

João Ademar de Andrade Lima

Bases teóricas para gestão da

PROPRIEDADE INTELECTUAL



Editora Universitária - UFCG

Bases Teóricas
para Gestão da
**PROPRIEDADE
INTELECTUAL**

A presente obra busca compilar várias teorias, oriundas de áreas como a Gerência de Projetos, a Estratégia Empresarial e o direito de Propriedade, em relação dos saberes requisitados pelo, aqui chamado, “Gestar da Propriedade Intelectual”, figurando, assim, como um epítome de conceitos relacionados aos direitos autorais e industriais e outros dados de seu entorno.

Fundação Biblioteca Nacional

ISBN 85-89674-09-6



9 788589 674096



Editora Universitária - UFCG

**BASES TEÓRICAS PARA GESTÃO DA
PROPRIEDADE INTELECTUAL**

JOÃO ADEMAR DE ANDRADE LIMA

**BASES TEÓRICAS PARA
GESTÃO DA PROPRIEDADE
INTELECTUAL**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE

Prof. Dr. Thompson Fernandes Mariz
Reitor

Prof. Dr. José Edilson Amorim
Vice-Reitor

EDITORA UNIVERSITÁRIA DA UFCG

Prof. Dr. Antonio Clarindo Barbosa de Souza
Diretor Administrativo

Prof. Dr. Antonio Gomes da Silva
Diretor Comercial

L732c Lima, João Ademar de Andrade. 1976-
Bases Teóricas para Gestão da Propriedade Intelectual/
João Ademar de Andrade Lima. Campina Grande: EDUFCG,
2006, 125p.

ISBN : 85-89674-09-6

1. Propriedade Intelectual 2. Gestão da Tecnologia 3.
Gerência de Projeto I. Título

CDU: 347.78 (042.3)

Todos os direitos reservados à
EDUFCG – Editora da Universidade Federal de Campina Grande
Av. Aprígio Veloso, 882 – Bodocongó
58.109-970
(83) 33310.10.08

Informações sobre o autor: www.joaoademar.com

Para Mamãe, Bebete e Vô.

SUMÁRIO

Prefácio	9
Apresentação	13
Introdução	15

Capítulo I

Direito de Propriedade e Propriedade Intelectual

Direito de Propriedade	27
Propriedade Intelectual	31
Direito Autoral	33
Direito Industrial	39

Capítulo II

Conhecimento, Tecnologia, Vantagem Competitiva

Conhecimento e Gestão do Conhecimento	57
Tecnologia, Pesquisa e Desenvolvimento	61
Estratégias de Inovação	65
Estratégia Competitiva	71

Capítulo III

Gestão da Tecnologia e o Papel do Gerente de Projetos

Organização Empresarial	81
Gestão da Tecnologia na Organização Empresarial	85
O Gerente de Projetos na Gestão da Tecnologia	89

Capítulo IV

Bases para Gestão da Propriedade Intelectual

Gestão da Propriedade Intelectual	97
Núcleos de Propriedade Intelectual e seus Modelos de Gestão	101
Políticas de Ação à Propriedade Intelectual	107
Fatores Desejáveis na Gestão de Políticas de Ação à Propriedade Intelectual	111
À Guisa de Conclusão	117
Referências	119

PREFÁCIO

Inicialmente gostaria de afirmar que me senti bastante honrado com o convite para prefaciá-lo e estabelecer interlocução com João Ademar.

João Ademar de Andrade Lima é integrante de uma nova geração de professores que alia a proficiência do trabalho pedagógico com esmerada produção intelectual. Após se graduar em Direito e Desenho Industrial, em curto espaço de tempo concluiu o mestrado em Engenharia da Produção e aspira realizar doutorado em Ciências Humanas. Essa formação abrangente assegura-lhe vigorosa capacidade de análise e crivo crítico; converte-se também num requisito indispensável para o magistério nos dias atuais: a atuação polivalente.

João Ademar destaca-se pelos precoces largos passos rumo à capacitação docente, contribuindo, desse modo, para que a universidade pública seja espaço privilegiado para a produção científica e tecnológica autônoma, diversificada e com excelente padrão de qualidade.

Autor de vários artigos apresentados em eventos técnico-científicos e de livro sobre a importância da propriedade intelectual para o desenvolvimento de projetos de produto, dá continuidade a esse trabalho brindando-nos com mais uma obra de sua lavra. Desta feita, identifica preceitos básicos da propriedade intelectual e nos remete aos problemas da gestão das inovações tecnológicas. Valoriza essa atividade, tornando imperativo não apenas o

conhecimento de suas bases teóricas, como também o reconhecimento da sua importância em estratégias de pesquisa e de desenvolvimento de instituições públicas e privadas. Nesses marcos define pressupostos, métodos e diretrizes para a gestão da propriedade intelectual em estratégias empresariais.

Para contextualizar a propriedade intelectual na atualidade, o autor resgata a origem desse instituto. Recupera a noção de Direito Autoral e Propriedade Industrial à luz de preceitos jurídicos. De modo sumário, situa a evolução desses preceitos relacionados ao desenvolvimento tecnológico. Face às potencialidades da reprodutibilidade técnica, indica dois momentos históricos relevantes para a consolidação desses institutos, o surgimento da imprensa e a revolução industrial.

De modo convincente, explicita conceitos fundamentais para a análise da propriedade intelectual, exercitando o conhecimento técnico-jurídico para formular diretrizes para sua aplicação. Graças a esses procedimentos, logra êxito ao assinalar recursos teóricos e práticos que favorecem o gerenciamento da inovação, da industriabilidade e da criatividade, quesitos da propriedade intelectual.

Apoiando-se em tipologia desenvolvida por Freeman, nos anos 70, examina o papel das inovações em estratégias competitivas de empresas. Sua análise confere precedência à pesquisa e ao desenvolvimento técnico como principais fatores de competitividade empresarial.

Buscando dialogar com o autor faremos breves comentários.

No último quartel do século XX, a perspectiva da inovação e da difusão tecnológica ganhou vulto na teoria econômica. O colapso do socialismo real, a restauração de valores liberais, a perda da centralidade do trabalho, a expansão mundial da economia de mercado e a intensificação das relações de comércio internacionais deram forma à ideologia da globalização. Novas estratégias de produção e de comercialização de bens e de serviços serviram-se

de pressupostos técnicos para legitimar relações assimétricas perpetradas em nome da competitividade requerida por corporações transnacionais.

Nesse cenário, o conhecimento passou a ser disputado como mercadoria, como bem passível de comercialização e de apropriação restrita. Vários mecanismos foram empregados para legitimar o uso restrito do conhecimento.

Mudanças em dispositivos legais favoreceram essa emulação restritiva facultando que o direito de propriedade intelectual se estendesse a organismos vivos e ao conhecimento básico para futuras invenções. Desse modo, os limites entre descoberta e invenção foram dissipados por leis e acordos que permitiram que a biodiversidade e o patrimônio de países periféricos fossem empalmados por corporações transnacionais. É significativo notar que apenas 0,4% das patentes de princípios ativos da flora nativa está em mãos de empresas brasileiras.

Sob esse prisma, a propriedade intelectual pode se constituir num instrumento coercitivo que bloqueia o acesso a recursos naturais, bem como o desenvolvimento técnico-científico de países periféricos, aprofundando relações de dependência de setores mais atrasados aos pólos dinâmicos da economia, detentores dessas patentes.

Essas considerações tornam-se oportunas para o exame de aspectos controversos da propriedade intelectual.

A análise de João Ademar apóia-se em pressupostos de autores neoschumpeterianos que conferem relevo à inovação e à difusão tecnológica. De modo minucioso sinaliza limites e possibilidades do desenvolvimento tecnológico. Aponta condições indispensáveis para viabilizar a prospecção e o emprego de tecnologias: “A simples atividade de P&D isolada não é garantia de que a tecnologia desenvolvida seja transferida para o sistema produtivo; a tecnologia gerada, ou aperfeiçoada, por uma atividade de P&D, exige diversos graus de elaboração até sua efetiva inserção

numa atividade produtiva, englobando tanto a ‘produção’ da tecnologia como a sua comercialização”.

A seguir, o autor salienta o papel das políticas de estímulo à propriedade intelectual. Pondera que diretrizes para o fomento de teorias e de práticas consubstanciam-se em cultura de inovação e difusão tecnológica. Cultura essa que deve estar inserida em empresas privadas, bem como em instituições públicas de ensino e de pesquisa.

Amparando-se na literatura especializada, observa que as políticas de propriedade intelectual podem ter desdobramentos controversos. Sob seu ponto de vista, a consistência dessas políticas expressa-se pelo equilíbrio entre a abertura e a proteção de nichos de economias nacionais frente ao capital externo.

Assinala, outrossim, que “condutas se mostram absolutamente disparees do preconizado”, chamando atenção para a importância do uso criterioso da legislação e de estratégias de inovação tecnológica, posto que são “instrumentos principais e indispensáveis de progresso”.

O objetivo de contribuir para a sistematização, aplicação e debate de preceitos afetos à propriedade intelectual foi plenamente alcançado. Desse modo, as formulações de João Ademar somam-se ao acervo de textos que abordam aspectos da inovação tecnológica, tornando-se leitura obrigatória para iniciados nesse campo de atividades, particularmente para Desenhistas Industriais, que atuam como gestores de projetos de produtos e de processos produtivos.

Wagner Braga Batista

APRESENTAÇÃO

A idéia central deste livro surgiu de uma carência que encontrei quando da feitura de minha dissertação de mestrado, vivificada numa necessidade, à época, de obter dados teóricos que consubstanciassem as idéias norteadoras da pesquisa de campo então pretendida, qual seja estudar Políticas de Ação à Propriedade Intelectual numa dada Incubadora de Empresas de Base Tecnológica.

Naquele momento, tudo o que eu mais queria era um livro, um artigo, um ensaio... que esboçasse ou sinalizasse diretrizes para uma chamada "Gestão da Propriedade Intelectual" e, ademais, que a ela baseasse um conjunto de conhecimentos condicionantes à boa atuação desse hipotético Gestor.

Ao contrário, além de não encontrar o que procurava, me vi envolto de uma considerável quantidade de dados isolados, componentes de distintas áreas, como a Economia da Inovação, a Gerência de Projetos, a Estratégia Empresarial e o próprio Direito, que, ainda que aparentemente "desconectadas", serviriam, em conjunto, de base de sustentação das idéias aqui reportadas.

Assim sendo, não me propus suscitar nenhum ineditismo senão a ordenação desses vários saberes num construto teórico uno, que intitulei como Bases Teóricas para Gestão da Propriedade Intelectual.

Deste título extraio o meu objetivo: sintetizar diferentes conceitos, oriundos de distintas disciplinas, relacionados aos

conhecimentos requisitados por quem precise gerenciar questões relacionadas à apropriação de bens aptos de proteção pelas leis de Direitos Autorais e Industriais.

Nesse sentido, a presente obra pode ser entendida como um epítome de conceitos relacionados à Propriedade Intelectual e outros de seu entorno que, ainda que procedentes de diferentes ciências, como a Economia e a Administração, juntos, formam um roteiro teórico coerente com a intenção de proporcionar ao leitor uma síntese de vários conhecimentos, que servirão de convite à reflexão e à busca de novas literaturas, mais focadas.

O Autor

INTRODUÇÃO

Estamos testemunhando uma era de transformações tecnológicas nunca antes ocorridas, atingindo os mais diversos ramos científicos e envolvendo os mais diferentes seguimentos sociais. Por isso, com a já tão apregoada globalização, as relações humanas mudaram e trouxeram consigo novas possibilidades de interação entre os povos, tanto culturalmente como, principalmente, tecnologicamente.

Assim, a tecnologia pesquisada e desenvolvida é, indubitavelmente, além de um imperativo para o progresso de uma região, a chave mestra do crescimento econômico de uma indústria, dinamizando-a e fomentando-a. Para Paolo Bifani, (*apud* TACHINARDI 1993, p.56), ela – a tecnologia – “é o fator fundamental na determinação das vantagens comparativas e competitivas; ela cria novos produtos, que substituem os velhos” – destruição criadora de Schumpeter.

E mais:

“A tecnologia introduz na sociedade conhecimentos, invenções e criações estéticas, todos produto do intelecto humano, dos quais derivam outras tantas manifestações que o homem usa para diversos fins: expansão industrial, facilitação de comunicações, sensibilização, transmissão de conhecimentos, administração, produção de bens e de serviços, e com benefícios vários.” (BITTAR, 1999, p.186).

Sob esta ótica, a despeito do crescente intercâmbio gerado pela nova ordem social, as empresas, principalmente aquelas de Base Tecnológica, urgiram dinamizar sua política de inovação, necessitando cada vez mais investir em pesquisa e desenvolvimento.

Segundo relatório sobre a viabilidade técnica e econômica do Projeto Inventiva Nacional, do Governo Federal, “o binômio inovação-competitividade passou a constituir estratégia relevante para se alcançar a modernização e a participação na economia internacional” (MICT-STI, 1998, p.6) e, em concomitância, o Capital Intelectual, protegido pelo Direito de Propriedade Intelectual, assumiu importância crescente na contabilidade dos ativos duma empresa.

“A Propriedade Intelectual [...] é formada pelo conjunto de Leis e Códigos que regem as relações entre o autor e a sociedade, entendendo-se como autor, o agente de alguma idéia inventiva, seja no campo técnico e comercial, ou na área literária e artística.” (SILVA, s.d., p.1).

É um ramo jurídico voltado ao estudo das concepções relacionadas aos bens intangíveis, desde as artísticas às técnicas e, também, à pesquisa científica, de modo que:

1. As criações artísticas abrangem as obras literárias, musicais e estéticas;
2. As técnicas referem-se às invenções e inovações e ao desenho industrial;
3. As pesquisas científicas dizem respeito às descobertas, como àquelas do campo da física, química e da biologia.

As primeiras encontram amparo legal no Direito Autoral e a segunda no Direito Industrial (ou Propriedade Industrial), enquanto a última não é passível de ser protegida, do ponto de vista conceitual.

Deste modo, a proteção patentária e a Propriedade Intelec-

tual, como um todo, surgem com importância sem igual para o setor industrial moderno, não só porque elas podem ser vistas como “uma verdadeira mercadoria, vendável, envolvendo aspectos econômicos, jurídicos e sociais” (CHINEN, 1997, p.4), como também por servirem de base de pesquisa tecnológica, tanto de produto como de *know how*, através do chamado “Banco de Patentes”.

Dados da OMPI – Organização Mundial da Propriedade Intelectual (*apud* LIMA, 2003) mostram que mais de 70% da informação tecnológica disponível em todo o mundo pode ser adquirida tão só nos documentos de patentes.

“Os documentos de patente se constituem no único sistema de informação precipuamente configurado para finalidade de armazenar conhecimentos tecnológicos [...]. Enquanto a maioria dos sistemas de informação tem metodologia adaptável às informações de caracteres diversos, em geral provenientes de campos científicos, culturais e humanísticos, a informação patentária tem sua base em documentos cuja finalidade é, desde as suas origens, a de divulgar informação técnico-produtiva.” (MACEDO & BARBOSA, 2000, p.57).

No livro “Curso de Propriedade Intelectual para Designers”, ao discorrer-se a respeito do tema acima disposto, há uma reafirmação da principal finalidade, inclusive social, do sistema patentário, qual seja: “ceder um monopólio temporário ao titular de um Direito Industrial e receber, como contraprestação, a divulgação do ‘segredo’ do produto” (LIMA, 2001, p.57), com a sua conseqüente inserção no estado da arte.

No estado da arte, chamado também de “estado da técnica”, encontram-se “todas as informações tornadas acessíveis ao público antes da data de depósito do pedido de patente, por descrição escrita ou oral, por uso ou qualquer outro meio, no Brasil ou no exterior.” (BARBOSA, 1997, p.24).

Diante disso, hodiernamente, é indiscutível a relevância do sistema patentário, e de todo tipo de proteção aos bens imateriais e, em especial, aos intelectuais.

“No Estado contemporâneo é cada vez maior a relevância das normas legais que disciplinam os sistemas de privilégios, porque é através da patente que o invento se transforma de bem tecnológico em bem econômico.” (DOMINGUES, 1980, p.78.).

“Esta importancia no sólo es exclusiva para las organizaciones empresariales, quienes deben hacer uso de los medios que estén a su alcance para lograr y mantener ventajas competitivas, sino también para las organizaciones académicas donde se llevan a cabo actividades de investigación y desarrollo, cuyos resultados son susceptibles de ser transferidos al sector productivo” (LECHUGA & REBOLLEDO, 1998, p.1.).

Este instituto é tão importante e tão apregoado que consta inclusive na nossa própria Constituição Federal, no rol dos chamados “Direitos e Garantias Fundamentais”, *vide*, por exemplo, o inciso XXIX do seu artigo 5.º, que diz textualmente:

“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 das empresas e outros signos distintivos, **tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País.** [grifo nosso].”

Esta é a função social do sistema de patentes: Desenvolver tecnologicamente uma Nação. Todavia, analisando o papel da Propriedade Intelectual nos parques industriais das diferentes

regiões, fica notório, e dispensa maiores estatísticas, a disparidade existente entre as diversas áreas ou regiões brasileiras e entre o Brasil e outros países, principalmente os chamados de “primeiro mundo”, no que se refere ao desenvolvimento tecnológico e industrial, com reflexo óbvio no desenvolvimento social.

Várias são as razões para estas desigualdades, indo desde as péssimas condições de saúde, educação e segurança que grande parte da população enfrenta diariamente, até o descaso por parte dos seus dirigentes em questões relevantes à sociedade.

Todavia, além das preocupações básicas quanto ao desenvolvimento social, o mundo moderno exige empenho em relação ao desenvolvimento tecnológico e industrial, sob pena de cada vez mais se aumentar a distância entre os países “ricos” e os “pobres”.

Como exemplo de quão desigual é o domínio internacional da tecnologia, Chinen (1997) revela que 85% das patentes de invenção, apresentadas no mundo, advém dos países considerados altamente industrializados, enquanto aos países em desenvolvimento, restam apenas 6% do todo. A realidade é clara: pouco avanço tecnológico é sinônimo de subdesenvolvimento econômico.

“Prova insofismável dessa assertiva é a quantidade de inventos, aperfeiçoamentos, melhoramentos e outros que são requeridos e conferidos no Japão, nos Estados Unidos da América, na Coreia e em tantos outros.” (SOARES, 1998, p.98).

A este respeito ensina Rossetti (1993, p.486) que “a evolução do conhecimento tecnológico [...] está intimamente associada aos ganhos de produtividade que induzem e definem o próprio conceito atual do crescimento econômico.”

E mais, lembra Mancuso (1998, p.13), “só se domina uma tecnologia quando se têm condições de aperfeiçoá-la ou mudá-la.” Mas, como desenvolver tecnologicamente uma região sem se valer, de alguma forma, do sistema patentário? Parece impossível.

Fábio Grynszpan ratifica as idéias acima quando diz:

“A informação contida nos documentos de patentes pode ser usada pelos vários setores envolvidos no desenvolvimento e comércio de tecnologia. Para os países desenvolvidos, a informação tem sido útil nos problemas vinculados à competição pelo mercado e à diminuição de custos das atividades de P&D [...]. Para os países em desenvolvimento, existem outras implicações relevantes das informações de patentes, tanto para o desenvolvimento interno de tecnologia quanto ao comércio internacional.” (MARCOVITICH 1983, p.491-492).

O Direito de Propriedade Intelectual, como qualquer propriedade, mais que elemento de salvaguarda dos aspectos morais do criador, do ponto de vista pessoal, é um bem econômico dos mais importantes, ou seja, seu objetivo *“es proveer incentivos para la producción de trabajos creativos intelectuales como así también para la difusión y/o la exploración económica de los mismos.”* (BUAINAIN, s.d., p.10).

“[...] a competitividade e o desenvolvimento sócio-econômico dos países, das regiões, dos setores e das empresas estão embasados nos fatores inovação, conhecimento e aprendizado. O célere processo de internacionalização das economias amplifica a importância desses fatores, tornando-os elementos centrais para a conquista da capacitação tecnológica.” (CHAMAS, 2001, p.144).

Assim, se o sistema patentário é de tamanha importância, porque este não é (ou não aparenta ser) usado como uma das principais fontes de desenvolvimento? A hipótese que aqui se defende para responder tal indagação é que, infelizmente, os pesquisadores, empresários, industriais, aparentemente não conhecem (ou reconhecem) tal instituto.

O relatório sobre a viabilidade técnica e econômica do Pro-

jeto Inventiva Nacional (MICT-STI, 1998), já mencionado anteriormente, mostra que apenas 7% das Instituições Tecnológicas e Empresas pesquisadas têm política e infra-estrutura para a Propriedade Intelectual. Quanto ao incentivo, este valor sobe para 14,3%, o que ainda é bastante baixo. Além disto, e o mais preocupante, foi detectar-se que a busca ao estado da técnica (ou estado da arte) em patentes é realizada em apenas 36% das Instituições.

A disponibilidade de se usar o banco de patentes como fonte de pesquisa tecnológica é, sem dúvida, uma das principais contraprestações entre o detentor de uma patente ou registro e a sociedade como um todo. "As patentes são publicadas, devendo constar a descrição das características da invenção de modo que um técnico do assunto possa realizá-la." (DI BLASI *et al*, 1998, p.32). Assim, a pesquisa ao estado da técnica é importantíssima para realização de inovações, auxiliando desde os setores fabris e empresariais até a classe acadêmica universitária, onde estão, indubitavelmente, os futuros pesquisadores, empresários e industriais.

Sobre isso, complementa Furtado (1996, p.41) que "o sistema de patentes, ao possibilitar a divulgação de novas invenções em publicações oficiais. [...] permite o acompanhamento atualizado do desenvolvimento industrial e científico."

Além da utilidade acima citada, o privilégio patentário gera uma garantia e uma tranquilidade aos seus detentores, especialmente por ser "um instrumento de controle de mercados e uma forma de reduzir as incertezas [dos inovadores, pesquisadores, centros de pesquisa, industrias etc.]." (TACHINARDI, 1993, p.93). Isto se reverte, pois, em benefícios para sociedade, daí a influência que este instituto exerce nos ramos empresarial e técnico-científico.

"Com uma efetiva proteção de seus direitos o empresário se

vê encorajado a fazer investimentos em pesquisas para a invenção de novos produtos e de novos processos de fabricação, bem como de projetar sua marca como garantia de qualidade de seus produtos [...]. A comunidade científica, com a garantia de que os resultados de seus esforços em pesquisa e desenvolvimento contarão com efetiva proteção, também sentir-se-á estimulada a empreender todo seu conhecimento e direcionar seus estudos para a invenção de novos produtos e de novos processos destinados ao setor produtivo.” (BARBOSA, 1996, p.12).

CAPÍTULO I

DIREITO DE PROPRIEDADE E PROPRIEDADE INTELECTUAL

Este primeiro Capítulo se propõe a discorrer doutrinariamente, com bases teóricas em juristas e tecnólogos, acerca das definições normativas de Propriedade, em seu sentido lato, e da Propriedade Intelectual, estritamente, pormenorizando sua natureza jurídica, sua classificação legal, seus processos de registro/patenteamento e algumas de suas peculiaridades, inclusive históricas.

DIREITO DE PROPRIEDADE

Para a ciência jurídica, o Direito de Propriedade é aquele que garante a seu titular, em toda sua plenitude, a faculdade de dispor dos seus bens livremente e a seu bel-prazer, internalizando-se no inconsciente coletivo (como o principal Direito Subjetivo¹ existente) e figurando como um pilar econômico de nossa sociedade capitalista.

“Aliás, poder-se-ia mesmo dizer que, dentro do sistema de apropriação de riquezas em que vivemos, a propriedade representa a espinha dorsal do direito privado, pois o conflito de interesses entre os homens, que o ordenamento jurídico procura disciplinar, se manifesta, na quase generalidade dos casos, na disputa sobre bens.” (RODRIGUES, 1997, p.73).

Possui como elementos essenciais os chamados *Jus Utendi*, *Jus Fruendi* e *Jus Abutendi*, a saber:

1. *Jus Utendi* é o direito de usar, ou seja, é o direito de retirar da propriedade tudo o que ela pode oferecer, sem alterá-la;
2. *Jus Fruendi* aparece como o direito de gozar da propriedade, explorando-a economicamente;
3. *Jus Abutendi*, o mais importante dos três, significa o direito de dispor da propriedade como bem entender, dando a ela o destino que achar melhor².

Há ainda uma quarta prerrogativa (ou mesmo elemento, para

alguns autores), qual seja o *Rei Vindicatio*, isto é, o direito de reaver a coisa, de reivindicá-la de quem injustamente a possui ou a detenha.

São essas faculdades conferidas ao “proprietário” que caracterizam o Direito de Propriedade, aparecendo, sempre, de forma concorrente, de modo que, na falta de alguma delas, não há como se falar em propriedade mas, no máximo, por exemplo, em posse. Contudo, ainda que estejam presentes todos os elementos caracterizadores do Direito de Propriedade, esse comporta limites disciplinados legalmente, inclusive em esfera constitucional.

“Há limitação ao Direito de Propriedade com o escopo de coibir abusos e impedir que seja exercido, acarretando prejuízo ao bem-estar social. Com isso se possibilita o desempenho da função econômico-social da propriedade, preconizada constitucionalmente, criando condições para que ela seja economicamente útil e produtiva, atendendo o desenvolvimento econômico e os reclamos de justiça social. O Direito de Propriedade deve, ao ser exercido, conjugar os interesses do proprietário, da sociedade e do Estado, afastando o individualismo e o uso abusivo do domínio.” (DINIZ, 2003, p. 785).

É em consonância a esse preceito que, por exemplo, o titular de uma patente pode perder sua propriedade por abuso ou desuso.

“‘Desuso’ consiste em não explorar o objeto da patente, ou seja, o detentor não importa nem produz localmente o produto [...]. Já a conceituação de ‘abuso’ é mais subjetiva. Alegam alguns que, por exemplo, um preço supostamente exagerado poderia configurar exercício abusivo do direito de patente.” (TEIXEIRA, 1997, p.84).

Assim, a Propriedade Intelectual, como a própria terminolo-

gia sugere, é uma Propriedade como qualquer outra – material ou imaterial – com as mesmas prerrogativas caracterizadoras para sua existência e as mesmas funções econômico-sociais.

PROPRIEDADE INTELECTUAL

“O resultado de toda atividade criativa de ordem intelectual, seja tecnológica ou não, pode obter o reconhecimento da sociedade, mediante a proteção dos direitos de criação.” (SEBRAETIB, 1997, p.4).

“A Propriedade Intelectual, parte de um grupo de propriedade de bens intangíveis, é assunto de especialização na área do direito, na da técnica e na da economia [...]. Trata-se de um importante assunto que deve estar presente no rol das atenções da organização e dos gerentes de projeto, por relevantes motivos.” (VALERIANO, 1998, p. 43-44)

O termo Propriedade Intelectual é usado para designar a área do Direito que cuida da proteção às criações do homem nas áreas técnico-científica, literária e artística e também àquelas relacionadas à indústria, nas invenções, inovações, processos e design de um modo geral.

Em nosso país, é disciplinada principalmente pelas leis 9.279/96 (Marcas e Patentes), 9.456/97 (Cultivares), 9.609/98 (*Software*) e 9.610/98 (Direitos Autorais). Além disto, assim como a maioria dos países, o Brasil faz parte, inclusive como signatário, de tratados internacionais, como as Convenções de Berna, sobre Direitos Autorais, e de Paris, sobre Propriedade Industrial, e outros acordos como o TRIPs (*Trade Related Intellectual Property*

Rights). É também preceito Constitucional, estando arrolado entre os “Direitos e Garantias Fundamentais”, com previsão nos incisos XXVII, XXVIII e XXIX, em consonância aos incisos XXII e XXIII, do artigo 5º da Constituição Federal, a saber:

“Art. 5º [...]

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;

XXVIII – São assegurados, nos termos da lei:

a) A proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas;

b) O direito de fiscalização do aproveitamento econômico das obras que criarem ou de que participarem aos criadores, aos intérpretes e às respectivas representações sindicais e associativas;

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; [...].”

A Propriedade intelectual pode ser subdividida em duas grandes áreas, quais sejam: o Direito Autoral e o Direito Industrial. Estas, apesar de possuírem similaridades bastante notórias, apresentam naturezas jurídicas distintas e, conseqüentemente, tratamentos diferenciados, tanto ao nível de proteção temporal como ao nível de direitos pessoais e patrimoniais.

DIREITO AUTORAL

A primeira categoria, também chamada de Propriedade Literária, Científica e Artística, cuida da proteção às criações de caráter mais artístico-científico que funcional, ou seja, abrange as obras de arte, como a pintura e a escultura, as obras musicais e lítero-musicais, as obras literárias, como os romances e a poesia, e aquelas acadêmico-científicas, como as teses, as dissertações, os artigos, os livros técnicos etc.. O Direito Autoral também abarca os Programas de Computador³. “É um ramo ainda em desenvolvimento, mas cuja importância é crescente.” (ASCENSÃO, 1997, p.16). Em suma, é o Direito Autoral que disciplina e acolhe toda e qualquer criação do intelecto humano que possua qualidades diferentes daquelas eminentemente técnicas ou mecânico-funcionais.

Juridicamente, o Direito Autoral possui natureza dicotômica, contudo indissociável⁴, abrangendo uma parte moral e outra patrimonial, ou seja:

“[...] representa uma relação jurídica de natureza pessoal-patrimonial, sem cair em qualquer contradição lógica, porque traduz numa fórmula sintética aquilo que resulta da natureza especial da obra da inteligência e do regulamento determinado por esta natureza especial.” (CHAVES, 1987, p.6).

O Direito Autoral Moral surge com a criação da obra e faz

referência ao aspecto pessoal desta, nascendo da relação entre criação e criador, com vinculação direta à pessoa do autor, que tem a obra como uma projeção de sua personalidade. “Não pode ser confundido com o Direito de Personalidade em geral, embora diga respeito à personalidade do autor.” (HAMMES, 2002, p.70). É um Direito não transferível, não disponível, não renunciável, não penhorável e absoluto do autor; “assim, os Direitos Morais do Autor, a exemplo dos Direitos de Personalidade, são considerados indisponíveis, intransmissíveis e irrenunciáveis, devido ao seu caráter de ‘essencialidade’.” (COSTA NETTO, 1998, p.73). O Direito Moral não tem validade temporal determinada, ou seja, não possui prazo de vigência.

Já o Direito Autoral Patrimonial resulta da publicação ou divulgação da obra, ou seja, da comunicação da obra ao público, tanto pelo próprio autor como por outrem autorizado. Cuida dos interesses monetários da obra e, diferentemente do que ocorre com a primeira categoria, pode ser negociado, por transferência, cessão, licença etc..

“Os Direitos Patrimoniais do Autor baseiam-se nos atributos – exclusivos – do criador intelectual, de **utilizar, fruir e dispor da obra** [grifo nosso, *vide* item “Direito de Propriedade”], bem como o de autorizar sua utilização ou fruição por terceiros.” (COSTA NETTO, 1998, p.78).

Como regra geral, o Direito Patrimonial do Autor perdura por toda a vida deste e por mais setenta anos, contados do primeiro dia do ano subsequente ao do falecimento, sendo obedecida, para fins sucessórios, as regras comuns de nosso Código Civil. No caso do *software* essa duração é de cinquenta anos contados do primeiro dia do ano subsequente a data de criação do programa, não importando o ano do registro ou o início de sua comercialização.

Processo de Registro

A proteção garantida pelo direito autoral independe de registro, que funciona, assim, como uma mera declaração de direitos. Contudo, apesar da natureza facultativa, o registro possui o objetivo de assegurar o direito com uma maior facilidade de conservação e defesa, já que funciona como meio de prova de verificação de propriedade.

Optando pela feitura do registro, o autor deverá efetuar-lo no órgão público competente, entre os quais encontram-se a Biblioteca Nacional e a Escola de Belas Artes da UFRJ – requerentes que se encontrem fora do Rio de Janeiro, podem fazer o registro via Correios. Este é feito basicamente com o preenchimento de um formulário padrão, estabelecido pelos próprios órgãos, com a anexação de cópias dos documentos pessoais do autor, como CIC e RG, e uma cópia ou exemplar da obra que se quer registrar.

Sua tramitação é bastante rápida e simples, verificado-se basicamente se no pedido consta toda a documentação necessária e exigida. Este processo é considerado concluído com a expedição da Certidão de Registro.

Em se tratando de registro *software*, diz a nossa legislação que este deverá ser feito no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), em sua sede, no Rio de Janeiro, ou em uma de suas delegacias ou representações espalhadas pelos demais estados da federação.

A sua abrangência é internacional, de forma que os programas estrangeiros não precisam ser registrados no Brasil, assim como os nossos não precisam ser registrados lá fora, desde que o país em questão também faça parte do acordo TRIPs.

Feito o registro, o titular poderá optar pela divulgação ou pelo sigilo de seu conteúdo. Em sendo sigiloso, os chamados Documentos de Programa serão colocados num envelope especial, ficando guardado em Arquivo de Segurança do INPI. Não se requerendo sigilo, estes Documentos serão apensados no corpo

do processo administrativo, ficando, desta forma, passível de conhecimento de qualquer interessado.

Dentre as informações constantes do requerimento de registro de um *software* (dados do requerente, comprovante de pagamento etc..) citam-se: 1. Documento comprobatório de vínculo empregatício ou de prestação de serviço, onde a titularidade será do empregador ou contratante; ou 2. Documento de Cessão, no caso de programa feito por encomenda; ou 3. Autorização do(s) autor(es) do programa original, para os casos de obra derivada ou modificada.

Além destes e de outros itens obrigatórios para tramitação burocrática, o mais importante é a chamada Documentação Técnica, constituída de memoriais que servirão de base para comprovar a originalidade de um programa. O seu teor é de inteira responsabilidade do depositante, que poderá incluir todo ou apenas parte do Código Fonte, contando que seja capaz de caracterizar a criação e identificar, sem problemas, o *software*.

Protocolizado o pedido, este será examinado e deferido, ou não, em no máximo 180 (cento e oitenta) dias.

Não há no registro de *software* o chamado Exame de Mérito (presente nas patentes). Ou seja, não se verifica se o programa objeto do registro tem similaridade com outro anterior, ficando o depositante responsável pela veracidade e pela licitude das informações por ele fornecidas.

Dados Históricos⁵

Antigamente os autores intelectuais só podiam se contentar com a glória advinda de seu talento, que nem sempre era reconhecida. Na Roma antiga, berço da ciência jurídica, não se concebia sequer a paternidade da obra intelectual. O trabalho artístico era, para o próprio Direito, equivalente a qualquer trabalho manual. De qualquer forma, o Direito Autoral, em sua concepção

de Direito Subjetivo, sempre existiu.

Todavia, o seu reconhecimento no aspecto patrimonial ou de propriedade, surgiu apenas com a criação da imprensa e da gravura, no século XV. A partir daí, as obras nos campos das artes, literatura e ciências passaram a ser exploradas comercial e industrialmente.

Os primeiros Direitos Autorais Objetivos formalizaram-se com alguns privilégios, concedidos geralmente por reis e requeridos pelos autores, que juntavam ao pedido um exemplar da obra que seria apreciada por conselheiros reais.

Se a obra fosse “aprovada”, era fixado um preço para venda e dado ao autor um direito de exploração comercial da mesma, por um prazo determinado.

A primeira vez que se tem notícia da utilização do termo *copyright* data de 1701, na *Stationers Company* da Inglaterra, país que, em 1710, editou o que para muitos estudiosos seria o primeiro texto legal sobre o Direito Autoral, o chamado “Estatuto da Rainha Ana”.

Consta que os primeiros autores a receberem os referidos privilégios foram o escritor Reginald Wolf, para o conjunto de sua obra, e o professor Jean Palsgrave, por uma gramática da língua francesa.

Este sistema de privilégios não reconhecia direitos mas sim, e quando muito, concedia licenças, abrangendo basicamente as obras passíveis de reprodução. Com a Revolução Francesa, em 1789, houve uma verdadeira “reconstrução do mundo” com alicerce no primado das garantias e dos direitos dos cidadãos. Pela primeira vez na história, o autor intelectual teve seu verdadeiro Direito Autoral reconhecido e garantido.

Em 13 de janeiro de 1791 foi criada a Carta dos Direitos de Representação e em 18 de julho de 1793 a regulamentação dos Direitos de Reprodução, cuja epígrafe a definia como: “Lei relativa aos Direitos de Propriedade dos escritos de todo o gênero, compositores de música, pintores e desenhistas.”

Com a Convenção de Berna, em 1886, ata resultante de uma conferência diplomática sobre Direitos Autorais, ainda em vigência e cuja última revisão se deu em 1971, com ementas em 1979, o Direito Autoral adquire sua forma definida e inicia seu desenvolvimento nas legislações de vários países.

No Brasil, a primeira proteção autoral objetiva data do início do século XIX, quando, em 11 de agosto de 1827, por força de Lei Imperial, foram criadas as duas primeiras Faculdades de Direito brasileiras, uma em São Paulo e outra em Olinda. Nesta lei foi estabelecido o privilégio exclusivo, por dez anos, dos livros preparados pelos professores dos referidos cursos.

Após três anos, em 16 de dezembro de 1830, foi promulgado o então Código Criminal que, no seu artigo 261, estabeleceu o direito exclusivo do cidadão brasileiro de imprimir, gravar, litografar ou introduzir qualquer escrito ou estampa, por ele próprio feito, composto ou traduzido, enquanto viver e, se deixar herdeiros, por dez anos após sua morte. Em 1898, com a Lei n.º 496, de 1º de agosto, o Direito Autoral passa a ser um privilégio garantido por cinquenta anos, contados a partir do primeiro dia de janeiro do ano da publicação.

Mais tarde, com a promulgação do Código Civil Brasileiro, em 1916, a matéria passa a ser tratada em três itens, quais sejam, as propriedades: I. Literária; II. Científica; III. Artística. Consolidase aí, a proteção legal dos Direitos Autorais em nosso país.

As normas contidas no Código Civil vigoraram até 1973, com a promulgação da Lei n.º 5.988, revogada recentemente pela Lei n.º 9.610, de 19 de fevereiro de 1998.

DIREITO INDUSTRIAL

Mais conhecido como Propriedade Industrial, esta segunda categoria pode ser entendida como um conjunto de princípios reguladores das proteções às criações intelectuais no campo técnico, garantindo a exploração exclusiva por parte de seus criadores, com o objetivo principal de proteger e incentivar a difusão tecnológica.

“O sistema de patentes [e a Propriedade Industrial, como um todo], ao possibilitar a divulgação de novas invenções em publicações oficiais, com a utilização de lapsos temporais reduzidos em comparação com as demais formas de proteção, permite acompanhamento atualizado do desenvolvimento industrial e científico.” (FURTADO, 1996, p.41).

A Propriedade Industrial abrange a concessão de patentes (invenções e modelos de utilidade) e registros (desenhos industriais e marcas).

“Ao inventor que oferece à sociedade um produto ou um processo novo, é reconhecido, mediante sua demanda, um direito privativo em troca da revelação dos meios de sua invenção.” (SCHOLZE, 1996, p.16).

Assim, a Patente é um documento oficial expedido pelo Estado e que dá a propriedade exclusiva e temporária a uma pessoa física

ou jurídica sobre o que tenha sido inventado ou aperfeiçoado. O registro é uma modalidade simplificada, se comparado à patente, possuindo, contudo, os mesmos aspectos de temporalidade e exclusividade conferidos ao seu titular.

Ao contrário do Direito Autoral que tem sua proteção surgida na própria criação da obra, independentemente de formalização, a Propriedade Industrial tem na patente e no registro a condição essencial para sua existência e validade, ou seja, uma criação só passa a ser protegida pelo Direito Industrial se for patenteada ou registrada.

Invenção é o nome dado a criação de algo novo, susceptível de aplicação industrial, como produto ou como processo de fabricação.

“[...] embora possa aludir a um produto, aparelho ou processo, entre outros, [a invenção] não é a representação material desses objetos. Trata-se de um conjunto de regras de procedimento, estabelecidas por uma pessoa especial – o inventor –, as quais, utilizando-se dos meios ou elementos fornecidos pela ciência, possibilitam a obtenção de um bem material (por exemplo: um produto, aparelho ou processo) que venha a proporcionar um avanço em relação ao estado da técnica.” (DI BLASI *et al*, 1998, p.19).

Possui como requisitos essenciais: a novidade, a industriabilidade e a atividade inventiva, a saber:

1. Novidade é a condição de novo, ou seja, o que jamais foi feito, em qualquer lugar e em qualquer época;
2. Industriabilidade é a possibilidade de produção (ou reprodução) industrial, com finalidade de consumo;
3. Atividade inventiva é a criatividade, ou seja, a não ocorrência de maneira evidente ou óbvia ao atual estado da técnica (que é tudo aquilo que já foi acessível ao público, em qualquer ramo de atividade e em qualquer parte do mundo).

Se uma criação possuir esses três requisitos e se utilizar, principalmente, técnicas radicalmente diferentes, “quebrando” métodos e conceitos tradicionais, com certeza será passível de proteção patentária, sendo enquadrada como uma invenção.

“Porém, existem melhorias, aperfeiçoamentos etc. que conquanto não signifiquem grande avanço ou às vezes nem alterem evidentemente as características intrínsecas de uma invenção, a tornam mais facilmente aproveitável, ou permitem que seu processo de obtenção seja melhorado. Isto acontece quando se dispõe os elementos que compõem uma dada invenção de forma diferente, objetivando melhorar seu manuseio, por exemplo.” (PITTA, 1998, p.12).

Assim, o modelo de utilidade é 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. A novidade, no modelo de utilidade, seria basicamente formal, de disposição ou de fabricação. Contudo, esta modificação, além de conceitual, deve gerar um avanço de caráter funcional, uma vez que as modificações meramente estéticas já têm guarida com o registro de desenho industrial.

O desenho industrial é definido legalmente como a forma (estética) de um objeto, ou o conjunto ornamental de “linhas” e “cores”, que possa servir de aplicação num produto e que proporcione um resultado visualmente perceptível novo e original na sua configuração externa, e que possa servir também de tipo de fabricação.

“[...] portanto pode ser considerado como uma atividade de

projeto, voltada para a determinação das características funcionais, estruturais e estético-formais tanto de produtos como de sistemas de produtos para que sejam produzidos em série.” (CUNHA, 2000, p.15).

Sua formalização é dada através de registro e sua finalidade é a proteção de caráter mais estético que funcional. Esta é a principal diferença entre o modelo de utilidade e o desenho industrial. No primeiro, a intervenção é dada na função, visando uma melhoria no uso ou no processo de fabricação. Já no desenho industrial, a proteção é direcionada apenas na composição estético-formal de um produto.

Praticamente toda intervenção estética em produtos, através de texturas, grafismos etc. com vistas à produção industrial, é registrável e passível de proteção pela Propriedade Industrial através do registro de desenho industrial, com exceção de algumas poucas limitações impostas por lei, entre as quais a forma necessária comum ou vulgar do objeto ou, ainda, aquela determinada essencialmente por considerações técnicas ou funcionais.

Assim, o item principal a ser verificado em um produto passível de registro de desenho industrial é o seu caráter estético, ou seja, por menor que seja a intervenção formal, ela deverá sobressair-se da configuração eminentemente técnica ou funcional. É por isso que peças ou componentes mecânicos, isoladamente, dificilmente são aptos de proteção com registro de desenho industrial.

As marcas são os sinais distintivos, visualmente perceptíveis, capazes de diferenciar um produto ou serviço de outro concorrente. Sua proteção também é dada através de registro.

“O controle governamental sobre as marcas é importante porque é comum a utilização destas licenças para burlar as regras impostas aos contratos de patentes e de *know how*. As marcas podem gerar, ainda, repercussões social e cultural negativas, caracterizando um domínio do mercado nacional

por empresas estrangeiras. Como exemplo da preocupação com estas repercussões cita-se o caso do Japão que, na sua política de desenvolvimento industrial baseada na importação de tecnologia, permitiu a entrada sob forma de patentes de *know how* mas impediu o comércio das marcas com suas empresas.” (Fábio Grynszpan *in* MARCOVITCH 1983, p.481).

O requisito básico para uma marca ser passível de registro é a novidade, no sentido de originalidade ou não “confusão” ou semelhança com marcas anteriores.

Existem duas classificações empregadas às marcas, uma quanto à natureza e outra quanto à apresentação.

Quanto à natureza, a marca pode ser:

1. Marca de Produto ou Serviço – é aquela usada para distinguir produtos ou serviços semelhantes ou afins. É o tipo mais comum;
2. Marca de Certificação – são os “selos” que servem para especificar itens como qualidade e material utilizado;
3. Marca Coletiva – é aquela usada para identificar produtos ou serviços realizados por membros de uma mesma entidade.

Quanto à apresentação, a marca pode ser:

1. Nominativa ou verbal – é a marca constituída apenas por palavras, qualquer que seja a quantidade, compreendendo tanto um neologismo como uma combinação de letras e números;
2. Figurativa ou emblemática – é constituída de uma figura, símbolo ou sinal gráfico, incluindo qualquer novo aspecto ou forma dado à letra ou algarismo isoladamente, mesmo que não seja do alfabeto arábico;
3. Mista ou composta – é a marca constituída tanto por elementos nominativos como figurativos;

4. Tridimensional – é aquela constituída pela configuração volumétrica do produto ou de sua embalagem, cuja forma já é capaz, por si só, de distingui-la de outro produto concorrente. Uma marca tridimensional não pode decorrer de suas características técnicas.

Além destas modalidades, existem as chamadas marcas de Alto Renome e as Notoriamente Conhecidas, que agregam para si uma popularidade ou notoriedade tão grande que possuem alguns privilégios que as marcas comuns não têm.

“Um exemplo para esse caso é a marca Coca-Cola. As curvas de seu desenho combinadas com as cores vermelho e branco, se aplicadas em qualquer outro produto, transmitem ao consumidor um imediato reconhecimento da tradição dessa marca [...]. Assim, qualquer pessoa se vê impedida de usar marca idêntica ou semelhante, mesmo que em qualquer outro ramo de atividade.” (BARBOSA, 1996, p. 42).

Toda marca, ao ser registrada, deve ser enquadrada em uma categoria, as chamadas classes e subclasses. Assim, excetuando as marcas de Alto Renome e as Notoriamente Conhecidas, pode haver marcas com a mesma parte nominativa para dois ou mais produtos distintos, desde que não pertençam à mesma classe e não gerem confusão ao consumidor.

Quanto à duração, o Direito de Propriedade Industrial tem sua temporalidade bem mais limitada se comparada com aquela do Direito Autoral. Para as invenções (PI) essa duração é de vinte anos contados a partir do seu pedido, ou depósito. Para os modelos de utilidades (MU), este prazo é um pouco menor, sendo de quinze anos contados da data do depósito. Já o desenho industrial tem duração de dez anos contados do pedido, prorrogáveis por três períodos iguais e sucessivos de cinco anos. Por fim, a proteção dada às marcas possui um caráter diferenciado das demais, revelando uma modalidade atípica no Direito Industrial, uma vez

que o seu prazo de duração é indeterminado; assim, sua proteção tem duração mínima de dez anos, podendo ser prorrogado sucessiva e indefinidamente por períodos iguais.

Processo de Registro/Patenteamento

A proteção conferida pela propriedade industrial nasce com a concessão da patente ou do registro, que aparecem assim como obrigatórios para garantia desse direito.

O processo burocrático do pedido de patente ou registro é bem mais detalhado que o do registro de Direito Autoral, pois envolve uma maior quantidade de requisitos obrigatórios, sem os quais a proteção não se efetiva.

No Brasil o único órgão responsável pela recepção, pelo encaminhamento e pela concessão de privilégios de Direito Industrial é o INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) com sede na cidade do Rio de Janeiro e delegacias e/ou representações espalhadas pelos demais estados do país.

Num processo de pedido de patente, quer de invenção (PI), quer de modelo de utilidade (MU), os requisitos essenciais são: requerimento, relatório descritivo, reivindicações, desenhos (se necessário) e resumo.

1. O requerimento consta de um formulário modelo, padronizado pelo próprio INPI, com campos destinados a todas as informações necessárias ao encaminhamento do processo, tais como a identificação completa do requerente, a modalidade do pedido e o título da patente;
2. O relatório descritivo⁶ é a parte onde se descreve, da maneira mais clara e completa possível, o objeto do pedido. Este relatório é constituído de introdução, descrição do estado da técnica, desenvolvimento e conclusão;
3. As reivindicações constam da relação de todos os direitos ou privilégios pretendidos pelo depositante, devendo

evidenciar apenas as particularidades da invenção ou inovação, com referência aos aspectos técnicos a esta relacionados:

4. Os desenhos, quando usados, servem para melhor ilustrar o objeto do pedido, devendo obedecer alguns critérios como serem isentos de textos, rubricas ou timbres, além de serem executados com traços firmes, uniformes, sem cores e em escala que possibilite a redução com definição de detalhes;
5. O resumo, como o próprio nome diz, é um texto suficientemente sucinto que permita uma breve avaliação da matéria coberta pelo pedido. É a parte final do documento de depósito de patente, servindo de referência para pesquisas no estado da técnica.

Ao dá-se entrada no pedido, diz-se que foi feito o “depósito da patente”, que ficará em sigilo por dezoito meses, sendo então publicado na Revista da Propriedade Industrial⁷ (RPI). Esta publicação poderá ser antecipada por meio de requerimento, depois de seis meses da data do depósito.

A partir do depósito, o titular terá trinta e seis meses para solicitar o exame técnico, também chamado exame de mérito, que avaliará a viabilidade do pedido, ou seja, verificará se o objeto do privilégio descrito nas reivindicações contém os requisitos essenciais de novidade, industriabilidade e atividade inventiva.

Concluído este exame, o pedido será ou não deferido. Em caso afirmativo, o depositante receberá a Carta Patente, que é o documento de propriedade industrial do bem protegido, como uma espécie de “escritura” do Direito Industrial.

O processo de registro de desenho industrial, por sua vez, é bem mais simples e rápido que o de patente, já que esta modalidade não exige o exame de mérito. Neste, há sempre a presunção de autoria lícita em favor do requerente.

Para o referido registro são essenciais os seguintes itens: requerimento, relatório descritivo (se necessário), reivindicações

(se necessário), campo de atuação e desenhos e/ou fotografias.

1. O requerimento, da mesma forma que no pedido de patente, consta de um formulário modelo, padronizado pelo INPI, com os campos para todas as informações necessárias ao encaminhamento do processo;
2. O relatório descritivo obedece a especificações semelhantes àquelas vistas na modalidade anterior, contudo aqui ele é opcional;
3. As reivindicações também obedecem os mesmos critérios já vistos, sendo que, assim como o relatório descritivo, apresentam um caráter facultativo;
4. O campo de atuação é um item obrigatório e descreve a(s) área(s) ou finalidade(s) do objeto do pedido, ou em quais produtos será afixada a forma plástica em questão;
5. Os desenhos e/ou fotografias são o requisito mais importante do processo, já que, em determinados casos, dependendo da clareza com que estes são apresentados, itens como o relatório descritivo ou as reivindicações tornam-se dispensáveis.

Uma vez depositado o pedido de registro junto ao INPI, ele será publicado na Revista da Propriedade Industrial e, automaticamente, será expedido o respectivo Certificado de Registro.

O registro de marca, por fim, possui como requisitos: requerimento, quinze etiquetas com a marca impressa (no caso de marca figurativa ou mista) e uma série de documentos que permitirão averiguar a relação entre a atividade profissional e/ou comercial e/ou industrial do requerente e a classe da marca reivindicada.

1. Como nas outras modalidades, o requerimento é um formulário modelo, padronizado pelo INPI, onde constarão todas as informações necessárias ao encaminhamento do processo;
2. As etiquetas, em número de quinze, deverão ter 6X6 cm de formato externo com a maior dimensão da marca

impresa não superior a 5 cm, devendo ser apresentadas em fundo branco, com a figura e a parte nominativa da marca em preto, sendo que na hipótese de reivindicação de cores estas serão indicadas com um traço fino que sai do campo ocupado por elas e termina no nome da cor datilografado, impresso ou em letra de forma;

3. Os documentos em apenso serão, por exemplo: as cópias do contrato social da empresa e do CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), no caso de marca de produto ou serviço; o Regulamento de Utilização, no caso de marca coletiva; a descrição das características essenciais que configuram a marca, para o caso desta ser tridimensional; e assim por diante.

Feito, então, o depósito do pedido de registro, este será publicado na Revista da Propriedade Industrial e, se no prazo de sessenta dias não houver nenhuma contestação legítima por parte de terceiros, será expedido o Certificado de Registro.

Dados Históricos⁸

Assim como a criação da imprensa foi decisiva para dá-se início ao sistema de privilégios nas áreas literárias, científica e artísticas, a Revolução Industrial, que transformou os modos produção então artesanais, pode ser considerada como o estopim do Direito de Propriedade Industrial moderno.

Todavia, consta que o primeiro privilégio dado a uma criação no campo da indústria aconteceu bem antes, no ano 1236, em Bordeux, França, para uma fábrica que tecia e tingia tecidos de lã. Já a primeira lei foi criada em 1474, em Veneza, um dos mais importantes portos comerciais europeus da época.

Entretanto, privilégios como o citado e outros ocorridos principalmente na Europa, não passavam de meras “vantagens”, conseguidas muitas vezes através de conluios políticos, carecendo,

obviamente, de uma padronização consistente e sólida e, especialmente, de nível mundial.

Visando minimizar esta carência normativa, foram criadas, com o passar dos anos, várias legislações voltadas ao Direito Industrial, dentre elas a *Patent Act* americana de 1790, e a lei francesa de 1791.

De qualquer forma, conforme já dito, foi só após a Revolução Industrial, berço de grandes invenções, que a sistematização desse Direito tornou-se vital. Assim, em 1883, uma conferência diplomática se reuniu na França com o intento de discutir uma harmonização internacional da Propriedade Industrial.

Desta conferência, promulgou-se a Convenção de Paris, e com ela o avanço da Propriedade Industrial no mundo.

No Brasil, desde 1700 existem alguns tipos de privilégios dados a pequenos industriais, contudo o mais antigo “titular de Propriedade Industrial” foi Antônio Francisco Marques que, em 1752, obteve um privilégio para instalar uma fábrica de descascar arroz, garantindo um monopólio sobre esta atividade por dez anos.

Mais tarde, em 1809, um alvará expedido pelo Príncipe Regente concedeu aos inventores de alguma nova máquina um privilégio temporário. Para consegui-lo, o inventor deveria apresentar um plano de seu invento à Real Câmara do Comércio, que avaliaria o caso. Comprovada a utilidade e a novidade da invenção apresentada, era concedido um privilégio de quatorze anos.

Na mesma época, criou-se, por iniciativa do então ministro das relações exteriores, Conde de Barca, a Sociedade de Encorajamento à Indústria, que tinha por objetivo incentivar e fomentar as novas invenções, com a entrega de recompensas e prêmios.

A primeira lei brasileira específica só foi estabelecida alguns anos mais tarde, em 1830, tratando dos privilégios de invenção e de seus melhoramentos, e assegurando ao descobridor ou inventor exclusividade no uso de sua descoberta ou invenção. Também era

dado a qualquer industrial ou comerciante o direito de marcar os produtos de sua manufatura e de seu comércio com qualquer denominação, emblema, estampa, selo, sinete, carimbo, relevo ou invólucro.

Em 1882, foi promulgada a segunda lei específica sobre Propriedade Industrial de nosso país. Nesta, incluiu-se a categoria dos melhoramentos da invenção já privilegiada. Cinco anos mais tarde, estabeleceram-se as regras básicas para o registro das marcas de fábrica e de comércio. Os desenhos e os modelos industriais, por sua vez, só passaram a ser protegidos em 1934, com o Decreto 16.264.

Em 1970 foi criado o Instituto Nacional da Propriedade Industrial, autarquia federal que substituiu o antigo Departamento Nacional da Propriedade Industrial, com o objetivo de dinamizar o Direito Industrial no Brasil.

No ano seguinte surge o Código de Propriedade Industrial com a Lei n.º 5.772/71, recentemente revogado e substituído pela Lei n.º 9.279 de 14 de maio de 1996.

NOTAS

¹ “O Direito se exterioriza sob a forma de Direito Objetivo e Subjetivo. O Direito Objetivo traça as normas de conduta que todos devem observar, a fim de que haja ordem e segurança nas relações sociais [...] Esse poder conferido pelo Direito para a realização de interesses humanos, é o que constitui o Direito Subjetivo. Tem um Direito Subjetivo todo aquele que pode utilizar a garantia do Direito Objetivo para a realização de um interesse próprio. [...] Podemos, pois, definir o Direito Subjetivo como a faculdade de agir, de adotar um determinado comportamento, em vista de um interesse garantido pelo Direito Objetivo.” (NÓBREGA, 1972, p. 148-149).

² “Não significa, porém, prerrogativa de abusar da coisa, destruindo-a gratuitamente, pois a própria Constituição Federal prescreve que o uso da propriedade deve ser condicionado ao bem-estar social.” (GONÇALVES, 2002, p. 84).

³ O *software*, por características próprias e, inclusive, por definição legal, possui natureza jurídica de Direito Autoral, no qual seu criador aparece como titular moral e, em regra, patrimonial.

Diz o artigo 7º, inciso XII, da Lei n.º 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais): “São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como: os programas de computador.”

Por consequência, não há como se falar em compra e venda de um *software*, mas tão só uma licença de uso do mesmo. Weikersheimer (2000, p.11) completa: “*software* não é mercadoria, a sua forma extrínseca não modifica a sua natureza jurídica, que é de Direito Autoral.”

Um *software*, por este ser uma Propriedade Intelectual, agrega os três elementos essenciais da propriedade já vistos – usar, gozar e dispor. Assim, só se poderia

imaginar uma “venda” de um *software*, quando transferida a sua propriedade, incluindo, na absoluta totalidade, os três elementos acima.

⁴ “[...] em verdade não há dois direitos distintos, compondo um todo, mas apenas um, pois um é impossível dissociar do outro.” (PELLEGRINI, 1998, p.5).

“Ora, o **direito moral é fator determinante da proteção do aspecto patrimonial** [grifo nosso], substrato mesmo do Direito de Autor, apresentado e conceituado – como se verificou – como direito da própria personalidade e no que mais nobre ela se encerra.” (BITTAR, 1999, p.41).

⁵ Extraído de Lima (2001, p.25-27).

⁶ Através tão só do relatório descritivo, um técnico no assunto deverá ter condição de reproduzir o objeto requerido em laboratório, sendo esta condição, inclusive, uma exigência legal.

⁷ A Revista da Propriedade Industrial está para o INPI da mesma forma que o Diário Oficial está para os poderes da União, ou seja, é o documento oficial de divulgação ou publicação dos processos, ações, atos, despachos e decisões relacionados àquela instituição. Através da RPI são divulgados todos os depósitos ou pedidos relativos à Propriedade Industrial em nosso país, quer ainda em andamento, quer já deferidos ou não; ela serve também como principal instrumento de busca preliminar de anterioridades.

⁸ Extraído de Lima (2001, p.41-43).

CAPÍTULO II

CONHECIMENTO, TECNOLOGIA, VANTAGEM COMPETITIVA

“O desenvolvimento de novas tecnologias tem sido, no decorrer da evolução das sociedades, um agente relevante que conduz à expansão das oportunidades de combinações de recursos materiais e humanos disponíveis.” (KON, 1999, p.121).

Para Spacy (1972, p.32), esse desenvolvimento (e/ou progresso) tecnológico “é a fonte essencial da continuação do crescimento das economias que conhecem, ao mesmo tempo, o pleno emprego da mão-de-obra, a utilização máxima de capital e uma estrutura e uma organização ótimas da produção.”

Circundando esse pressuposto de desenvolvimento tecnológico como elemento de geração e sustentação de crescimento econômico e social, e entendendo o Capital Intelectual – abarcado pela Propriedade Intelectual – como item agregado a esse corpo, expõe-se, neste Capítulo, marcos teóricos relacionados aos conceitos de Conhecimento, Gestão do Conhecimento, Tecnologia, Pesquisa e Desenvolvimento e suas estratégias de inovação e competitiva.

CONHECIMENTO E GESTÃO DO CONHECIMENTO

“La nueva ventaja competitiva de una región es el conocimiento disponible en la misma.” (MERINO, s.d., p.4). O conhecimento é um diferencial estratégico da produção (ou atividade fim) e um dos ativos mais importantes de uma empresa, pois fornece novos métodos para acelerar o desenvolvimento industrial (métodos esses totalmente dependentes do Capital Intelectual – e passíveis de proteção pela Propriedade Intelectual).

“Capital Intelectual es la suma y la sinergia de todos los conocimientos que reúne una compañía, toda la experiencia acumulada en sus integrantes, todo lo que ha conseguido en términos de relaciones, procesos, descubrimientos, innovaciones, presencia en el mercado e influencia en la comunidad.” (ROJANO, s.d., p.3).

“[...] é soma do conhecimento de todos em uma organização, o que lhe proporciona vantagens competitivas; é a capacidade mental coletiva, a capacidade de criar continuamente e proporcionar valor de qualidade superior.” (SANTOS *et al.*, 2001, p.35).

O conhecimento é um aspecto do Capital Intelectual, mas não é sinônimo de inteligência. Conhecimento é uma síntese da informação, enquanto inteligência é o conjunto de habilidades necessárias para aprender, transferir conhecimento, racionar,

ponderar, arbitrar o que é possível, encontrar novas interpretações, gerar alternativas e tomar decisões corretas.

“Al expandir la inteligencia se genera Capital Intelectual creando nuevo conocimiento, o sea la ‘materia prima’ que permite a las personas innovar creando nuevos productos, servicios, procesos y métodos gerenciales.” (ROJANO, s.d., p.4).

Sveiby (1998) buscou classificar os recursos de conhecimentos existentes em uma organização em três categorias, denominando-as *Intangible Assets*, ou Recursos Intangíveis, a saber:

1. Recursos da estrutura externa — refere-se ao conhecimento que pode ser adquirido fora da organização, geralmente obtido no relacionamento com clientes, fornecedores, bancos e outras instituições externas, assim como pela própria imagem da organização perante a sociedade;
2. Recursos da estrutura interna — inclui patentes, marcas, conceitos, modelos, padrões e procedimentos, processos, programa de computadores e sistemas de gerenciamento que são parte da empresa (alguns desses elementos passíveis de proteção pela Propriedade Intelectual);
3. Competência das pessoas — está totalmente voltado para a capacidade de ação e decisão que os profissionais têm, bem como as habilidades que precisam ter, numa relação direta com o próprio perfil individual, com o grau de educação alcançado e com a experiência profissional acumulada.

Para competir no mercado na Era do Conhecimento, as empresas precisam desenvolver a capacidade de aprender, no sentido de captar, armazenar, transferir e, notadamente, fazer a Gestão do Conhecimento, ou seja, um processo permanente, articulado e intencional, galgado pela geração, codificação e compartilhamento do conhecimento na organização, com vistas a

torná-la mais inteligente e competitiva.

É necessário que a empresa se preocupe com o conhecimento que ela possui, com o que ela precisa adquirir e, não menos importante, com o conhecimento que a concorrência domina.

Fazer a Gestão do Conhecimento envolve mais do que apenas coletar dados e colecionar informações. É preciso saber identificar os conhecimentos estratégicos (fundamental para realização de Planejamentos Estratégicos), saber identificar as fontes de informações apropriadas (internas e externas) e saber administrar esses dados e essas informações¹.

Existem dois tipos de conhecimento, o tácito e o explícito:

- O conhecimento tácito é o conhecimento experimental, subjetivo e mais difícil de transmitir, pois não pode ser verbalizado ou escrito em palavras, estando associado ao conhecimento do *expert* na solução de problemas, ou na agilidade na tomada de decisões;
- O conhecimento explícito é o conhecimento que facilmente se codifica e se transmite, englobando todos os tipos de conhecimentos existentes e documentados, tais como processos, produtos, patentes, conhecimento sobre clientes, mercados, concorrentes etc..

TECNOLOGIA, PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

“Uma das características marcantes do mundo atual é a velocidade das mudanças tecnológicas. Nas últimas décadas tem se notado, com bastante frequência, os impactos causados pelo avanço dessa tecnologia, nos diversos setores da economia [...]. Para que as empresas encontrem um caminho mais adequado para uma maior competitividade, torna-se necessário a obtenção do devido conhecimento a respeito dos conceitos e modelos de processos da gestão e captação da inovação tecnológica, assim como as suas múltiplas formas de aplicação.

Além do mais, para competir com maior eficiência, as empresas precisam adotar iniciativas que visem não só as estratégias de custo, qualidade e produtividade através da implantação dos processos de inovação tecnológica condizentes com as características de seu ambiente, mas, também, os seus problemas e as suas necessidades específicas.” (SILVANEITO & LIMA, 2003, p.2-3).

Freeman & Soete (1999) definem “tecnologia” como um corpo de conhecimento sobre técnicas. Expressões como “inovação técnica ou tecnológica”, ou simplesmente “inovação²”, são usadas para descrever a introdução e expansão do novo. Uma inovação associada a um processo de invenção dá origem às chamadas **inovações radicais** e o processo de imitação, com introdução de melhorias, é chamado de **inovação incremental**³.

“[...] o conceito de tecnologia está diretamente ligado ao de conhecimento, que definimos, de forma bastante simples, como sendo o conjunto de informações que, absorvidas ou assimiladas, é capaz de modificar a estrutura cognitiva do indivíduo, do grupo ou da sociedade.” (BARRETO, 1992, p.12).

Assim, a tecnologia não é a “máquina” ou o “processo”, mas sim os conhecimentos que os geram, e que permitem as suas absorções, adaptações, transferências e difusões. Para Chinen (1997, p.5), ela “é mercadoria diferente das demais em sua forma, por ser impalpável e não visível; é algo que só existe no domínio das idéias e sem base material; a sua propriedade é um direito legítimo de quem a descobriu.”

A tecnologia pode, também, ser considerada como o principal fruto de uma atividade de P&D, que, por sua vez, pode ser definida como um “conjunto de atividades de natureza criativa, realizadas normalmente de forma sistemática com o fim de aumentar o acervo de conhecimentos técnico-científicos e usá-lo no projeto de realização de aplicações práticas.” (Descartes de Sousa Teixeira *in* MARCOVITCH, 1983, p.48).

“Ainda que não haja nenhuma demarcação precisa entre as definições de **pesquisa e desenvolvimento**, uma distinção ampla pode ser feita. Se o propósito da pesquisa é desenvolver novos conhecimentos, o propósito do desenvolvimento é aplicar conhecimento científico [...]. No geral, o desenvolvimento procura levar os conceitos de produto ou de processos através de uma série de etapas definidas, a fim de prová-los, refiná-los e aprontá-los para a aplicação comercial.” (ROUSSEAL *et al.*, 1992, p.14).

Para Sandra Hollanda (*in* VIOTTI & MACEDO, 2003, p.97), “a definição de P&D como ‘núcleo criativo’ das atividades

científicas e tecnológicas está longe de esgotar a delimitação dos seus contornos e limites.”

A sua atividade comporta três subsistemas de atividades:

- Pesquisa Básica — É também chamada de “pura” ou “fundamental”; trata-se de uma investigação original, que objetiva a expansão do conhecimento, sem sua aplicação, e cujos resultados são, em regra geral, divulgados em publicações e/ou congressos científicos especializados;
- Pesquisa Aplicada — Difere do anterior no que concerne a procedimentos e metodologias. Visa não só a geração de novos conhecimentos mas a sua aplicação prática;
- Desenvolvimento Experimental — Objetiva a construção de protótipos e/ou a montagem de projetos-piloto de produção; é um trabalho criativo, realizado de modo sistemático, baseado em conhecimentos, práticas e técnicas provenientes de pesquisas anteriores e dirigidas à obtenção de algum produto e/ou processo de produção novos.

ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO¹

Este item é tratante de algumas possíveis estratégias da empresa em relação à Pesquisa e Desenvolvimento e outras atividades inovadoras e, ainda que arbitrariamente, expõe uma classificação que se mostra útil para propósitos de conceituação, tendo como marco teórico a tipologia proposta por Freeman (1974, *apud* SILVA, 2002, p.75-77).

As pessoas e as estratégias das empresas sempre estão mudando, de forma que generalizações que eram verdade numa década anterior, necessariamente não o serão na próxima². A tradicional teoria econômica ignora em grande parte a complicação da ciência e da tecnologia no mundo, olhando para o mercado como um ambiente tecnológico variável, num aspecto extremamente importante para as empresas na maioria das indústrias, da maioria dos países. Dentro destes limites, a empresa tem um alcance de opções e alternativas de estratégias.

Consideram-se seis estratégias alternativas, a saber:

- Estratégia Ofensiva;
- Estratégia Defensiva;
- Estratégia Imitativa;
- Estratégia Dependente;
- Estratégia Tradicional;
- Estratégia Oportunista.

Embora algumas empresas reconheçam que seguem uma ou outra destas estratégias, elas podem mudar de uma para outra e

podem seguir estratégias diferentes em setores diferentes de negócios.

Uma estratégia ofensiva é designada para alcançar tecnologia e licença de mercado, estando à frente de seus concorrentes na introdução de um novo produto. Como muito da ciência e tecnologia mundial é acessível a outras empresas, tal estratégia deve estar baseada em uma relação especial como parte do sistema de ciência e tecnologia mundial, ou numa P&D independentemente forte, ou em uma exploração muito mais rápida de possibilidades novas, assim como uma combinação destas vantagens.

Procurando a empresa uma estratégia ofensiva, esta será, via de regra, bastante intensiva em pesquisa, já que dependerá, normalmente, de uma extensão considerável em P&D interna. No caso extremo, pode-se fazer nada mais que P&D durante alguns anos. Geralmente, coloca-se importância considerável em Propriedade Intelectual, desde que seja apontado para ser o primeiro ou quase o primeiro do mundo, e esperando lucros significativos do monopólio, principalmente para cobrir os altos custos que incorrem em P&Ds fracassados, que são inevitáveis.

Certamente algumas das inovações ofensivas mais prósperas estavam, em parte, baseadas na pesquisa fundamental interna, ou pelo menos as empresas que a estavam fazendo, descreveram isto como tal, e poderia ser definido legitimamente como pesquisa sem ter em vista um fim prático específico.

Ultimamente, todas as empresas podem ser capazes de usar novos conhecimentos científicos, aquela com uma estratégia ofensiva dirige-se brevemente a este ponto, embora isto a conduza à pesquisa fundamental, mesmo ela sendo necessária para ser capaz de se comunicar com aqueles que a fazem, seja para o desempenho da pesquisa aplicada através de consultas ou através de recrutamento de jovens pós-graduados, ou por outros meios. Isto tem importância para políticas de treinamento, bem como para comunicações com a ciência externa e a comunidade tecnológica.

A empresa planejando ser a pioneira do mundo na introdução de um novo produto ou processo, tem uma forte capacidade de resolver problemas em planejamento, construção e testes de protótipos e plantas piloto. Estas pesadas despesas são comuns nestas áreas, e elas provavelmente procuram proteção de Propriedade Intelectual, não só para as invenções, mas também para variedades secundárias e de imitações de invenções (com o chamado de Modelo de Utilidade).

O inovador ofensivo necessita de bons cientistas, tecnólogos, técnicos para todas essas funções, bem como para a produção e *marketing* de novos produtos. Esses meios são prováveis para a empresa ser altamente intensiva em educação e ter meios de treinar cientificamente o pessoal em relação ao total de empregados. A geração e processamento da informação ocupam uma grande quantidade da força de trabalho, ao passo que, para a empresa tradicional, essas representam um custo pesado de recursos.

A estratégia defensiva não implica na ausência de P&D, mas em uma política defensiva – que pode ser tão intensiva em pesquisa como em uma política ofensiva. Os inovadores defensivos não desejam ser os primeiros do mundo, mas não querem ficar atrás no decorrer das mudanças técnicas. Eles não podem ficar sujeitos aos pesados riscos de serem os primeiros em inovar e imaginam que podem lucrar com os erros do começo de inovações e da abertura de mercados.

Alternativamente, o inovador defensivo pode não ter a capacidade para mais tipos originais de inovação e, em particular, a ligações com pesquisa fundamental, mesmo tendo particular firmeza e habilidade em engenharia de produção e em *marketing*.

A P&D defensiva é típica da maior parte dos mercados oligopolistas e é seguido na diferenciação do produto. Para o oligopólio, a P&D defensiva é uma forma segura, podendo a empresa reagir e adaptar-se a uma mudança técnica introduzida pelos concorrentes.

Há inovadores defensivos que não querem ser deixados para trás, eles devem ser capazes de se mover rapidamente, e no momento oportuno. Embora eles desejem obter ou reter uma significativa porção do mercado, eles projetam mais modelos tão bons como no início das inovações e preferivelmente incorporando alguma avançada técnica que diferencie esses produtos, mas a um baixo custo. Conseqüentemente, o projeto e desenvolvimento experimental são justamente as ações mais importantes para o inovador defensivo, assim como para o inovador ofensivo.

A empresa de estratégia imitativa não aspira dar um pulo do gato ou continuar no jogo, ele se contenta em seguir por trás, das líderes em tecnologia, estabelecendo-se sempre no caminho atrás; a extensão do hiato variará dependendo da circunstância particular do setor da atividade do país e da empresa. A empresa imitativa pode assumir alguma Propriedade Intelectual secundária, porém estas serão em produto auxiliar de sua atividade em vez de uma parte central de sua estratégia.

O imitador deve aspirar tornar-se um inovador defensivo, especialmente em economias em crescimento.

A estratégia dependente envolve a aceitação de um satélite essencialmente ou função subordinada em relação a outras empresas fortes. Uma empresa dependente não inicia uma inovação ou promove significativas alterações em suas linhas de produtos, a não ser sob pedido específico de seus compradores, em sua matriz. Não possuem P&D e a tecnologia é quase sempre circunscrita às etapas finais do processo inovativo (produção e *marketing*).

A empresa dependente difere da tradicional na natureza do produto. O produto fornecido pela empresa de estratégia tradicional tem pequenas mudanças, como um todo, enquanto o produto fornecido pela empresa dependente tem significativas mudanças, mas a resposta para uma iniciativa é uma especificação de fora.

A empresa que utiliza uma estratégia oportunista, por fim, depende fortemente de sua habilidade gerencial e se caracteriza pela

exploração de nichos de mercado criados face às mudanças rápidas de tecnologias ou demandas, que podem ser atendidas com pequeno ou nenhum esforço de P&D. As empresas oportunistas, em geral, iniciam sozinhas, sem nenhum competidor, a exploração de um mercado específico onde a P&D é virtualmente inexistente e a tecnologia adquirida de outros é a maneira rápida de atingi-lo.

ESTRATÉGIA COMPETITIVA⁶

Num universo de competição, toda empresa deve sempre buscar inovações de modo a melhorar seu desempenho, chamadas **estratégias competitivas**, com poder para tornar uma indústria mais ou menos atrativa, modelando o ambiente em seu favor. A vantagem competitiva surge do valor que uma empresa consegue criar para seus compradores e que ultrapassa o custo de fabricação.

“O modelo de Porter (1989) envolve a análise das condições de competição, através de cinco forças competitivas (ameaça de novos entrantes, poder de negociação de fornecedores, poder de negociação de compradores, ameaça de produtos/serviços substitutos e a rivalidade entre os concorrentes estabelecidos), e sugere o posicionamento estratégico das empresas com base em um conjunto de estratégias genéricas. O autor afirma que a utilização da análise resultante da observação de cada força competitiva permite que uma empresa entenda a complexidade da concorrência em sua indústria, ao mesmo tempo em que identifica pontos críticos e possibilidades de inovações estratégicas, viabiliza a adoção de uma estratégia competitiva de acordo com a estrutura setorial e, dessa forma, proporciona melhoria à rentabilidade e lhe assegura uma vantagem competitiva.” (SILVA, 2002, p.57).

A seguir, esboçam-se algumas características de cada uma dessas forças:

a — A ameaça de novos entrantes surge à medida que uma indústria se mostra atrativa, do ponto de vista da rentabilidade que apresenta; é constituída por economias de escala já atingidas pelos atuais empresários, em face da curva de aprendizagem e reduzida rentabilidade inicial de possíveis novos concorrentes, por diferenças entre produtos patenteados pelos empresários já estabelecidos, pela identidade das marcas, pelos custos de mudança, por deixar de atuar em um setor iniciando-se em outro, pelas exigências (por vezes elevadas) de capital, pelo não fácil acesso à rede de distribuição (uma barreira de entrada pode ser verificada quando os canais atacadistas ou varejistas são limitados) e aos insumos, por políticas governamentais e por retaliação.

“Todos esses aspectos, em conjunto com o grau de intencionalidade dos concorrentes estabelecidos de repelir os novos entrantes, e com as próprias mudanças ocorridas em cada setor, definem as condições da ameaça de entrada e, em consequência, a sua influência na determinação do nível de competição em um setor específico.” (SILVA, 2002, p.59).

b — O poder de negociação dos fornecedores depende da diferenciação dos insumos necessários às fabricações específicas, da presença de insumos substitutos, da concentração de fornecedores, da importância de volume para o fornecedor, dos custos relativos às compras totais no setor, do impacto dos insumos sobre custo ou diferenciação e da ameaça de integração para frente em relação à ameaça de integração para trás pelas empresas no setor.

“[...] evidencia-se quando estes dispõem de condições para diminuir a rentabilidade de um setor, através da elevação dos preços ou da redução da qualidade dos bens e/ou serviços

fornecidos, principalmente quando a indústria não consegue compensar os aumentos de custo nos próprios preços.” (SILVA, 2002, p.59).

c — O poder de negociação de compradores “torna-se evidente quando estes são capazes de forçar a baixa dos preços, de exigir melhor qualidade ou de requerer maior prestação de serviços” (SILVA, 2002, p.59), aumentando, assim, a disputa entre os concorrentes pelos lucros do setor; é dado por concentração de compradores versus concentração de empresas, pelo volume de compras do comprador, pela possibilidade de integração para trás, pela existência de produtos substitutos, por impactos sobre qualidade/desempenho e por incentivos dos tomadores de decisão, no caso de compras industriais.

d — A ameaça de produtos/serviços substitutos provém do desempenho do preço relativo dos substitutos, dos custos de mudança e da propensão do comprador a substituir; “[...] consiste na imposição de um teto aos preços dos produtos principais, implicando a limitação do potencial de lucro de um setor.” (SILVA, 2002, p.60).

e — Por fim, a rivalidade entre os concorrentes estabelecidos é motivada pela oportunidade da empresa de melhorar a sua posição em um setor, através da concorrência em preços, das batalhas de publicidade, da introdução de novos produtos, da melhoria dos serviços e das garantias dadas ao cliente.

“Vários fatores estão relacionados com o estado de rivalidade intensa, dentre os quais destacam-se o grande número de concorrentes com igualdade de condições relativas a poder e tamanho, o lento crescimento do setor, a necessidade de diferenciação ou de desenvolvimento de custos de mudança para o produto ou serviço, os elevados custos fixos ou a perecibilidade dos produtos, os aumentos de capacidade ocorrendo em grandes saltos, e as altas barreiras de saída.”

(SILVA, 2002, p.60).

A metodologia das cinco forças permite que a empresa perceba a complexidade e aponte os fatores críticos para a concorrência em sua indústria, bem como ajuda na identificação das inovações estratégicas que melhorariam a sua rentabilidade.

Ao fazer uma escolha estratégica deve-se considerar as conseqüências de longo prazo para a estrutura da indústria, e isso se aplica também no que tange à tecnologia. Esta, por si só, não é importante: nem toda transformação tecnológica é estrategicamente benéfica, podendo até piorar a posição competitiva e a atratividade da empresa.

“A tecnologia afeta a vantagem competitiva se tiver um papel significativo na determinação da posição do custo relativo ou da diferenciação. Visto que tecnologia está contida em toda atividade de valor e está envolvida na obtenção de elos entre atividades, ela pode ter um efeito poderoso sobre o custo e sobre a diferenciação [...]. Além de afetar o custo ou a diferenciação por si só, a tecnologia afeta a vantagem competitiva, **modificando ou influenciando outros condutores do custo ou da singularidade** [...]. Assim, uma empresa pode utilizar o desenvolvimento tecnológico para alterar os condutores de uma maneira que a favoreça, ou para ser a primeira e talvez a única empresa a explorar um condutor particular.” (PORTER, 1989, p.157-158).

Assim, continua Porter (1989, p.160), “a transformação tecnológica difundida pode afetar potencialmente cada uma das cinco forças competitivas, e melhorar ou destruir a atividade da indústria.” Isto é, a transformação tecnológica:

- É um determinante potente de barreiras de entrada;
- Pode mudar a relação de negociação entre uma empresa e seus compradores;

- Pode mudar a relação de negociação entre a empresa e seus fornecedores;
- Cria produtos novos ou usos para o produto que substituem outros;
- Podem alterar a natureza e a base da rivalidade de várias maneiras, como alterando a estrutura de custos e afetando as decisões sobre preços.

NOTAS

¹ É importante entender os conceitos de Dado, Informação e Conhecimento, a saber: **Dado** é registro de um evento sem significado próprio; **Informação** é o dado com significado, inserido em um contexto; e **Conhecimento** é a informação trabalhada, base do processo de tomada de decisão.

Em outras palavras:

INFORMAÇÃO = DADO + Somatório de Atributos, Relevância e Contexto;

CONHECIMENTO = INFORMAÇÃO + Somatório de Experiência, Valores, Padrões e Regras Implícitas.

² “O Círculo de inovação pode ser dividido em três estágios: invenção, inovação e imitação ou difusão. O processo de invenção está relacionado com a criação de coisas não existentes anteriormente e utiliza como principais fontes conhecimentos novos ou conhecimentos já existentes em novas combinações. **Os resultados desse processo podem ser patenteados, isto é, o inventor é investido de direitos de propriedade sobre o uso comercial de sua invenção** [grifo nosso]. No entanto, nem todas as invenções ou mesmo patentes chegam a se transformar em inovações, isto é, serem lançadas no mercado com sucesso comercial. A introdução de inovações, por sua vez, permite a introdução de outras variedades denominadas imitação (difusão das inovações). Essas variações são melhorias introduzidas nos bens e serviços inovadores para aproximá-los das necessidades do usuário. Entretanto, o processo de imitação também pode ocorrer sem introdução de melhorias.” (Lia Hasenclever e Patricia Moura Ferreira *in* KÜPFER & HASENCLEVER, 2002, p.131).

³ Note-se as semelhanças conceituais entre **inovações radicais** e **incrementais** e as definições jurídicas de **invenção** e **modelo de utilidade**.

⁴ Baseado em Freeman & Soete (1999).

"[...] the function of R&D within the industry is essentially to identify new opportunities and adapt and commercialize them. In such a technological regime, which we called 'science based', the fact that a firm has been a successful innovator today does not necessarily position it favorably to seize the important opportunities that will be present tomorrow. In the contrast case, technological change is 'cumulative' at the firm level in the sense that efforts to advanced technology today build form what was achieved by the firm yesterday." (NELSON & WINTER, 2002, p.14).

“ Baseado em Porter (1989).

CAPÍTULO III

GESTÃO DA TECNOLOGIA E O PAPEL DO GERENTE DE PROJETOS

Este Capítulo assume uma continuidade do anterior no sentido que acresce, aos conceitos abordados, a idéia de Gestão da Tecnologia como *staff* integrante da Organização Empresarial – com ações gestoras desse corpo de conhecimento tecnológico e estratégico – incluindo, ao final, a figura do Gerente de Projetos como ente atuante nesse processo, com a exposição de suas prerrogativas de atuação.

ORGANIZAÇÃO EMPRESARIAL.

Numa análise macro, toda empresa pode ser entendida como um ser vivo, um ente, uma pessoa. Do ponto de vista jurídico, inclusive, ela o é. Não é à toa que, desde o Direito Romano (berço do Direito Civil moderno), já se utilizava a terminologia “**Pessoa Jurídica**”, para diferenciar uma empresa de uma “**Pessoa Física**”, atribuindo-lhe aspectos equivalentes às suas responsabilidades e faculdades legais¹.

Nesse aspecto, e seguindo a mesma analogia, a estrutura organizacional de uma empresa segue semelhança notória a um “organismo” (vivo), com órgãos específicos para determinadas funções (umas mais “nobres” que outras) e uma cadeia de comunicação permanente, sem a qual a “vida” não prossegue.

A menor estrutura empresarial existente é a empresa individual que, assim como ocorre com os seres mais simples (os protozoários, por exemplo), acumula para si só (como sendo numa única célula), todas as funções gerenciais necessárias à sua existência, sem ter propriamente uma estrutura de organização. Aqui, ensina Russomano (1995), o empresário acaba por dividir seu tempo entre levantar recursos financeiros, produzir seu produto e colocá-lo no mercado.

Com a sua evolução, a empresa ganha novos braços, novos setores administrativos, agora comandados, ou geridos, por outras pessoas, como células que se agregam para formar um ser vivo mais complexo.

Nesta fase, as chamadas funções gerais básicas tomam corpo e aquele empresário individual se vê, agora, diretamente assessorado, mormente, pelo Gerente de Vendas (ou de *Marketing*), Gerente de Produção (ou Industrial) e Gerente Financeiro. A essas funções, alguns autores, como Rocha (1995), acrescentam o cargo de Gerente Administrativo.

Para esse autor, o Gerente de Vendas (ou de *Marketing*), entre outras atribuições: gera receitas pela venda dos produtos; cadastra clientes; ajuda a desenvolver e planejar novos produtos; define o mercado a ser atingido; cria demanda; presta assistência ao cliente; efetua previsão de vendas; verifica dados do mercado sobre a qualidade e aceitação do produto; distribui as vendas; define a política e os preços de comercialização, associando-os com oportunidades de vendas.

Ao Gerente de Produção (ou Industrial) cabe: obter qualidade nos produtos fabricados; padronizar e simplificar operações; quantificar as necessidades de abastecimento; definir tempo de execução das operações; realizar manutenção; medir desempenho; coordenar o projeto de novos produtos; programar, acompanhar e controlar a produção; entre outras.

O Gerente Financeiro responde, além de outras ações, por: controle orçamentário, determinando a melhor forma de financiar as operações da empresa; decisão sobre novos investimentos; geração de ativos financeiros na empresa; determinação do nível de liquidez que a indústria deve operar; recebimento de créditos e saldo de obrigações; elaboração de fluxo de caixa.

Por fim, ao Gerente Administrativo confere-se as tarefas de: comandar, coordenar e controlar os diversos setores da firma; interagir funções que se relacionam ao objetivo-fim da empresa; corrigir falhas na estrutura organizacional; coordenar ações sociais internas; adotar prática de cargos e salários; etc..

Agregados às funções gerenciais básicas, encontram-se as chamadas funções acessórias, ou de *staffs*, que nada mais são que

unidades de apoio à produção, ou seja, órgãos que estão intimamente ligados ao sistema produtivo e desempenham funções auxiliares de planejamento ou de serviço.

São exemplos de *staffs*: Engenharia Industrial (ou de Métodos); Planejamento e Controle da Produção; Departamento de Compras; Controle de Qualidade; Recursos Humanos; Manutenção; Desenho Industrial; Controle de Custos; Pesquisa de Mercado; e, também, (e por que não?), a Gestão da Tecnologia e a Gestão da Propriedade Intelectual!

GESTÃO DA TECNOLOGIA NA ORGANIZAÇÃO EMPRESARIAL

Segundo Kupfer & Hasenclever (2002), as empresas precisam adaptar suas estruturas organizacionais de tal forma que lhes permitam introduzir, da melhor maneira possível, as suas estratégias tecnológicas. Como organismos vivos, as empresas recebem e exercem influência do ambiente no qual habitam; logo, é através da inserção das inovações tecnológicas que elas influenciam e transformam seu ambiente produtivo.

De um modo geral, estas empresas usam o estado da arte existente de modo a gerar tecnologia sem propriamente executar qualquer pesquisa. Contudo, ensina Longo (1984), a história demonstra que as fábricas mais eficientes são aquelas que executam pesquisas próprias, o que lhes permite fazer melhor uso dos conhecimentos gerados por outras.

Desta forma, especialmente em Empresas de Base Tecnológica, vê-se a necessidade da presença, no organograma organizacional, de um *staff* de Gestão da Tecnologia, com autonomia estabelecida e ampla visão empreendedora, com ligação linear à alta direção e às demais funções gerenciais básicas. Mais uma vez recorre-se a Longo (1984), para lembrar que a principal causa de fracasso nas indústrias que lidam com tecnologia tem como origem o fato de que a maioria de seu pessoal desconhece que trabalha numa fábrica e pensa que está a serviço de um laboratório.

A simples atividade de P&D isolada não é garantia de que a tecnologia desenvolvida seja transferida para o sistema produtivo;

a tecnologia gerada, ou aperfeiçoada, por uma atividade de P&D, exige diversos graus de elaboração até sua efetiva inserção numa atividade produtiva, englobando tanto a “produção” da tecnologia como a sua comercialização.

Assim, as Empresas de Base Tecnológica, por exemplo, devem possuir um setor de comercialização que se encarregue da determinação e definição dos mercados que se mostrem mais convenientes, da elaboração da estratégia de comercialização e da utilização dos recursos da empresa para adquirir tecnologias, combiná-las com a produção própria e vendê-las na forma mais adequada às necessidades do cliente.

A presença de P&D no ambiente produtivo pode ser vista como uma estratégia de inovação que vise obter ganhos potenciais de competitividade no atual mercado globalizado.

A esse respeito, a inserção da P&D nas estruturas organizacionais pode ser analisada com base no chamado *Modelo de Aoki*, descrito por Kupfer & Hasenclever (2002). Segundo esse modelo, a eficiência de uma empresa pode ser delineada e explicada pela estrutura organizacional que esta utiliza. Aqui se identificam dois tipos de empresas: empresas tipo A (respaldada no modelo americano de estrutura organizacional) e empresas do tipo J (baseadas no modelo de estrutura organizacional japonês).

Nas empresas do tipo A, a estrutura organizacional possui, como característica, a verticalidade funcional de circulação das informações. Essa verticalização funcional tem, como conseqüência, a concentração das informações nos níveis hierárquicos mais elevados. Em conseqüência, os altos níveis de concentração das informações (P&D) são responsáveis por grande parte das ineficiências, haja vista que a difusão do aprendizado não é repassada de forma integral para os demais níveis funcionais da empresa.

Desta forma, “a empresa tende a apresentar dificuldades de adaptação quando o ambiente em que está inserida, está evoluindo

rapidamente, devido à sua inflexibilidade e dificuldade em interpretar as necessidades de mudanças.” (Lia Hasenclever e Paulo Tigre *in* KUPFER & HASENCLEVER, 2002, p.440).

Quanto à mão-de-obra utilizada nas empresas do tipo A, pode-se dizer que estas tendem a possuir mão-de-obra especificamente qualificada, o que torna a produção inflexível, dificultando, assim, a disseminação do conhecimento (P&D) entre os demais níveis funcionais da empresa.

Para as empresas do tipo J, as informações difundem-se através da comunicação horizontal dos diversos níveis organizacionais. Neste tipo de empresa, a estrutura organizacional tem como característica a divisão departamental ou celular, de modo que as informações não são concentradas de forma pontual, dentro da estrutura, mas difundida por toda ela.

Neste tipo de empresa, de acordo como o *Modelo de Aoki*, cada departamento ou célula tem autonomia para resolver qualquer tipo de problema que envolva questões como um todo da firma.

“Esta estrutura descentralizada favorece adaptações repentinas e rápidas das atividades da empresa a um mercado e a um ambiente tecnológico de evolução constante [...]. [Isto é], este tipo de estrutura descentralizada permite a rapidez das comunicações internas necessárias a uma adaptação organizada contra os choques globais que assolam o mercado e uma ação descentralizada contra os choques locais.” (Lia Hasenclever e Paulo Tigre *in* KUPFER & HASENCLEVER, 2002, p.441).

Com base no modelo, nestas empresas as atividades de P&D são implantadas através de “células”, ligadas a um “departamento central de P&D”, ou seja, dentro da estrutura organizacional das empresas, o P&D está presente em todos os departamentos através de pequenos “laboratórios” individuais (células), comandados por um “laboratório” central e autônomo de pesquisa. Em suma, é

representado por um sistema onde ocorre “ligação estreita entre a concepção do produto e do processo (engenharia) e a fabricação (produção), transferência de informações garantida pela forte interatividade entre os departamentos e mobilidade dos trabalhadores.” (Lia Hasenclever e Paulo Tigre in KUPFER & HASENCLEVER, 2002, p.141).

O GERENTE DE PROJETOS NA GESTÃO DA TECNOLOGIA

"[...] projeto é o processo conceitual através do qual algumas exigências funcionais de pessoas, individualmente ou em massa, são satisfeitas através do uso de um produto ou de um sistema que deriva da tradução física do conceito." (Sir Monty Finneston *apud* SLACK *et al.*, 1999, p.90).

Como articulador de um projeto como um todo, desde a sua concepção ao mercado, o Gerente de Projeto exerce um papel fundamental na Gestão da Tecnologia. É o "[...] grande condutor do projeto, o grande maestro que orquestrará a entrada e participação dos diversos especialistas. É ele que responde pelos resultados positivos ou negativos, intermediários ou finais." (MENEZES, 2001, p.69).

Buzin (s.d.) cita algumas das habilidades do Gerente de Projetos, a saber: conhecimento; compreensão; aplicação; análise; síntese e avaliação. Um Gerente não é um super-homem, profundo conhecedor de cada uma das áreas abarcadas pelo projeto, essas funções dizem respeito a cada um dos membros a ele subordinados. "Mesmo quando o Gerente de Projeto não tem a proficiência técnica na área específica de atuação de um membro, é impressionante como as suas habilidades podem ser de grande ajuda para a equipe." (BUZIN, s.d., p.5).

Assim, no que se refere à Gestão da Tecnologia, cabe ao

Gerente de Projetos, entre outras ações:

- Pesquisar a tecnologia existente através da vigília tecnológica, no estado da arte, por meio, por exemplo, de pesquisa a bancos de patentes;
- Coordenar ações de P&D em seus três subsistemas de atividades (Pesquisa Básica, Pesquisa Fundamental e Desenvolvimento Experimental);
- Gerenciar questões relacionadas à transferência de tecnologia²;
- Definir estratégias de inovação.

NOTAS

¹ “A pessoa física é, no Direito Romano, o homem capaz de direitos e obrigações jurídicas. *Pessoas Jurídicas* são conjuntos (*universitates*), de pessoas ou de coisas, aos quais os romanos atribuem personalidades, tornando-os sujeitos de direito [...]. O agrupamento (*univertitas*) constitui uma *persona*, um corpo (*corpus*), distinto da *persona* individual de cada um dos seus membros (*singuli*).” (CRETELLA JR., 1994, p.48-49).

² “A transferência de tecnologia, em um sentido lato e no espectro da inovação tecnológica, pode ser considerada como o processo pelo qual um conjunto de informações, técnicas, máquinas e ferramentas é transmitido de um local, de um indivíduo ou de um grupo para outro, com a finalidade de ser usado na produção ou na prestação de serviço [...]. Em um sentido estrito, a transferência de tecnologia, mais corretamente chamada de fornecimento de tecnologia, envolve, além da transferência de todos os dados técnicos de engenharia do processo ou do produto, a metodologia do desenvolvimento tecnológico usada para sua obtenção.” (VALERIANO, 1998, p.38-41).

Para Domingues (1980), a aquisição da tecnologia pode se dar de quatro formas, quais sejam: pela pesquisa para criação de novos produtos, processos e meios; pagando-se *royalties* pela utilização de patentes e fornecimento de assistência técnica (ao qual pode se atribuir o próprio conceito de transferência de tecnologia); através da copíagem (processo pelo qual

simplesmente se “copia” produtos que já caíram em domínio público ou que não são privilegiáveis); por meio de *leasing* (uma espécie de “contrato de locação”).

CAPÍTULO IV

BASES PARA GESTÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

Neste último Capítulo aplicam-se os construtos teóricos explanados alhures, esboçando-se, então, o que se pode convencionar por “bases”, “modelos”, “variáveis indutoras” ou, simplesmente, “fatores desejáveis” ao fomento de Políticas de Ação à Propriedade Intelectual, especialmente – e norteado para tal – em se tratando de Empresas de Base Tecnológica, Institutos de Pesquisa Tecnológica, Incubadoras Tecnológicas e Universidades.

GESTÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL¹

“A intensidade do desenvolvimento científico e tecnológico; a redução dramática do tempo requerido para o desenvolvimento tecnológico e incorporação dos resultados ao processo produtivo; a redução do ciclo de vida dos produtos no mercado; a elevação dos custos de pesquisa e desenvolvimento e dos riscos implícitos na opção tecnológica, tudo isto criou uma instabilidade que aumenta a importância da proteção à Propriedade Intelectual como mecanismo de garantia dos direitos e de estímulo aos investimentos [...]. Assim, ganha ainda maior relevância a gestão dos ativos intangíveis, que não pode ser confundida apenas e tão somente com registro.” (BUAINAIN & CARVALHO, 2000, p.146).

Desta forma, trabalhar estrategicamente com a Propriedade Intelectual não significa, necessariamente, atuar como um agente² responsável apenas por depósitos de patentes e registros, para todas e quaisquer criações executadas na organização. Ao contrário, é se valer essencialmente do arbítrio que esse Direito garante de pleitear ou não a sua proteção.

“O papel tradicional das patentes como uma maneira de construir uma cerca ao redor da Propriedade Intelectual desgastou-se substancialmente [...]. Na época em que a patente for

aprovada [...] pode ocorrer da situação do mercado estar várias gerações além da tecnologia que está sendo patenteada [...]. Por outro lado, as patentes [e o Direito de Propriedade Intelectual como um todo] têm seu valor [...] como um processador que pode ser utilizado em acordos de permuta de tecnologia com os concorrentes.” (COHAN, 1999, p.24).

Ao expor os motivos pelos quais a Propriedade Intelectual deve estar presente no rol das preocupações e ações do Gerente de Projeto, Valeriano (1998) aponta, para as organizações e para os projetos, as seguintes razões:

Para as organizações:

- Após a extinção do Direito de Propriedade por término de prazos, quando as patentes ou os registros entram em domínio público, podendo ser utilizados livremente, muitos deles sequer foram industrializadas, por vários motivos, inclusive por terem se adiantado às necessidades do mercado;
- Além disso, a Propriedade Intelectual, através das patentes e dos registros, é um indicativo de tendências na evolução tecnológica e de mercado, de modo que a monitoração das patentes novas e das que estão por vencer é uma atividade estratégica recomendável, havendo, inclusive, empresas que, entre outros, têm o objetivo de industrializar (ou aperfeiçoar) patentes de terceiros, por meio de negociação com os seus proprietários.

Para os projetos:

- Para ter a faculdade de postular os Direitos de Propriedade Intelectual que possam advir de atos criativos durante a execução do projeto (com vinculação óbvia da exploração econômica dos mesmos);
- Para propiciar a utilização, no projeto, de Propriedades Intelectuais de terceiros (invenções, modelos de utilidade,

desenhos industriais, *software*, Direitos Autorais etc.), mediante contrato de licença de exploração e/ou de utilização:

- Para não cometer ilícito penal pela violação da Propriedade Intelectual de terceiros;
- Para exercer o direito de pleitear pedido de licença compulsória⁵ (de terceiros) nos casos previstos em lei.

Por fim, completa que “o conhecimento da situação quanto à Propriedade Intelectual é um dos itens que compõem a descrição do ambiente da organização e do projeto [...]” (VALERIANO, 1998, p.44).

A Gestão da Propriedade Intelectual, então, pode ser entendida como uma fração da estrutura organizacional (como um *staff*), com prerrogativas não só jurídicas mas, principalmente, técnicas, que visem a ações estratégicas e de inovação dentro da empresa, buscando atuar legalmente com a proteção do direito próprio e a salvaguarda do direito alheio, gerindo processos (administrativos ou legais) que envolvam a aquisição, proteção, preservação etc. de criações técnico-científicas realizadas no âmbito da organização e através de ações diversas, tais como:

- Realização de vigília tecnológica e acompanhamento do estado da arte através de bancos de patentes;
- Participação no gerenciamento de parcerias tecnológicas entre a organização e instituições de pesquisa, universidades etc.¹;
- Definições de estratégias de inovação e escolha das potenciais Propriedades Intelectuais a terem seus privilégios requeridos;
- Feitura e/ou revisão e/ou participação na elaboração de contratos de transferência de Propriedade Intelectual e de contratos de trabalho que resultem em criações intelectuais⁵;
- Incentivo à produção científica própria e/ou dos parceiros envolvidos nas atividades de P&D

Robert L. Katz (*apud* VALERIANO, 1998) classifica as aptidões de um administrador em três grupos, quais sejam: aptidões técnicas, interpessoais e conceptuais.

Assim sendo, o então chamado de Gestor da Propriedade Intelectual passa a ser um indivíduo que deve ter:

- Como Aptidões Técnicas – o bom conhecimento da legislação nacional e dos acordos internacionais de Propriedade Intelectual, bem como da tecnologia presente e em desenvolvimento na empresa a qual pertença, e assim também no grupo de concorrentes diretos;
- Como Aptidões Interpessoais – a troca de informações com advogados, economistas, engenheiros, desenhistas etc.;
- Como Aptidões Conceptuais – o discernimento estratégico nas tomadas de decisão (quais tecnologias devem ser adquiridas? quais produtos gerados pela empresa devem ter a Propriedade Intelectual requerida e quais devem permanecer como “segredo industrial”? qual a porcentagem deve ser acordada em determinado contrato de licenciamento? etc.).

NÚCLEOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E SEUS MODELOS DE GESTÃO

“A capacidade de uma nação de gerar conhecimento e converter conhecimento em riqueza e desenvolvimento social depende da ação de alguns agentes institucionais geradores e aplicadores de conhecimento.” (Carlos Henrique de Brito Cruz *in* SANTOS *et al*, 2002, p.192).

Assim é o papel decisivo que as Universidades, Instituições de Pesquisa, Fundações etc. podem ter no fomento e na divulgação da Propriedade Intelectual.

“O incentivo aos Institutos de Pesquisa e Desenvolvimento a estabelecer centros de apoio à inovação, com estruturas delineadas para facilitar a proteção e comercialização de investimentos intelectuais, é um fator que é utilizado como indicador de qualidade, uma vez que a vocação de um instituto tecnológico, idealmente, é facilitar a passagem da invenção do estágio da pesquisa para o mercado.” (EVANGELISTA, s.d., p.1)

“A criação de núcleos que se dispõem a proteger a propriedade intelectual já provou ser um bom negócio. Essas unidades negociam acordos de licenças, fazem os depósitos de patentes e geram milhões em negócio para as universidades e seus pesquisadores, que podem assim fomentar mais pesquisas,

desenvolver novas técnicas para melhoria do bem-estar comum, produzir mais conhecimentos específicos para determinados setores produtivos. Para se ter uma idéia da importância significativa que esse setor exerce sobre a sociedade, nos EUA 5% dos 126 mil pedidos de patentes apresentados em 2000 vieram de universidades onde há mais de 20 anos existem os núcleos de patenteamento. Na Universidade da Califórnia, após ter sido formado o núcleo de propriedade intelectual, o número de patentes passou de 45, em 1984, para 2.270 até 1999. O Instituto de Tecnologia de Massachusetts teve 2.150 patentes concedidas no mesmo período, e a Universidade do Texas, 1.000. O impacto socioeconômico das tecnologias transferidas de universidades americanas para o mercado representa cerca de U\$ 30 bilhões anuais em atividades econômicas ■ (M A R C H E Z A N *et al.*, 2003, p.11-12)

Diante do exposto, vê-se que a existência de Núcleos ou Programas de apoio à Propriedade Intelectual, vinculados, especialmente, a Institutos de Pesquisa Tecnológica, Incubadoras Tecnológicas e Universidades, ocuparia uma posição estratégica à promoção desse instituto técnico-jurídico.

Não se trataria de um Escritório de Propriedade Intelectual, ainda porque isso não figura como uma prerrogativa dessas instituições e, além disso, exigiria uma estrutura física e humana incompatível com o objetivo suficiente ao fomento.

“O acompanhamento dos processos de Marcas e Patentes e a manutenção adequada destas após a concessão dos registros exige uma estrutura bem equipada de recursos informatizados e mão-de-obra especializada no conhecimento profundo da Lei de Propriedade Industrial (LPI) para acompanhar e manter o funcionamento de dezenas de procedimentos administrativos, distribuídos pelos diversos setores de um escritório

especializado neste ramo.” (BASSANI *et al.*, 2003, p.47).

Seria sim, um setor destinado à consecução do fomento à Propriedade Intelectual, que, seguindo um modelo de gestão abalizado em Santos & Rossi (2002), abarcaria, entre outros aspectos estruturais: uma vinculação institucional, com regulamentações internas; uma política de divisão de resultados; bons recursos humanos: divulgação e ensino da Propriedade Intelectual.

O aludido modelo de gestão foi estruturado com base num projeto chamado “Estímulo à criação e consolidação de núcleos de Propriedade Intelectual e transferência de tecnologia em instituições de ensino e pesquisa brasileiras”, implementado em parceria com a Universidade Federal do Rio Grande do Sul e com a Rede de Tecnologia do Rio de Janeiro e concluído em agosto de 2002. Este projeto teve como uma das principais atividades o mapeamento da estrutura existente dentro das instituições para Gestão da Propriedade Intelectual.

Assim, pode-se resumir os aspectos estruturais para um modelo de gestão de Propriedade Intelectual da seguinte forma:

1. Vinculação institucional, com regulamentações internas, diz respeito ao atrelamento deste Núcleo de Propriedade Intelectual às características locais e às especificidades das instituições promotoras, disciplinadas as suas formas de atuação através de portarias e/ou resoluções;
2. Política de divisão de resultados se refere ao estabelecimento de normas através das quais se permite dividir entre os inventores/pesquisadores e a instituição os ganhos econômicos advindos com eventuais licenciamentos da tecnologia protegida e das patentes;
3. Bons recursos humanos são consubstanciados pela formação de uma equipe de trabalho composta pelas mais variadas áreas circundantes ao Direito, à Administração e à Engenharia, que Chamas (2001) sintetizou como sendo

composta por agentes de propriedade industrial, especialistas em *marketing* e exploração econômica da Propriedade Intelectual e pessoal de suporte administrativo;

“Essas atividades requerem capacitação e treinamento, envolvendo uma série de conhecimentos específicos sobre propriedade intelectual e administração. Assim, o patenteamento e a comercialização dos direitos de propriedade intelectual, merecem tratamento gerencial e administrativo específico, não podendo ser realizadas por pesquisadores e técnicos sem o suporte e treinamento adequados. [...] O agente em propriedade industrial possui, geralmente, formação técnica em engenharia, física, química ou ciências biomédicas. Precisa conhecer leis, tratados e acordos internacionais, e leis, decretos e portarias nacionais que regulam o tema, interagir com cientistas a fim de extrair a matéria necessária para a redação do pedido de patente, desenvolver estratégias de patenteamento, definir o escopo das reivindicações patentárias, realizar levantamento do estado da técnica para elaboração do diagrama da invenção, [...] acompanhar a tramitação dos pedidos de patente, tratar da manutenção das patentes concedidas e responder às diversas exigências técnicas e legais que envolvem o processo, inclusive contrafação. [...] O especialista em *marketing* e exploração econômica da propriedade intelectual atua em estreita colaboração com o pessoal de propriedade industrial, desempenhando as seguintes atividades: acompanhamento da evolução do *portfolio* de patentes institucional; monitoração das tendências de mercado referentes às tecnologias componentes de seu *portfolio* de patentes e de pedidos de patente; orientação para a redação de projetos de cooperação técnica; detecção e realização de contatos com potenciais parceiros para futuras

transferências de tecnologia; comparecimento a eventos técnicos e científicos para realizar novos contatos e oferecer as tecnologias; negociação e redação de instrumentos contratuais aplicáveis a cada caso; monitoração do andamento das parcerias efetuadas; auxílio à formação de companhias *start-ups*; cooperação com escritórios de advocacia especializados em propriedade intelectual; e atuação em casos de inobservância às cláusulas de instrumentos contratuais celebrados. [...] Os profissionais de suporte administrativo são responsáveis por atividades críticas [...] como: a manutenção e o controle de arquivos e programas de computador gerenciadores do *portfolio* de patentes, acordos e negócios; o cálculo e a monitoração da distribuição dos *royalties*; o tratamento da correspondência; entre outras.” (CHAMAS, 2001, p.33-36).

4. Divulgação e ensino da Propriedade Intelectual representam a exteriorização do conhecimento acerca do assunto através de palestras de sensibilização, de cursos de capacitação, de *workshops* etc..

A estes aspectos, acrescentam-se:

- Contratação de consultorias especializadas;
- Busca de anterioridade em bancos de patentes;
- Criação de um *portfolio* de Propriedade Intelectual.

Desta forma, um Modelo de Gestão – otimizado – da Propriedade Intelectual pode ser representado em consonância aos aspectos elencados por Santos & Rossi (2002) e aos pré-requisitos relacionados à figura do Gestor da Propriedade Intelectual, já explicitados alhures.

POLÍTICAS DE AÇÃO À PROPRIEDADE INTELECTUAL

“[...] as universidades, os institutos de pesquisa e as indústrias, particularmente as que dependem de tecnologia, têm de estar adequadamente informadas para fazer uso da legislação de propriedade intelectual. Há inúmeros exemplos, muitos dos quais já parte do folclore sobre o assunto, de inventos ou avanços tecnológicos que deixaram de trazer os benefícios comerciais e financeiros possíveis por não terem as empresas, inventores ou instituições de pesquisa em questão tomado as medidas necessárias para protegê-los adequadamente. Não é por outra razão que o projeto de lei de inovação [Lei nº 10.973, sancionado em 2 de dezembro de 2004] prevê a existência de núcleos de inovação tecnológica nas Instituições de Ciência e Tecnologia que determinem a política de propriedade intelectual da instituição.” (JAGUARIBE, 2004, p.1).

Entende-se por “Políticas de Ação” o conjunto de elementos ou diretrizes – sejam eles recursos físicos, humanos, financeiros etc. – aptos a conduzir à prática de alguma coisa.

O relatório sobre a viabilidade técnica e econômica do Projeto Inventiva Nacional, do Governo Federal, mostra que, numa pesquisa realizada em 14 Instituições Tecnológicas, a maioria não dispõe de política formal – aqui entendida como política de ação –

para a geração e patenteamento de invenções por seus funcionários e pesquisadores, uma vez que apenas 4 dessas organizações possuem diretrizes e apenas uma delas, a FIOCRUZ, apresenta uma estrutura formal para implementação desse conjunto de variáveis.

“As diretrizes a que se referem as instituições visitadas têm por base o reconhecimento da direção de que podem ocorrer desenvolvimentos, objetos de patente e, por isso, procuram:

- Identificar e encorajar invenções passíveis de patenteamento institucional, sem necessariamente priorizá-los já que é baixo o número de invenções geradas;
- Arcar com as despesas decorrentes do processamento de pedidos de patente, porém, sem oferecer qualquer tipo de vantagens ao pesquisador – autor de desenvolvimento;
- Oferecer suporte para o desenvolvimento de protótipos.” (MCT-STI, 1998, p.16).

Por outro lado, quando se analisa esse comportamento indutor dentro de empresas consideradas “grandes”, esse grau de incentivo aumenta.

“Duas das empresas visitadas apresentam uma postura agressiva em termos patentários, determinando que os interesses da empresa, no campo da Propriedade Industrial, sejam resguardados por um mecanismo integrado e coordenado, que assegure proteção legal ao produto de sua capacidade inventiva e inovadora, assim como estabelecem vigilância eficaz sobre os seus privilégios e os que venham a ser pleiteados por terceiros. Apresentam diretrizes no sentido de:

- difundir, no âmbito da empresa a conceituação de objeto suscetível de proteção legal;

- disciplinar a divulgação, por qualquer meio, de objetos suscetíveis de proteção legal;
- instruir um mecanismo de identificação, recolhimento, exame, estudo de viabilidade de obtenção de proteção legal, acompanhamento e controle de ambos seus objetos de patente e os de pedidos de privilégios e registros de terceiros;
- definir o campo de atuação e a responsabilidade dos componentes do Sistema de Propriedade Industrial.

Outra, dentre as empresas visitadas, com o objetivo de fortalecer seu desempenho patentário, à época da realização do presente diagnóstico, estava constituindo um Comitê da Propriedade Intelectual da Empresa, vinculado à Direção Executiva, para implementar, de forma coordenada e integrada, as ações concernentes ao exercício do direito da Propriedade Intelectual, no âmbito da Empresa.” (MICT-STI, 1998, p.20-21).

No que concerne às Incubadoras de Base Tecnológica visitadas nessa referida pesquisa (12 no total), do ponto de vista de infra-estrutura de suporte às ações de Propriedade Industrial, 58% consideram-se aptas a auxiliar/orientar as empresas na redação dos pedidos, na buscas de anterioridades em bancos de patentes, nos recursos administrativos e no acompanhamento do processamento dos pedidos. Das Incubadoras que oferecem esse suporte, 17% cobram as incubadas por esses serviços.

FATORES DESEJÁVEIS NA GESTÃO DE POLÍTICAS DE AÇÃO À PROPRIEDADE INTELECTUAL

“[...] a implementação de políticas de propriedade intelectual no Brasil revela-se como um exercício na arte de equilibrar objetivos [tornar o país atrativo tanto ao capital como à alta tecnologia estrangeiras e, ao mesmo tempo, manter uma parcela do mercado interno para a indústria nacional], cuja execução se dá de forma distinta e antagonica.” (Otto B. Licks *in* CASELLA & MERCADANTE, 1998, p. 613).

Em função do exposto, pode-se elencar o que facultativamente se chama de fatores desejáveis na gestão de políticas de ação à Propriedade Intelectual, com ações que vão da divulgação e ensino do tema Propriedade Intelectual no ambiente corporativo à contratação de consultorias especializadas.

A escolha desses fatores se deu pelas razões seguintes:

1. Necessidade de se teorizar, através de um modelo, um conjunto de políticas de ação à Propriedade Intelectual, capaz de nortear estudos a elas relacionadas;
2. Importância de se elencar, pontualmente, procedimentos e infra-estruturas recomendadas à promoção, divulgação, fomento, estudo etc. da Propriedade Intelectual;
3. Facilidade de se tomar – através de um modelo já padronizado – diretrizes e recomendações teoricamente eficazes.

para posterior aplicação e verificação prática ao caso concreto.

A seguir, toma-se como exemplos desses fatores, as ações abaixo, expostas com base em objetivos traçados pela UNEMAT/PRPPG (s.d.), quando da criação de sua Divisão de Gestão da Propriedade Intelectual, cuja fonte motivadora encontra-se no já referido projeto “Estímulo à criação e consolidação de núcleos de Propriedade Intelectual e transferência de tecnologia em instituições de ensino e pesquisa brasileiras”, quais sejam:

- Difusão ampla do conceito de Propriedade Intelectual;
- Esclarecimento do que é objeto de proteção através de patentes, marcas, desenhos industriais, ou outra forma de se proteger uma produção intelectual, conforme dispõe a legislação;
- Oferta de cursos, palestras e demais eventos relacionados com o tema Propriedade Intelectual;
- Informação/orientação aos pesquisadores dos passos necessários até o depósito do pedido de patente ou registro;
- Auxílio e/ou busca de orientações com o pesquisador, para a realização da avaliação do invento (potencial de mercado e viabilidade técnica);
- Auxílio e/ou busca de orientações para a elaboração das peças específicas, pelo pesquisador, para compor o pedido de proteção;
- Acompanhamento da tramitação do processo de registro junto ao órgão depositário do pedido de proteção;
- Acompanhamento da negociação do produto (licenciamento ou cessão de direitos);
- Divulgação dos resultados das pesquisas e inventos dos pesquisadores vinculados à Instituição, em caráter efetivo, temporário ou em forma de cooperação, mediante convênio, acordo, contrato etc.;
- Promoção de incentivos e estímulos para o desenvolvimento científico e tecnológico da Instituição.

NOTAS

¹ Toma-se por base os conceitos de Valeriano (1998) acerca das definições de Administração, Gerência e Gestão que, ao nível elementar dos dicionários, aparecem (não apropriadamente) como sinônimos.

“Assim [...], todos os termos derivados de administrar referem-se ao nível da organização [...]. Os termos derivados da palavra gerenciar referem-se às ações no nível do projeto [...]. Aqueles derivados de gerir referem-se a parcelas das atribuições do gerente/projeto. São partes do gerenciamento delegadas pelo gerente.” (VALERIANO, 1998, p.5).

² O chamado Agente da Propriedade Industrial é um profissional que atua nos trâmites burocráticos junto ao INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial). No Brasil, esta profissão foi regulamentada pelo Decreto-Lei n.º 8.933/46.

³ No caso específico das patentes e dos registros de desenho industrial, a lei prevê dois tipos de licença: a voluntária e a compulsória.

A **licença voluntária** é uma espécie de “aluguel”, em que o titular cede os direitos de comercialização e recebe, como regra geral, *royalties* em troca.

“A **licença compulsória** é um mecanismo que dá ao Estado a faculdade de correção da situação de exercício abusivo de uma patente.” (PAES, 1996, p.70). Ela é usada, por exemplo, quando o titular de uma patente a detém apenas como reserva de mercado, não produzindo e não deixando que outrem a produza. O principal objetivo da licença compulsória é salvaguardar o interesse social, evitando-se abuso de poder econômico. Como já visto, a concessão de um Direito de Propriedade Industrial, dado pelo Estado, nada mais é que uma contraprestação, ou seja, se por um lado há a garantia de exploração exclusiva, por outro há a obrigação legal de tornar esta exploração real, efetiva e suficiente para atender os interesses da nação.

A licença compulsória poderá ser requerida após três anos da concessão do privilégio e só não é efetivada se, à data da solicitação da licença, o titular justificar o desuso por razões legítimas, comprovar a realização de preparativos para o início da exploração ou justificar a não comercialização do objeto do privilégio por obstáculos de ordem legal.

Quanto às marcas, o direito sobre o registro, pedido ou concedido, também pode ser licenciado. Esta transferência ocorre de maneira voluntária, não havendo a figura da licença compulsória, vista para o sistema de patentes e registro de desenho industrial. Contudo, para se evitar o desuso injustificado de uma marca registrada, a legislação define a chamada "caducidade". O registro de uma marca caducará, a requerimento de qualquer interessado, quando seu uso não tiver sido iniciado no Brasil ou tiver sido interrompido por mais de cinco anos consecutivos. Assim, solicitada a caducidade, se em sessenta dias o titular não justificar o desuso da marca por razões legítimas, a sua propriedade será transferida ao requerente da ação.

“Com os incentivos, a nova lei das patentes e as novas posturas das universidades, institutos de pesquisa e financiadoras quanto à propriedade do conhecimento, os contratos com as instituições de pesquisa ganharam importância, ainda que as dificuldades em realizá-los não tenham decrescido. Aumentou o formalismo, mas os contratos ainda são realizados com organizações que sejam consideradas técnica e eticamente confiáveis, tipicamente aquelas com as quais já existam elos muito fortes e ligações interpessoais antigas de muitos anos. Ligações representadas, por relações de negócios, relações entre pesquisadores, pesquisadores da empresa que também trabalham nos institutos e experiências anteriores com efetiva transferência de tecnologia.” (PEREIRA, 2000, p.13).

“Quanto às regras que regem esta relação empregador/empregado ou contratante/contratado, existem três hipóteses relacionadas à chamada “obra sob encomenda” (quando da ausência de cláusula contratual em contrário): I. a da propriedade exclusiva do empregador/contratante; II. a da propriedade exclusiva do empregado/contratado; III. a da propriedade comum.

I. Para ser de propriedade exclusiva do empregador/contratante, o resultado obtido pelo trabalho criativo deve ser aquele previsto antes de sua realização, ou seja, o resultado deve decorrer da própria natureza do trabalho acordado.

II. Para ser de propriedade exclusiva do empregado/contratado, o resultado ou produto obtido não pode ter qualquer relação com o contrato de trabalho ou prestação de serviço e, mais, não pode ter havido utilização de recursos, meios, dados, materiais, instalações ou equipamentos do empregador/contratante.

III. Para a propriedade industrial pertencer a ambos, empregador/contratante e empregado/contratado, a criação realizada ou o resultado obtido deverá decorrer de uma contribuição pessoal do empregado, desvinculada do que foi acordado entre as partes, aliada a utilização de recursos, meios, dados, materiais, instalações ou equipamentos do empregador ou contratante.

“[...] com o conhecimento protegido por patentes, a empresa pode fabricar ou usar a tecnologia e a organização de pesquisa pode publicar e divulgar, sem que a atuação de uma afete a outra, ficando protegidos os Direitos de Propriedade.” (PEREIRA, 2000, p.8).

“No caso da busca de patentes, utiliza-se como meio indexador a Classificação Internacional de Patentes, que apresenta uma estrutura hierárquica, dividida em oito sessões e 70 mil subdivisões, atualizadas a cada cinco anos e relacionadas com áreas do conhecimento tecnológico, e que permitem delimitar, com precisão, o campo de busca de interesse. A busca é feita pelos agentes com os inventores, no acervo de patentes da autoridade governamental para propriedade industrial (no Brasil, o Instituto Nacional de Propriedade Industrial).” (CHAMAS, 2001, p.39).

À GUIA DE CONCLUSÃO

Não obstante o abastecimento teórico – não apenas aqui sintetizado, mas na sua fonte doutrinária – oriundo da vasta literatura disponível sobre o assunto, devemos ter ciência, e para isso não há de se necessitar maiores lucubrações, que, na prática, as condutas se mostram absolutamente díspares do preconizado, mesmo com todo o senso da real e imperiosa importância que a Propriedade Intelectual tem no mundo moderno.

Não basta retrucar a inércia circundante aos muitos atores das atividades científicas e tecnológicas de nosso país se, ao contrário, não se gerar uma hábil cultura de resguardo e respeito aos bens intangíveis, abarcados pelas Leis Autorais e Industriais, tão comumente pouco valorizadas, quando não – literalmente – descumpridas.

Na estrutura organizacional – quer oriunda de empresas “comuns” ou de centros universitários – isso se torna factível, ao menos a princípio, como visto, com uma atuação consciente e estrategicamente bem elaborada pela figura do que se convencionou chamar aqui de Gestor da Propriedade Intelectual.

Assim sendo, não é suficiente conhecer a legislação e uma ou outra regra de estratégia empresarial se não se assume tal cultura.

É entender e, principalmente, aceitar que a Propriedade Intelectual não é um simples acessório do desenvolvimento econômico-social, mas um dos instrumentos principais e indispensáveis de seu progresso.

O que falta não é, simplesmente, o “conhecimento” da Propriedade Intelectual (e dos elementos de seu entorno), mas sim o “reconhecimento” de tal instituto. Quis-se, neste livro, contribuir, minimamente, com o primeiro, já que o incremento e a valorização do segundo transcendem quaisquer ações de caráter didático.

Que fique, então, o convite – apropriado – de continuidade crítica das idéias aqui levantadas.

REFERÊNCIAS

- ABIPT – Associação Brasileira das Instituições de Pesquisa Tecnológica. **Políticas de propriedade intelectual, negociação, cooperação e comercialização de tecnologia em universidades e instituições de pesquisa: análises e proposições.** Brasília: ABIPT, 1998. (*Workshop*)
- ASCENSÃO, José de Oliveira. **Direito autoral.** 2.ed. Rio de Janeiro: Renovar, 1997.
- BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual:** teoria da concorrência, patentes e signos distintivos. s.l.: s.e., 1997. Disponível em <http://www.unikey.com.br/users/denis/denis16.htm>. Acesso em 06 de agosto de 1998.
- BARBOSA, Maria de Fátima de Oliveira. **ABC da propriedade industrial.** 2.ed. Rio de Janeiro: CNI/Dampi, 1996.
- BARRETO, Aldo de Albuquerque. **Informação e transferência de tecnologia:** mecanismos de absorção de novas tecnologias. Brasília: IBICT, 1992.
- BASSANI, Denise T. Lisboa, NIKITIUK, Sonia, QUELHAS, Osvaldo. A empresa como sede do conhecimento. **Revista Produção.** (v.13, n.2). São Paulo: ABEPRO, 2003, p.42-58.
- BITTAR, Carlos Alberto. **Contornos atuais do direito do autor.** 2.ed. Ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999.
- BUAINAIN, Antônio Márcio. (Coord.). **Estudio sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en**

BUAINAIN, Antônio Márcio, CARVALHO, Sérgio M. Paulino de. **Propriedade intelectual em um mundo globalizado. Parcerias Estratégicas** (v.9). Brasília: Centro de Gestão e Estudos Estratégicos, 2000.

BUZIN, Paulo F. W. Keglevich de. **O perfil do gerente de projeto que faz a diferença.** s.n.t.

CASELLA, Paulo Borba, MERCADANTE, Araminta de Azevedo (Coords.). **Guerra comercial ou integração mundial pelo comércio?; a OMC e o Brasil.** São Paulo: LTr, 1998.

CHAMAS, Cláudia Inês. **Proteção e Exploração Econômica da Propriedade Intelectual em Universidades e Instituições de Pesquisa.** Rio de Janeiro: COPPE – Engenharia de Produção – UFRJ, 2001. (Tese).

CHAVES, Antônio. **Direito de autor - princípios fundamentais.** Rio de Janeiro: Forense, 1987.

CHINEN, Akira. **Know how e propriedade industrial.** São Paulo: Oliveira Mendes, 1997.

COHAN, Peter S. **Liderança tecnológica; como as empresas de alta tecnologia inovam para obter sucesso.** São Paulo: Futura, 1999.

COSTA NETO, José Carlos. **Direito autoral no Brasil.** São Paulo: FTD, 1998.

CRETELLA JR., José. **Direito romano moderno.** 6.ed. Rio de Janeiro: Forense, 1994.

CUNHA, Frederico Carlos da. **A proteção legal do design.** Rio de Janeiro: Lucerna, 2000.

DI BLASI, Gabriel, GARCIA, Mario Soerensen, MENDES, Paulo Parente M. **A propriedade industrial.** Rio de Janeiro: Forense, 1998.

DINIZ, Maria Helena. **Código civil comentado.** 9.ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

DOMINGUES, Douglas Gabriel. **Direito industrial – patentes.** Rio de Janeiro: Forense, 1980.

- EVANGELISTA, Vania Araújo. **Diretrizes da propriedade intelectual voltada para institutos de pesquisa.** s.n.t.
- FREEMAN, Christopher, SOETE, Luc. **The economics of industrial innovation.** 3.ed. Cambridge, UK: The MIT Press, 1999.
- FURTADO, Lucas Rocha. **Sistema de propriedade industrial no direito brasileiro.** Brasília: Brasília Jurídica, 1996.
- GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito das coisas.** 5.ed. São Paulo: Saraiva, 2002.
- GONZÁLEZ, Luis F. Marcano, GARCÍA, Lorena. Las empresas de base tecnológica: opciones para la región. **Revista Espacios.** Caracas, Venezuela: Vol. 18 (2) 1997. Disponível em <http://www.revistaespacios.com/a97v18n02/40971802.html>. Acesso em 24 de março de 2004.
- HAMMES, Bruno Jorge. **O direito de propriedade intelectual.** 3.ed. São Leopoldo: UNISINOS, 2002.
- JAGUARIBE, Roberto. **A indústria, a pesquisa e a propriedade intelectual.** s.l.: s.e., 2004. Disponível em <http://www.anprotec.org.br>. Acesso em 26 de junho de 2004.
- KON, Anita. **Economia industrial.** São Paulo: Nobel, 1999.
- KUPFER, David, HASENCLEVER, Lia. (Orgs.). **Economia industrial: fundamentos teóricos e práticos no Brasil.** 2.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- LECHUGA, Víctor Manuel Morales, REBOLLEDO, José Luis Solleiro. **Decisiones estratégicas para la protección de la propiedad intelectual.** Ciudad de México: Instituto de Ingeniería – Grupo de Estudios sobre Innovación Tecnológica – Universidad Nacional Autónoma de México, 1998.
- LIMA, João Ademar de Andrade. **Curso de propriedade intelectual para designers.** João Pessoa: Idéia, 2001.
- _____ . **A Propriedade Intelectual como diferencial na gestão empresarial.** In: X Simpósio de Engenharia de Produção – SIMPEP 2003. Bauru, 2003.

LONGO, Vladimir Pirró de. **Tecnologia e soberania nacional**. São Paulo: Nobel, 1984.

MACEDO, Maria Fernandes Gonçalves, BARBOSA, A. L. Figueira. **Patentes, pesquisa & desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2000.

MANCUSO, José Humberto. **Desmistificando a tecnologia**. Brasília: SEBRAE, 1998.

MARCHEZAN, Marcelo André, PACHECO, Roberto Carlos dos Santos, KERN, Vinícius Medina. **Características e efeitos dos sistemas brasileiro e norte-mericano de propriedade intelectual**. In: II Simpósio Internacional de Propriedade Intelectual, Informação e Ética – CIBERÉTICA. Florianópolis, 2003.

MARCOVITCH, Jacques (Org.). **Administração em ciência e tecnologia**. São Paulo: Edgard Blücher, 1983.

MARTINEZ, Luiz. **Empresas con base tecnológica**. s.n.t.

MENEZES, Luis César de Moura. **Gestão de projetos**. São Paulo: Atlas, 2001.

MERINO, José Carlos Alvarez. **Gestión del conocimiento y desarrollo regional**. s.n.t.

MICT-STI. **Viabilidade técnica e econômica da inventiva nacional**. Brasília, 1998. (Relatório).

NELSON, Richard R., WINTER, Sidney G. **Evolutionary theorizing in economics**. s.l.: s.e., 2002.

NÓBREGA, J. Flóscolo da. **Introdução ao direito**. 5.ed. Rio de Janeiro: José Konfino, 1972.

PAES, P. R. Tavares. **Nova lei da propriedade industrial; anotações**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1996.

PELLEGRINI, Luiz Fernando Gama. **Direito autoral do artista plástico**. São Paulo: Oliveira Mendes, 1998.

PEREIRA, Hilda Maria Salomé. **Parceria tecnológica sob o olhar da propriedade intelectual: objetivo, objeto e seleção de parceiros**. In: XXI Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica

– São Paulo: PGT/USP, 2000.

PITTA, Mirian Oliveira da Rocha. **Curso de propriedade industrial e transferência de tecnologia**; propriedade intelectual – noções básicas. s.l.: ABIPTI, 1998.

PORTER, Michael. **Vantagem competitiva**; criando e sustentando um desenvolvimento superior. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

ROCHA, Duílio. **Fundamentos técnicos da produção**. São Paulo: Makron Books, 1995.

RODRIGUES, Silvio. **Direito civil**: Direito das coisas. 24.ed. São Paulo: Saraiva, 1997.

ROJANO, Olivia Itzel López. **El capital intelectual**. s.n.t.

ROSSETTI, José Paschoal. **Introdução à economia**. São Paulo: Atlas, 1993.

ROUSSEL, Philip A., SAAD, Kamal M., BOHLIN, Nils. **Pesquisa & desenvolvimento**: como integrar P&D ao plano estratégico e operacional das empresas como fator de produtividade e competitividade. São Paulo: Makron Books, 1992.

RUSSOMANO, Victor Henrique. **Planejamento e Controle da Produção**. 5.ed. São Paulo: Pioneira, 1995.

SANTOS, Antônio Raimundo dos, PACHECO, Fernando Flávio, PEREIRA, Heitor José, BASTOS JR., Paulo Alberto (Orgs). **Gestão do conhecimento**: uma experiência para o sucesso empresarial. Curitiba: Champagnat, 2001.

SANTOS, Lucy Woellner dos, ICHIKAWA, Elisa Yoshie, SENDIN, Paulo Varela, CARGANO, Doralice de Fátima (Orgs). **Ciência, tecnologia e sociedade: o desafio da interação**. Londrina: IAPAR, 2002.

SANTOS, Marli Elizabeth Ritter dos, ROSSI, Adriano Leonardo. **Estímulo à criação e consolidação de núcleos de propriedade intelectual e transferência de tecnologia em instituições de ensino e pesquisa brasileiras**. Porto Alegre: UFRGS/SDT/FII, 2002. (Relatório).

SCHOLZE, Simone H. C. **Propriedade intelectual e transferência de tecnologia**. Brasília: SEBRAE, 1996.

SEBRAETIB. **Propriedade intelectual**: curso básico para formação de agentes tib. s.l.: SEBRAE, 1997.

SHERWOOD, Robert M. **Propriedade intelectual e desenvolvimento econômico**. São Paulo: Edusp, 1992.

SILVA, Francisco Antônio Cavalcanti. **Estratégia competitiva e gestão de tecnologia em empresas manufatureiras**. João Pessoa: Departamento de Engenharia de Produção – Centro de Tecnologia – UFPB, 2002. (Tese).

SILVA, José Carlos de Urquiza e. **Função de propriedade industrial e transferência de tecnologia**: sistema de propriedade industrial. s.n.t.

SILVA NETO, Enéas Dantas da, LIMA, João Ademar de Andrade. **A gestão da tecnologia na organização empresarial**. In: X Simpósio de Engenharia de Produção – SIMPEP 2003. Bauru, 2003.

SLACK, Niguel, CHAMBERS, Stuart, HARLAND, Christine, HARRISON, Alan, JOHNSTON, Robert. **Administração da produção** (edição compacta). São Paulo: Atlas, 1999.

SOARES, José Carlos Tinoco. **Tratado da propriedade industrial**: patentes e seus sucedâneos. São Paulo: Jurídica Brasileira, 1998.

SPAHEY, Jacques. **O desenvolvimento pela ciência**: ensaios sobre o aparecimento e a organização da política científica dos Estados. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1972.

STAUB, Eugênio. **Desafios estratégicos em ciência, tecnologia e inovação**. Brasília: Instituto de Estudos Para o Desenvolvimento Industrial (IEDI), 2001.

SVEIBY, Karl Erik. **A nova riqueza das organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

TACHINARDI, Maria Helena. **A guerra das patentes**: o conflito Brasil X EUA sobre propriedade intelectual. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993.

TEIXEIRA, Francisco. **Tudo o que você queria saber sobre patentes mas tinha vergonha de perguntar**. Rio de Janeiro: CLEVER: Multimais Editorial, 1997.

UNEMAT – Universidade do Estado de Mato Grosso/PRPPG – Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação. **Política da PRPPG para a divisão gestão da propriedade intelectual**. s.n.t.

VALERIANO, Dalton L. **Gerência em projetos**; pesquisa, desenvolvimento e engenharia. São Paulo: Makron Books, 1998.

VIOTTI, Eduardo Baumgratz, MACEDO, Mariano de Matos (Orgs.). **Indicadores de ciência, tecnologia e inovação no Brasil**. Campinas: UNICAMP, 2003.

WEIKERSHEIMER, Deana. **Comercialização de software no Brasil: uma questão legal a ser avaliada**. 2.ed. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

IMPRESSO POR:
GRÁFICA
SABOATÃO
M&V INDÚSTRIA GRÁFICA LTDA.
Fone: (81) 3481 0158