puramente intelectuais (de esteticidade ou de conhecimento). Possuem valor estético autônomo, independente de sua origem, de sua destinação ou de uso efetivo. O atributo encerra-se em si mesmo, nas formas criadas.”

Ao travar o relacionamento do design com a arte aplicada, e antes de discutir as bases da proteção de direito autoral, torna-se interessante ter em mente uma citação de Bonsiepe (1997, p. 27) sobre o processo de individualismo que ainda pode ser imperioso em alguns projetos de designers. Segundo ele, o individualismo “(...) leva ao antirracionalismo visceral, reivindicando um individualismo ultrapassado. O antirracionalismo desencadeia reações viscerais e não se presta a clarificar o panorama”.

O individualismo pode não ser um bom confidente do designer, levando-o a se ver como um ente criativo que, isoladamente, coloca sua criação no mundo. Pensando com Perret (1988), que destaca ser o design uma arte “implicada” em vez de “aplicada”, o processo de projetar um novo objeto deve sempre levar em conta algumas contingências do processo de produção, como são os aspectos técnicos, que exigem o cumprimento de uma função; os aspectos econômicos, que se dirigem ao processo industrial, levando em conta o equipamento disponível produtivo e os tipos de materiais que permitam esse processo; e o aspecto estético, que privilegia a orientação de que toda forma deve ser agradável. A posição de Perret, dentro do campo jurídico, encontra-se totalmente respaldada pela fala de Bonsiepe (2012, p. 61) no campo do design:

O *design* industrial é uma atividade interdisciplinar, atuando ao lado de outras funções. A contribuição específica do trabalho do *designer* industrial refere-se aos aspectos de qualidade de uso e qualidade estética, compatibilizando-se as exigências técnico-funcionais com as restrições técnico-econômicas. Parece-nos equivocado considerar a problemática do *design* industrial apenas sob a perspectiva da criação de um estilo.

Ao pintor, escultor, gravador e demais artistas, suas obras devem se ater, ao máximo, ao tipo de material escolhido pelo artista, que detém total liberdade para essa escolha. Não existem exigências relativas ao processo industrial ou às contingências de seu uso. Há uma liberdade muito maior no ato criativo do artista do que no projeto do *designer*. Esses fatos levam à compreensão de ser a proteção concedida ao artista destinada a evitar apenas a cópia. Em consonância com os dizeres de Otero Lastres (2009), a criação independente, por mais parecida que seja, desde que não seja copiada e sim uma criação independente, deverá ser protegida como direito autoral.

Como se vê, a proteção do direito autoral possui um objeto específico determinado a partir de uma lógica artística cuja consequência é que o filtro de exclusão de cópias possui uma trama bem mais aberta do que o filtro de exclusão do desenho industrial, como será observado na sequência.

Outra peculiaridade apontada por Otero Lastres (2009) sobre o sistema de proteção autoral, é que basta o ato criativo para estar protegido, sem qualquer procedimento ou despesa adicional. Não há necessidade de se dirigir a nenhum instituto ou escritório e não há exame do cumprimento de requisitos legais. A obra existe e é protegida.

Se basta o ato criativo, se não há a necessidade de depósito em uma instituição que vá a analisar a obra, conseqüentemente, podem faltar meios para dar publicidade ao que está sendo protegido. Isto, segundo Otero Lastres (2009), deve considerar que, mesmo sendo bastante descomplicado, a falta de publicidade possui efeitos negativos. Afinal, a publicidade confere efeitos *erga omnes*, o que não ocorre com o que não foi publicado.

O autor citado ainda aponta que a avaliação dos requisitos que ocorre no caso da propriedade industrial, onde está situada a proteção ao desenho industrial, não tem similaridade no direito de autor o que pode gerar insegurança jurídica para o empresário que deseja investir em um projeto de um *designer* (OTERO LASTRES, 2009).

A proteção por desenho industrial exige o cumprimento de requisitos que, apesar de não serem aferidos em primeiro exame no Brasil e em muitos outros países, podem ser avaliados posteriormente ao registro, gerando maior segurança em relação aos investimentos empreendidos.

Um objeto para obter a proteção por meio do desenho industrial junto ao INPI deverá ser novo, ou seja, não pode estar compreendido no estado da técnica, que corresponde a tudo que for publicado ou tornado acessível ao público. Deve ser original, diferenciando-se dos objetos que lhe antecederam. O objeto também deve servir de tipo de aplicação ou fabrica-

ção industrial. Ou seja, deve ser capaz de servir de protótipo para replicação em escala industrial ou usado com esse enfoque, além de ser ornamental.

Não poderão receber a proteção por desenhos industriais as formas comuns, vulgares ou que não possam ser dissociadas de efeito técnico. Desta forma, premia-se a capacidade inovativa, pois não há espaços para monopólios sobre banalizações de formas usuais e corriqueiras já presentes no mercado. Além disso, limita-se a proteção do desenho industrial ao aspecto ornamental ou estético<sup>5</sup>. No caso de o projeto de design possuir aspectos funcionais ou de melhor usabilidade, além dos estéticos, deve o designer associar as proteções do registro de desenho industrial com as de patentes de invenção ou patentes de modelo de utilidade, todas estas previstas na Lei nº 9.279/1996 (LPI).

A proteção poderá incidir tanto sobre a forma tridimensional de um objeto, quanto sobre o padrão (composição de linhas e cores) que possa ser aplicado a um produto. Ao requerer a proteção do desenho industrial junto ao INPI, o interessado deve se preocupar com a apresentação dessa forma, traduzida para uma linguagem bidimensional, que poderá ser composta por desenhos ou fotografias. A boa representação desse objeto serve como o instrumento de delimitação do escopo do que vier a ser protegido.

Atendidas as formalidades de apresentação que garantam a suficiência descritiva visual daquilo que vem a ser pleiteado e identificando-se que a forma não é contrária à moral, aos bons costumes, não é banal ou vulgar e pode ser dissociada de efeito técnico, o pedido de desenhos industriais é concedido e publicado, abrindo-se prazo para que terceiros possam eventualmente apontar descumprimento de algum dos requisitos da legislação. Esse processo possibilita a autorregulação do que é novo e original pela concorrência, pois um título de propriedade concedido de forma incorreta pode acarretar prejuízos na dinâmica concorrencial dos agentes.

## Considerações finais

Para cada trabalho existe uma ferramenta que é mais adequada. Esta constante da evolução humana se reafirma quando se discute a proteção do design. O design de caráter extremamente exclusivo, de produção limitada e artesanal, com ênfase nas necessidades artísticas de seu criador, pode fazer bom uso da proteção dos direitos autorais. Uma obra com estas características não satisfaz os requisitos de proteção por desenho industrial e deve, portanto, submeter-se à sistemática dos direitos autorais.

O design padronizado, com escala industrial, com ênfase nas necessidades da produção industrial, precisa da proteção de desenho industrial, sendo inadequada sua proteção por direitos autorais.

São ferramentas diferentes para objetos diversos. A facilidade gratuita e desburocratizada da proteção dos direitos autorais para o design industrial pode gerar prejuízos comerciais e litígios judiciais que devem ser evitados.

A inclusão dos aspectos relativos à proteção de desenho industrial desde o início da criação dos projetos evita a perda de tempo e recursos em projetos que não poderão usufruir de exclusividade de mercado ou, ainda pior, podem se encontrar sob o direito exclusionário de terceiros, acarretando litígios e os prejuízos daí decorrentes.

A proteção adequada do desenho industrial é o reconhecimento do valor do design que traz diferenciação e influencia o consumo, conferindo competitividade por meio da cumulatividade de valor agregado que se traduz em maior lucratividade. As escolas de desenho industrial devem suprir esta lacuna constantemente percebida na formação de designers, preparando os futuros profissionais para uma inserção mais adequada no ambiente industrial.

O fortalecimento da cultura da proteção do desenho industrial pela via adequada, desde as escolas de design e através do meio profissional, é medida urgente e necessária à valorização da atividade dos designers e do reconhecimento da sua importância estratégica para conferir valor agregado e competitividade aos produtos de diversas indústrias.

1 "Diferentemente do modelo que pretendia imitar, o movimento Arts and Crafts, a Werkbund aceitava as modernas condições da produção industrial. A maior parte de seus integrantes não era inimiga das máquinas, mas procurava a reforma pelo caminho da indústria." (SCHNEIDER, 2010, p. 48)

2 Para uma melhor compreensão da implantação da ESDI, bem como do ensino do design no Brasil, indica-se o trabalho de Zoy Anastassakis (2014), fruto de sua tese de doutorado: *Triunfos e impasses*.

3 No Brasil, o direito autoral vem regulamentado por meio da Lei nº 9610/1998, enquanto a propriedade industrial, onde se encontra a proteção às marcas, às patentes, aos desenhos industriais, dentre outras tipificações, está prevista na Lei nº 9279/1996.

4 A incidência da proteção autoral e por desenhos industriais à obra de arte aplicada ainda é pouco explorada no Brasil, merecendo maior destaque na Europa, conforme a publicação organizada por Derclaye (2018). Em Otero Lastres (2008), encontra-se o panorama sobre os sistemas existentes.

5 Caso haja interesse na proteção de funcionalidade, outras modalidades de proteção de propriedade industrial são adequadas, tais como as patentes de invenção e de modelos de utilidade (BRASIL, 1996).

## Referências

ANASTASSAKIS, Zoy. **Triunfos e impasses: Lina Bo Bardi, Aloísio Magalhães e o design no Brasil**. Rio de Janeiro: Lamparina/FAPERJ, 2014.

BENTLY, L. **The Design/Copyright Conflict in the United Kingdom: A History**. In E. DERCLAYE (Ed.), **The Copyright/Design Interface: Past, Present and Future** (Cambridge Intellectual Property and Information Law, pp. 171-225). Cambridge: Cambridge University Press. 2018.

BITTAR, C.A. **Direito de autor**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

- BONSIEPE, G. **Design como prática de projeto**. São Paulo: Blucher, 2012.
- BONSIEPE, G. **Do material ao digital**. Trad. Cláudio Dutra. Florianópolis : FIESC/IEL, 1997.
- DE MORAES, D. **Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem**. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.
- DENIS, R. C. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.
- FREEMAN, C e SOETE, L. **Economia da inovação**. Campinas: Editora da Unicamp, 2008.
- HERTENSTEIN, J. H. PLATT, M. B. VERYZER, R. W. (2005) **The Impact of Industrial Design Effectiveness on Corporate Financial Performance**. The Journal of Product Innovation Management. Volume 22. Jan/2005.
- HESKETT, J. **Desenho industrial**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1998.
- OTERO LASTRES, José Manuel. **Tratado de derecho mercantil**. Madrid: Marcial Pons, 2009.
- OTERO LASTRES. **Reflexiones sobre el diseño industrial?**. In .: Anuario Facultad de Derecho. Universidad de Alcalá. p. 217-235, 2008.
- PAPANEEK, V. **Design for the real world**. Toronto/New York/London: Bantam Books, 1973.
- PATROCÍNIO, G. e NUNES, J.M (Org.). **Design & desenvolvimento 40 anos depois**. São Paulo: Blucher, 2015.
- PORTER, M. **Estratégia competitiva**. Campus, Rio de Janeiro, Campus, 1989. ISBN: 1000252290210
- SCHNEIDER, B. **Design - uma introdução. O design no contexto social, cultural e econômico**. São Paulo: Editora Blücher, 2010.
- SUTHERSANEN, Uma. **Design law in Europe**. United Kingdom: Sweet & Maxwell, 1999.
- TEIXEIRA JR. et.al. **Design estratégico: inovação, diferenciação, agregação de valor e competitividade**. Rio de Janeiro: BNDES, 2012.
- WIPO. World Intellectual Property Organization. (2018). **World Intellectual Property Indicators 2018**. WIPO Publication No. 941E/18. ISBN 978-92-805-2984-5

Recebido: 10 de julho de 2021.

Aprovado: 07 de agosto de 2021.