



# UM PONTO NO TEMPO

O USO INTELIGENTE  
DA PROPRIEDADE INTELECTUAL  
POR EMPRESAS DO SETOR TÊXTIL



ORGANIZAÇÃO  
MUNDIAL DA  
PROPRIEDADE  
INTELECTUAL





# UM PONTO NO TEMPO

O USO INTELIGENTE  
DA PROPRIEDADE INTELECTUAL  
POR EMPRESAS DO SETOR TÊXTIL



ORGANIZAÇÃO  
MUNDIAL DA  
PROPRIEDADE  
INTELECTUAL

# PROPRIEDADE INTELECTUAL NA INDÚSTRIA TÊXTIL

*"No campo das observações, a sorte favorece apenas a mente preparada."*

*Louis Pasteur, que "acidentalmente" descobriu o tecido posteriormente denominado rayon, enquanto fazia pesquisa para encontrar seda artificial.*

2 A inovação na indústria têxtil e de tecidos revolucionou seus três setores principais nos últimos cinquenta anos, que são vestuário, lar e tecidos técnicos. A *Lycra* mudou radicalmente a indústria de vestuário feminino. Macacões de algodão tratados com a substância química retardadora de chamas *Proban*, e gorros feitos de *Nomex*, um tecido resistente a chama, têm salvado vidas de bombeiros em todo o mundo. O uso de novos tecidos também tem tornado mobílias mais duráveis, confortáveis e atraentes.

Não há dúvida sobre o enorme valor de capital intelectual presente na indústria têxtil e de tecidos. Todavia, muitas das pequenas e médias empresas (PMEs) desse setor não dão muita atenção à proteção de seus ativos intelectuais. No ambiente corporativo atual, a fonte primária de vantagem competitiva em todos os negócios é a inovação e as expressões criativas originais. Por isso, os administradores necessitam identificar esses ativos intangíveis de valor de maneira oportuna, determinar sua relevância e conduzir análises de custo-benefício para identificar o que deveria ser protegido e fortalecido pelo uso de instrumentos do sistema de propriedade intelectual (PI).

*"Estas pequenas e médias empresas (PMEs) nos setores têxtil e de vestuário que estão fechando são as menos inovadoras. Entre as poucas respostas à crescente competitividade [...da Ásia] estão tecnologia, know-how, uma cadeia de fornecedores mais ágil, melhor gerenciamento da propriedade intelectual e uma reação mais rápida."*

*Silvia Grandi, coordenadora do projeto FP6 Fashion Net (Inovação Européia/Julho 2005)*

Esta publicação aborda o gerenciamento estratégico e o uso de direitos de PI para reduzir o risco, desenvolver parcerias e melhorar a competitividade de todos os tipos de negócios na indústria têxtil.

*"Veja as coisas comuns com olhos incomuns."*

*Vico Magistretti, um dos maiores designers de mobília exclusiva da Itália.*

# DESENHOS INDUSTRIAIS

*“Contrariando a percepção comum de que registrar desenhos industriais é um processo desagradável e caro, uma vez que nós passamos pelo processo, percebemos que não era nada disso”.*

*Sr. T.J. Singh da Casa de Valaya, a primeira empresa Indiana a proteger seu design, o padrão “Valaya Diasun”, tanto como Marca como uma obra de arte.*

A moda é o epicentro das indústrias têxtil e de tecidos. Novos designs são apresentados em cada estação. Entre as diversas formas de proteção por PI, a de desenhos industriais – também referidos simplesmente como designs – é claramente a mais relevante para a indústria da moda. Registrar um design ajuda o proprietário a impedir que outros explorem seus ornamentos novos, originais ou seus aspectos estéticos, sejam elas características tridimensionais, tais como formas atraentes, ou características bidimensionais, tais como impressões têxteis esteticamente agradáveis.

A indústria de moda e vestuário investe somas vultosas para criar designs novos e originais a cada estação. Apesar deste investimento significativo, utiliza-se muito pouco a legislação nacional de proteção do design para registrar e protegê-los. Em alguns países, eles podem ser adequadamente protegidos pela lei de direitos autorais como trabalho de arte aplicada. Todavia, um discurso freqüentemente usado para não registrar designs é que o curto ciclo de vida do produto não justifica o tempo e o custo financeiro envolvidos. Na prática, os argumentos para registrar um novo design têm de ser considerados caso a caso. Registrar um design deveria ajudar a dissuadir os outros de copiá-lo, e ajudar a combater competidores desonestos que utilizam estas práticas.

Além disso, a proteção de design nem sempre envolve um custo muito alto. Alguns países e regiões, como o Reino Unido e a União Européia (EU), oferecem uma forma de proteção sem registro para designs industriais por um período relativamente curto de tempo. Proteção de design sem registro, onde quer que esteja disponível, é extremamente útil para designers de moda, ou pequenos negócios com orçamentos limitados, e para todos aqueles que querem testar novos designs no mercado antes de decidir o que registrar. O **direito comunitário sobre design não registrado** da UE oferece proteção ao design em qualquer dos 25 países da UE

# DESENHOS

por um período máximo de três anos a partir da data em que este foi disponibilizado ao público pela primeira vez. Também vale ressaltar que muitos países permitem o registro de um grande número de designs diferentes (10, 20 ou até mesmo 100) em um único pedido, desde que todos estejam relacionados ao mesmo produto ou “classe” de produtos.

4

## SUCESSO DO DESIGN DE MODA NA ÁFRICA DO SUL

A Semana da Moda da África do Sul, criada como uma vitrine de revelação de talentos para a moda até então despercebidos no país, completa agora nove anos. O grande sucesso da edição de 2005 deste evento mostrou o quanto a indústria avançou no sentido de transformar a moda em um negócio lucrativo, gerando riquezas através do design e colocando os designers da África do Sul no centro das atenções internacionais nessa área.

O evento promove exclusivamente a indústria de design Sul-Africana – vestuário, acessórios, calçados e têxteis. Seus organizadores promovem workshops mesclando moda e artesanato nas províncias mais remotas do país. Há também concursos para jovens designers sul-africanos, em que os vencedores são premiados com a oportunidade de apresentar uma coleção de lançamento durante a Semana da Moda.

Os têxteis e artigos de moda da África do Sul são diferenciados dos outros produtos no mundo por causa das suas cores exuberantes e designs exóticos. Muitos designers nacionais se inspiram na tradição cultural. A indústria da moda na África do Sul está evoluindo segura da sua imagem quanto à sua seriedade.

*A coleção Bongive Walaza na Semana da Moda da África do Sul de 2004*



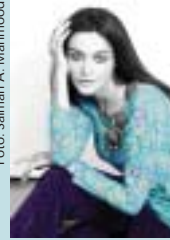
Fotógrafo: Ivan Naude

Enquanto algumas tendências da moda vêm e se vão num piscar de olhos, algumas nunca passam. Muitos itens, assim como os tecidos e têxteis de alta qualidade usados para fabricá-los, tornaram-se peças clássicas. Na boutique francesa **Hermès**, por exemplo, há uma fila de espera de um ano por uma bolsa clássica “Kelly”, consagrada em 1956, quando a Princesa Grace Kelly de Mônaco posou para a capa da revista LIFE usando-a. Cada uma dessas bolsas é feita na cor, tecido ou couro escolhidos pelo cliente. Outro exemplo é o “tartan” da **Burberry** que, passadas muitas décadas da sua criação, ainda seduz novas gerações de consumidores.

*Hermès está entre os dez maiores usuários do Sistema de Haia para o registro internacional de desenho industrial (ver página 20), com centenas de designs registrados por meio do Sistema.*



Cortesia: Hermès



*A modelo Amna Shafaat, usando uma das estampas de Yahsir Waheed que foram vítimas de contrafação.*

## BRIMFUL DESIGNS, PAQUISTÃO

Nos últimos sete anos, Brimful Designs, um estúdio de design têxtil baseado em Lahore, Paquistão, produziu e comercializou uma marca de qualidade bem-sucedida, os tecidos de algodão com design de estampas com etiqueta **Yahsir Waheed Designer Lawn**. Mas em 2003 a empresa chegou à beira da falência por causa da contrafação em grande escala que sofreu. Cópias de qualidade inferior à das estampas originais da Yahsir Waheed com vários nomes diferentes inundaram o mercado por um terço do preço do produto original. Vendedores utilizavam o catálogo de vendas da Yahsir Waheed Designer Lawn para vender as estampas falsificadas, induzindo em erro os consumidores leais à Brimful.

A forte repulsa pelos consumidores provocou um declínio vertiginoso na presença de mercado da empresa. Durante um seminário de treinamento em PI organizado pela Autoridade para Desenvolvimento de Pequenas e Médias Empresas do Paquistão (SMEDA), a Brimful buscou consultoria de especialistas nacionais na área, que recomendaram o pedido de proteção de acordo com a legislação sobre desenho industrial do Paquistão de 2000. Assim, a Brimful contratou serviços de assistência especializados e, desde 2004, tem registrado todos os designs da Coleção Yahsir Waheed Designer Lawn com o objetivo de combater a contrafação e de poder processar possíveis infratores.

Por agora, ainda não há resultados conclusivos. Os infratores não estão mais fazendo cópias idênticas dos designs, mas as cópias ainda são parecidas o suficiente para confundir consumidores. Embora o aconselhamento jurídico em PI esteja se tornando cada vez mais acessível no Paquistão, essa ainda é uma via onerosa; os proprietários da Brimful comentam que o procedimento necessário para obter e executar uma sentença jurídica no momento leva muito tempo. Eles gostariam de ver ações fortes e altamente punitivas das autoridades contra os transgressores de PI no setor têxtil, visando valorizar a legislação de proteção de design e deter futuras atividades de cópia em grande escala.

(WIPO Magazine May/June 2005)

[www.yahsirwaheed.com/enter.htm](http://www.yahsirwaheed.com/enter.htm)

Para artigos de moda de longa duração no mercado, depositar um pedido de registro para um desenho industrial pode ser a melhor maneira de prevenir o uso indevido do design por terceiros. No momento em que se dá entrada no pedido de registro (depois disso não é possível), é possível solicitar que a publicação do pedido seja postergada por até 30 meses. Este recurso é particularmente útil para quem queira manter seu design confidencial até a sua comercialização, e é disponível pelo sistema de Haia, da marca comunitária da UE e muitas legislações nacionais.

# PATENTES

## PATENTES

*“Nos têxteis técnicos, a inovação é forçada tanto pela competição feroz quanto pela demanda dos clientes – o desenvolvimento de um novo carro ou avião quase sempre provoca um avanço inventivo junto aos fornecedores dos tecidos técnicos para este produto.” Lutz Walter, da Organização Européia de Vestuário e Têxteis, Euratex.*

6

A inovação técnica – protegida por Patentes – é uma maneira de posicionar um produtor têxtil à frente dos seus competidores. Uma carteira de Patentes indica a superioridade técnica de uma empresa, por exemplo, ao inventar novos tecidos que não amarrotem, que sejam mais macios, que sejam mais resistentes às ações climáticas, que tenham maior elasticidade, etc. Esta carteira de patentes pode atrair parceiros comerciais ou investimento externo.

### Tratamento do algodão



sem celulase

com celulase

Cortesia: Novozymes

**Novozymes**, uma empresa dinamarquesa de biotecnologia especializada em enzimas e microorganismos ([www.novozymes.com](http://www.novozymes.com)), foi pioneira no uso de enzimas para o tratamento de tecidos. Embora no início não estivesse envolvida na indústria têxtil, em 1987 a empresa desenvolveu e patenteou uma tecnologia para o tratamento “stone washed” de jeans de brim. Esta tecnologia é baseada em uma enzima chamada celulase, que remove algumas das tinturas índigo do brim de forma a dar ao tecido uma aparência usada. Três anos depois, a maioria das indústrias de acabamento de brim tinham um licenciamento com a Novozymes para a utilização da celulase. Hoje em dia, a tecnologia da Novozymes para aperfeiçoar os métodos de produção e de acabamento de tecidos tem sido objeto de licenciamento em todo o mundo. A empresa possui mais de 4.200 Patentes e pedidos de patentes, e tem uma estratégia de licenciamento pró-ativa para maximizar o recebimento de royalties sobre estes ativos de PI.

Cortesia: Suberis



Calçado Suberis

A empresa italiana **Grindi Srl** inventou o Suberis, um tecido inovador feito de cortiça, que dizem ser macio como o veludo, leve como a seda, lavável, que não arranha, resistente a manchas e à prova de fogo e de água. Em 1998, após testar codificar o tratamento, a Grindi depositou um pedido de Patente internacional sob o Tratado de Cooperação em Matéria de Patente (PCT) para proteger seu produto único em um grande número de países. O tecido Suberis é usado na fabricação de vestuário, calçados e roupas esportivas, e como revestimento para muitos outros produtos. (Para saber a história da Grindi Srl, visite [wipo.int/sme/en/case\\_studies/suberis.htm](http://wipo.int/sme/en/case_studies/suberis.htm))





## ECO-DESIGN: UM TECIDO “SEGURO O SUFICIENTE PARA SER INGERIDO”

Sustentabilidade está se tornando um termo em voga no mundo do design. No setor têxtil, assim como em outros, o mercado ecológico está expandindo rapidamente, e cada vez mais empresas usam designs ecológicos para ganhar destaque com relação à concorrência.

A confecção suíça **Rohner Textil AG** fez forte campanha publicitária, cortou custos e ganhou novos negócios quando juntou forças com William McDonough, o guru do design ecológico. Juntos, eles produziram um tecido de estofamento biodegradável, que eles descrevem como “seguro o suficiente para ser ingerido”.

A Rohner já vinha produzindo de acordo com todas as regulamentações ambientais suíças. Mesmo assim, seus cortes de tecido foram declarados desperdício perigoso. Por isso, para produzir seu novo tecido, o Climatex® Lifecycle™, cada aspecto da produção, do espaço de trabalho da fábrica à eliminação de todos os corantes tóxicos e químicos, passando pelo uso de materiais orgânicos, recebeu um tratamento fundamental de revisão. Como resultado, o resíduo de água da fábrica agora é mais limpo que a água que chega à planta fabril, e o tecido pode ser processado em feltro para costuras de estofamento ou capa de proteção para jardins.

Segundo William McDonough: “Não apenas nosso novo processo de design contornou as respostas tradicionais aos problemas ambientais (reduzir, reutilizar, reciclar), como também eliminou a necessidade de regulamentação, algo que qualquer empresário considera extremamente valioso.”

*“Não tenha nada em sua casa que você não ache que seja útil, ou não conclua que seja belo.”*

*William Morris, artesão, designer (inclusive na área têxtil) e escritor britânico.*

# PATENTES

## CASO: NOVAS PATENTES PODEM REVOLUCIONAR A PRODUÇÃO TÊXTIL

Em 2002, a Procter & Gamble Company doou à Universidade da Carolina do Norte 37 patentes e pedidos de patente relacionados a um avanço significativo na tecnologia de produção de têxteis. A tecnologia usa ativadores de alvejante peróxido-catiônicos para potencialmente baixar as temperaturas, reduzindo, com isso, seus custos de manufatura.

### SISTEMA DE PATENTES GEOX BREATHES®

Os sapatos de borracha, introduzidos há 50 anos, representaram um avanço tecnológico – calçado à prova d'água que mantinha os pés secos e aquecidos, especialmente no inverno. Todavia, o aspecto negativo era a falta de saída para a transpiração, um detalhe nada pequeno considerando-se que a terceira maior concentração de glândulas de suor é encontrada na sola dos pés. A Geox lidou com este problema com um simples, embora revolucionário, sistema patenteado. A Geox conduziu uma extensiva atividade de pesquisa e desenvolvimento para apresentar uma membrana “que respira”, feita de um material de micro-poros especiais que absorve suor através da sola interna e o libera através da sola externa na forma de vapor d'água. Os micro poros – maiores que as moléculas de vapor d'água, mas menores que gotículas de água – deixam a água de fora e os pés secos, enquanto mantêm um micro clima ideal no calçado.

A equipe de pesquisa da Geox também trabalhou na solução do mesmo problema com vestuário, e descobriu uma maneira para o ar quente e a umidade serem absorvidos por uma cavidade criada nas peças da vestimenta e expelidos através de buracos de ventilação posicionados nos ombros. Esta tecnologia patenteada da GEOX proporciona uma dissipação natural do suor pelas peças da roupa e uma regulação natural da temperatura corporal.

O uso de ativadores catiônicos resulta em condições muito mais suaves de alvejamento e possibilita que o algodão retenha mais a resistência de sua fibra que o alvejamento em altas temperaturas atualmente em uso. A inovação se mostra promissora para o alvejamento de algodão cru à temperatura ambiente.

Além disso, o sucesso no desenvolvimento e uso de ativadores peróxido-catiônicos poderia permitir que uma gama maior de tecidos seja trabalhada com acabamento “permanent press”. Espera-se que esta inovação, que requer mais desenvolvimento e testes, tenha um impacto econômico significativo na produção têxtil e na manufatura de artigos de vestuário de novos tipos e de duração mais longa. Caso o processo seja desenvolvido e comercializado com êxito, a Universidade da Carolina do Norte, na qualidade de detentora exclusiva da tecnologia, beneficiar-se-á de todos os rendimentos futuros do seu uso.

*Fonte: NC State University Press Release*



Fotógrafo: Ivan Naudé



Juan Pablo Montoya



### INOVAÇÃO TÊXTIL NO MUNDO DOS ESPORTES

O tecido próprio para natação Speedo® FASTSKIN FSII, modelado a partir da pele de um tubarão, foi concebido para reduzir o atrito e permitir que nadadores ganhem segundos de vantagem, vitais em competições.

Muitas confecções têxteis trabalham com empresas de equipamentos e de roupas esportivas para resolver problemas específicos. Materiais resistentes a chamas e abrasão têm sido desenvolvidos para os macacões e capacetes de pilotos de corrida e motociclistas, reduzindo significativamente as fatalidades.

*“O grupo coletivo das **empresas têxteis automotivas** está inventando como nunca inventou em sua longa história. É uma época explosiva para criação neste negócio, com novos fios, novas capacidades de acabamento e novas tecnologias de tecelagem e tricotagem.”*

*George Moon, Expert Design do Interior de Transportes*

### DOCUMENTAÇÃO DE PATENTES

Documentos de Patentes podem conter informações que levem a novos avanços no produto ou encurtem o tempo necessário para comercializar o produto ou obter resultados de qualidade superior. Empresas da indústria têxtil podem licenciar tecnologia patenteada para obter uma vantagem competitiva ou formar uma parceria estratégica com uma outra firma para obter acesso a tecnologias. Patentes contêm informação sobre o estado

da técnica, o que pode ajudar uma empresa a evitar a perda de recursos em termos de dinheiro e tempo.

Além de verificar se uma invenção é patenteável, uma busca efetiva nas bases de dados de patentes pode proporcionar informações estratégicas muito úteis, a saber:

- As atividades de P&D dos concorrentes atuais e futuros;
- Tendências atuais em um dado campo de tecnologia;
- Tecnologias para licenciamento;
- Fornecedores potenciais, parceiros comerciais ou fontes de pesquisadores;
- Possíveis nichos de mercado em seu país ou no exterior;
- Patentes de terceiros, assegurando-se que seus produtos não estão infringindo os direitos de outros;
- Patentes que expiraram e tecnologia que se tornou de domínio público;
- Possíveis novos desenvolvimentos baseados em tecnologias existentes.

# BRANDING E MARCAS

Na indústria de vestuário, assim como nas indústrias de móveis e tecidos técnicos, empresas visionárias dão grande importância às suas políticas de Marcas. As marcas ajudam a desenvolver uma relação com os clientes, que passam a associar seus produtos com bons designs, ou qualidade e habilidade artesanal, ou excelentes propriedades técnicas. A marca é a maneira mais óbvia de distinguir os produtos de uma empresa dos produtos da concorrência. Marcas podem ser protegidas através de registro, e a obra de arte associada pode ser protegida através da lei de direitos autorais. Marcas são importantes tanto para empresas de pequeno porte, ou que estão começando, como para os grandes nomes no ramo.

A empresa italiana de roupas **Pickwick** ([www.pickwick.net](http://www.pickwick.net)) oferece um exemplo interessante de uso estratégico de uma marca para transformar um produto no seu estágio inicial em um negócio de sucesso no mundo da moda. A Pickwick agora vende uma gama de roupas de moda descontraída para adolescentes na Europa. No entanto, há pouco tempo, tudo que a empresa tinha era a própria marca, que era o desenho de um garoto sem face com um corte de cabelo arrepiado. O dono da marca começou seu negócio selecionando itens que ele julgou atraentes para adolescentes, adicionando sua marca aos produtos e distribuindo-os através do comércio local em Roma. Ele manteve baixos os custos iniciais da operação trabalhando em uma garagem.



Os adolescentes agora consideram o logotipo da Pickwick uma tendência, e estão dispostos a pagar mais por roupas desta Marca. Hoje, a empresa terceiriza a manufatura e focaliza no marketing, na distribuição, no monitoramento e no controle do uso da marca.

## CASO DE ESTUDO: MAIS QUE UM NOME

O designer japonês Takada Kenzo apostou na sua reputação de criador de tendências por mais de 30 anos para criar uma marca de valor. Ele utilizou tecidos ricos e de cores quentes, misturando design moderno com tecidos e estilos étnicos e cruzando limites culturais para criar o “look Kenzo”. Em 1993, Takada Kenzo vendeu sua grife para o gigante francês LVMH por 29 milhões de Euros, mas continuou como principal designer da Kenzo até a sua aposentadoria. Em 1997, pouco antes da sua aposentadoria, a LVMH devolveu ao designer a marca ostentando seu nome e sobrenome juntos e manteve a marca Kenzo.

Poucos anos depois, Takada Kenzo decidiu retornar para a indústria da moda, mas dessa vez para o design têxtil no revestimento de móveis e outros itens domésticos. Ele planejou registrar o seu nome em caracteres chineses (pictograma) como marca para o empreendimento. Foi quando ele descobriu que o LVMH já estava utilizando a Marca chinesa. Com isso, no início de 2005, ele processou o LVMH pelo uso ilegal do seu logo e solicitou em juízo o pagamento de milhões em royalties. Ele argumentou que a marca objeto do litígio fazia parte dos direitos que lhe foram devolvidos em 1997 nos termos do acordo negociado com o LVMH. Finalmente, a questão foi resolvida amigavelmente.

## INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS, MARCAS COLETIVAS E MARCAS DE CERTIFICAÇÃO

Entre as várias formas de proteção por marcas disponíveis para negociantes promoverem aspectos particulares de seus produtos, há tipos específicos de marcas “compartilhadas”, em particular, marcas coletivas, marcas de certificação e indicações geográficas.

**Marcas coletivas** são geralmente definidas como sinais que distinguem certas características de valor comuns em produtos e serviços de um grupo de empresas. Tais características comuns podem ser a origem geográfica, o material ou o modo de produção. O titular da marca coletiva pode ser tanto uma associação da qual essas empresas são membros ou qualquer outra entidade, incluindo instituições públicas ou cooperativas.

# MARCAS

## ALGODÃO EGÍPCIO

O clima moderado do Egito ao longo do ano é perfeito para a plantação de algodão e esta é a razão principal da qualidade superior do algodão egípcio, que é reconhecida mundialmente. O Governo egípcio reconheceu o valor de seu produto no momento inicial da produção, e já em 1926 impôs controles restritos das sementes para garantir que elas não fossem misturadas com outras de menor qualidade. Em 2001, o Ministério da Economia e Relações Exteriores do Egito e a Associação de Exportadores de Algodão da Alexandria (Alcotexa) depositaram em conjunto um pedido de marca internacional (número do Sistema de Madri 756059). O Algodão Egípcio só pode ser utilizado sob acordo de licença e garante a qualidade e a superioridade dos produtos feitos 100% deste material.



Cortesia da Fundação do Patrimônio Cultural do Irã



Em muitos países, produtos de origens territoriais distintas podem também utilizar **indicações geográficas**, que foram concebidas para identificar o produto como originário de um país ou localidade e, por isso, reputado por qualidades ou características particulares. As indicações geográficas para certos produtos, especialmente vinhos e bebidas destiladas, gozam de uma proteção de mais longo alcance que as indicações geográficas para outros produtos ou produtos vendidos sob uma marca coletiva.

## INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS PARA CARPETES IRANIANOS

Com 1,5 milhões de pessoas diretamente engajadas na produção de carpetes por todo o Irã, o país tem razões econômicas e culturais irrefutáveis para protegê-los de imitações. Os carpetes iranianos tecidos a mão em várias regiões do país são conhecidos por suas características distintivas associadas com cada região: motivos tradicionais, tipos de nós e métodos utilizados durante a manufatura, os corantes baseados em plantas endêmicas, etc. Há muitos anos, cooperativas e agremiações de produtores locais têm conseguido proteger essas características regionais específicas através de legislações para marcas coletivas. Mas agora o parlamento iraniano aprovou a Lei para Proteção de Indicações Geográficas (2005), que possibilita aos tecelões de carpete adotar medidas mais fortalecidas para salvaguardar os elementos distintivos que tornam os carpetes de suas regiões especiais.

Fonte: *"Special Characteristics of Iranian Hand-Woven Carpets: How to protect them on national and international levels on the basis of geographic indications"*, por Massoud Taromsari, Universidade do Teerã.

Alguns países também oferecem a proteção por **marcas de certificação**. Marcas de certificação normalmente demonstram adequação a padrões definidos, mas não subordinam o candidato a ostentar a marca a integrar uma associação. Elas podem ser utilizadas por qualquer um que possa certificar que os produtos em questão estão de



acordo com certos padrões pré-estabelecidos. Entre as marcas de certificação famosas, podemos citar a WOOLMARK, que certifica que os produtos que a ostentam são 100% compostos de lã.

RUGMARK é uma etiqueta de certificação criada por uma organização sem fins lucrativos que trabalha pelo fim do trabalho infantil na Índia, no Nepal e no Paquistão. A etiqueta



assegura aos consumidores que nenhum trabalho infantil foi empregado para a manufatura dos tapetes e carpetes que levem esta marca de certificação. Para que possam utilizar a marca RUGMARK, os fabricantes de carpete interessados registram seus teares na Fundação Rugmark e recebem monitoramento constante,

incluindo inspeções não anunciadas. Cada carpete é numerado individualmente, para que se possa rastrear o tear onde foi produzido. Esse recurso também é uma forma de combater contrafações à marca de certificação.

Marcas coletivas e de certificação podem representar instrumentos úteis na assistência de PMEs do setor têxtil para superar alguns desafios que elas enfrentam devido ao seu porte ou ao seu isolamento no mercado. Os escritórios nacionais de PI podem fornecer mais informações sobre os procedimentos para o registro e uso de marcas coletivas e de certificação.



Crédito: Raymond Sluiter, Holanda

*Uma lhama Vicuna peruana*

## FIBRAS PRECIOSAS

A lã de vicuna, a fibra natural mais valiosa do mundo, é vendida a US\$ 225 por libra do velo cru. A vicuna, uma lhama nativa de uma área dos Andes que faz fronteira com a Argentina, Bolívia, Chile, Equador e Peru, é praticamente impossível de ser domesticada. Os governos desses países têm desenvolvido políticas para prevenir sua extinção, e também vêm tentando obter benefícios das oportunidades econômicas assombrosas que oferece essa espécie rara de lã, considerada melhor que a caxemira. Na época dos Incas, apenas o soberano e sua corte podiam usar essa fibra de qualidade; atualmente, em Buenos Aires, os turistas pagam cerca de US\$ 2.000 por um casaco de vicuna.

**Loro Piana**, uma empresa italiana de moda e têxtil especializada em selecionar as melhores matérias-primas no mundo, vem mantendo há anos relações diretas com o Governo do Peru, e vem participando ativamente numa operação de prevenção da extinção das espécies de vicuna. Para evitar o roubo dos animais e garantir o sustento dos nativos, propõe-se que todas as peças de roupa de vicuna sejam vendidas com uma certificação de origem, como já é o caso no Peru.

## SARIS RAROS DE TEARES MANUAIS

Um grupo de tecelões de teares manuais em Pochampally, uma pequena cidade de Nalgonda, distrito de Andhra Pradesh, Índia, conhecido há séculos por seu design *ikat* único e tradicional, agora são protegidos por indicações geográficas. Os 5.000 tecelões de teares manuais fazem o famoso design de sari *tye-and-dye* Pochampally *ikat*, que exige tecelagem e tingimento extremamente trabalhosos. Trata-se do primeiro artesanato tradicional indiano a receber este status de acordo com a nova Lei de Indicação Geográfica do país, instituída em 2003.

Muitos outros tecidos feitos no Sudeste da Ásia também podem ser beneficiados por esta proteção. Por exemplo, a seda de *longyi* feita a mão, usada durante gerações para fazer sarongues em Myanmar, tão complexa que são necessárias oito horas para tecer uma polegada e ao menos três meses para acabar um pedaço de tecido; ou o *Jusi*, um tecido bordado trançado de seda e fibra de abacaxi, que é usado em ocasiões formais no norte das Filipinas.

Cortesia dos Saris: Sanjeeta Jaiya





# SEGREDOS INDUSTRIAIS E NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS

Segredos de negócios (ou industriais) podem abranger uma série de fatores, desde a lista de fornecedores-chave e clientes essenciais ao uso de ferramentas de software para o design. Também abarca a gerência logística da cadeia de valor em questão e os processos e invenções mantidos sob sigilo. Em alguns negócios da moda, segredos industriais servem para proteger modelos de gestão que, ao fazerem uso da informatização por meio de softwares, tornam-se fundamentais para a estratégia de uma dada organização baseada em máximas como sigilo e rapidez, com vistas a fornecer uma quantidade limitada de produtos de moda.

Por exemplo, a cadeia espanhola varejista de moda **ZARA** usa um sistema de tecnologia da informação própria para encurtar seu ciclo de produção – ou seja, o tempo necessário da identificação de uma nova tendência à entrega do produto acabado – a um período ínfimo de 30 dias. A maioria de seus concorrentes levam de 4 a 12 meses para concluir este processo. A empresa recebe um fluxo diário de e-mails de gerentes de suas lojas sinalizando novas tendências, tecidos e cortes, a partir dos quais seus designers rapidamente preparam os novos estilos. O tecido selecionado é imediatamente cortado numa instalação automatizada, e enviado para as confecções. Um sistema de distribuição de alta tecnologia, com 200 quilômetros de linhas subterrâneas e mais de 400 afluentes, assegura que os itens acabados sejam despachados e cheguem às lojas dentro de 48 horas.

Outras empresas do ramo da moda fazem uso da tecnologia da informação para customizar produtos em resposta àquelas necessidades individuais de um dado cliente. Por exemplo, **Shirtsdotnet** ([www.shirtsdotnet.com](http://www.shirtsdotnet.com)) objetiva reformar a indústria tradicional de vestuário através da inversão do processo de decisão da fabricação e seguindo o modelo de negócio feito sob encomenda. O Shirtsdotnet é uma plataforma de software do estilo B2B (*business to business*) voltado a empresas do ramo da moda, que oferece soluções sob medida para a customização em massa de vestuário para empresas voltadas a pedidos feitos por correspondência ou pela internet. Os fregueses podem projetar e solicitar uma vestimenta diretamente da loja virtual. O negócio conta com um software próprio, que é protegido como um segredo de negócio e por lei de direitos autorais.

Como todos os exemplos desta publicação demonstram, criatividade e capital intelectual são essenciais para o sucesso nos negócios na indústria têxtil. A proteção deste capital intelectual na forma de ativos de PI provoca um aumento considerável nos rendimentos através da venda, licenciamento e comercialização de novos produtos diferenciados, fortalece a participação no mercado, aumenta as margens de lucro e reduz o risco de infringir os direitos de PI de terceiros. Um bom gerenciamento de ativos de PI em um plano comercial ou de marketing ajuda a fortalecer o valor de uma empresa junto a investidores e instituições de financiamento.

A próxima seção desta publicação apresenta um breve resumo das diferentes vias disponíveis a empresários que queiram proteger seus ativos de PI no seu país e no exterior.

# A PROTEÇÃO À PROPRIEDADE INTELECTUAL

## COMO PROTEGER OS DESENHOS INDUSTRIAIS

Na maioria dos países, um desenho industrial deve ser registrado para que possa ser protegido pela legislação de desenho industrial. Para registrar um desenho industrial, é necessário depositar um pedido de registro no escritório nacional de PI do país onde se busca a proteção.

Legislações recentes em alguns países ou áreas econômicas comuns, tal como a União Européia, possibilitaram a proteção por tempo limitado para desenhos industriais não registrados durante três anos a partir da primeira publicação do design (ver página 3).

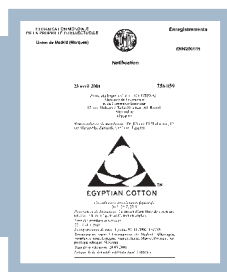
## COMO SOLICITAR UMA PROTEÇÃO POR PATENTE

Para obter uma proteção por patente, é necessário preparar um pedido de registro da patente e depositá-lo no escritório de patentes nacional ou regional onde se busca a proteção. A elaboração do pedido de

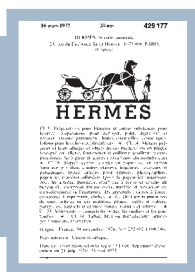
registro e seu monitoramento até que a patente seja concedida é uma tarefa complexa, que envolve:

- realizar uma pesquisa de estado da técnica, visando identificar qualquer técnica prévia que torne a invenção não-patenteável;
- escrever as reivindicações e descrever detalhadamente a invenção combinando terminologias técnicas e jurídicas;
- manter contato com o escritório de registro de patentes nacional ou regional, especialmente durante o exame substantivo da Patente; e
- fazer as emendas necessárias à aplicação quando solicitadas pelo escritório de registro de Patentes.

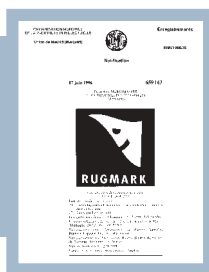
O pedido incluirá uma descrição completa da invenção, as reivindicações da Patente que determinam o alcance da patente solicitada, os desenhos e um resumo. O preparo deste pedido exige que se conheça a fundo a legislação de patentes e os procedimentos do escritório de registro. Portanto, apesar do auxílio legal ou técnico não ser normalmente obrigatório, recomendamos fortemente consultar um perito em PI.



ALGODÃO EGÍPCIO



HERMÈS



RUGMARK

## COMO PROTEGER UMA MARCA

A proteção por marca pode ser obtida através de registro ou, em alguns países, pelo seu uso. Mesmo onde as marcas possam ser protegidas pelo uso, é aconselhável registrar a marca através de um requerimento apropriado no escritório nacional. Registrar uma marca fornecerá uma proteção mais forte, especialmente em caso de conflito com uma marca idêntica ou semelhante a ponto de causar confusão. Para o registro, os serviços de um agente são freqüentemente muito úteis e, em alguns países, obrigatórios.

O primeiro passo é depositar um pedido de marca no escritório nacional de PI, incluindo os dados de contato da empresa, uma ilustração gráfica da marca (um formato específico pode ser exigido), uma descrição da(s) classe(s) de produtos e/ou serviços para que se deseja o registro da marca, e pagar as taxas necessárias. O tempo necessário para o registro de uma marca varia significativamente de país a país, e geralmente vai de três meses a dois anos. Por isso, a solicitação deve ser depositada com antecedência, a fim de assegurar o registro a tempo para seu uso na propaganda e venda dos produtos relevantes.

O período de proteção da marca varia. Porém, em muitos países, as marcas registradas são protegidas durante 10 anos. O registro pode ser renovado indefinidamente (normalmente, durante períodos consecutivos de 10 anos) mediante o pagamento de taxas de renovação.

### COISAS A FAZER PARA SELECIONAR UMA MARCA

- Verifique se a marca atente a todos os **pré-requisitos legais** para registro.
- Assegure-se de que a marca não é idêntica nem **semelhante a ponto de causar confusão** a uma marca existente.
- Assegure-se de que a marca é fácil de **ler, escrever**, lembrar, e que é conveniente para todos tipos de propaganda nos diferentes meios de comunicação.
- Assegure-se de que a marca não tem qualquer **conotação indesejada**.
- Verifique se o **nome de domínio** correspondente está disponível para registro.

# PROTEÇÃO

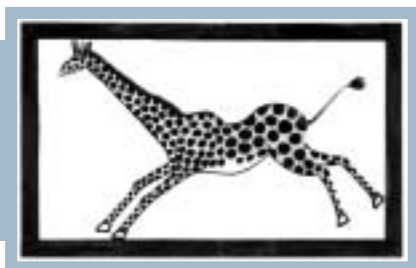
## PROTEÇÃO À PI NO EXTERIOR – REIVINDICAÇÃO DE PRIORIDADE

A proteção da PI é territorial no sentido em que geralmente é limitada ao país ou à região onde é registrada. Então, uma decisão chave para os gerentes de negócio é decidir em que outros países a empresa tem necessidade de proteger sua PI. O tempo, aqui, é fundamental.

A data de depósito do primeiro pedido de **patente** para uma determinada invenção é chamada de **data de prioridade**. Qualquer pedido de registro subsequente em outros países depositado dentro de 12 meses a partir dessa data (ou seja, dentro do período de prioridade) beneficiar-se-á do depósito anterior e terá prioridade sobre os outros depósitos para a mesma invenção depositada por outros depois da data de prioridade. É altamente aconselhável depositar pedidos de patentes no exterior dentro do período de prioridade. Após o período de prioridade, e até que a patente seja publicada pela primeira vez pelo escritório de registro de Patentes (geralmente 18 meses depois da data de prioridade), ainda é possível depositar um pedido de registro para a mesma invenção em outros países, mas não é mais possível reivindicar a prioridade do depósito anterior.

Com **desenhos industriais**, o solicitante normalmente recebe um período de seis meses a partir da data em que o pedido de proteção foi depositado no primeiro país para reivindicar o direito de prioridade ao solicitar a proteção do desenho em outros países. Ao final do período, o solicitante não poderá mais solicitar a proteção do pedido no exterior, pois o desenho não será mais considerado novo.

O período de prioridade para uma **marca** é de seis meses a contar da data de depósito do primeiro pedido. O registro de uma marca em um país concede direitos sobre a marca somente naquele país, a menos que a marca seja considerada notória.



Registro Internacional  
de Hava n° DM/58977



Registro Internacional  
de Hava n° DM/58977



Registro Internacional  
de Hava n° DM/58980

## TRÊS VIAS PARA PROTEÇÃO

- Via Nacional:** Pode-se buscar proteção separadamente através do depósito no escritório nacional de PI de cada país em que a proteção é solicitada. O processo pode ser bastante desgastante e caro. A tradução para as línguas nacionais geralmente é exigida, assim como o pagamento de taxas administrativas (e, às vezes, legais).
- Via Regional:** Certos acordos regionais capacitam o registro de desenhos industriais num grupo de países signatários destes acordos. Um depositante interessado em obter proteção nesses países tem a opção de depositar um único pedido no escritório regional de PI responsável.

Escritórios regionais de PI para **desenhos industriais** e **marcas** incluem:

- Organização Africana da Propriedade Intelectual (OAPI) ([www.oapi.wipo.net](http://www.oapi.wipo.net));
- Organização da Propriedade Industrial Regional Africana (ARIPO) ([www.aripo.org](http://www.aripo.org));
- Escritório de Designs Benelux (BDO) ([www.bbtm-bbdm.org/](http://www.bbtm-bbdm.org/)); e
- Escritório da União Européia para Harmonização no Mercado Interno (OHIM) ([oami.eu.int/](http://oami.eu.int/)).

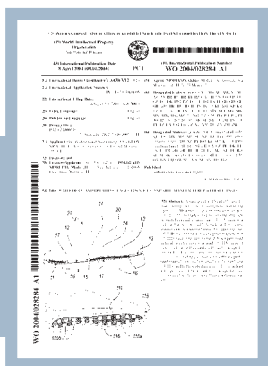
Escritórios regionais de PI para **patentes** incluem:

- Organização Africana da Propriedade Intelectual (OAPI) ([www.oapi.wipo.net](http://www.oapi.wipo.net));
- Organização da Propriedade Industrial Regional Africana (ARIPO) ([www.aripo.org](http://www.aripo.org));
- Organização de Patente Eurasiática (EAPO) ([www.eapo.org](http://www.eapo.org));
- Escritório de Patentes Europeu (EPO) ([www.epo.org](http://www.epo.org)); e
- Escritório de Patentes do Conselho de Cooperação do Golfo ([www.gulf-patent-office.org.sa](http://www.gulf-patent-office.org.sa)).

**Via internacional: desenhos industriais** – Empresas que queiram registrar internacionalmente seus desenhos industriais em vários países também podem poupar tempo e dinheiro utilizando o mecanismo oferecido pelo **Sistema de Haia**, administrado pela OMPI. Um depositante de um país membro pode depositar um único pedido internacional na OMPI, designando tantos outros países membros como o depositante desejar. Para mais informações, visite o site da OMPI em: [www.wipo.int/hague/](http://www.wipo.int/hague/).

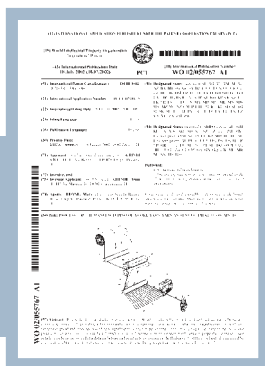
**Via internacional: patentes** – O **Tratado de Cooperação em Matéria de Patentes (PCT)**, administrado pela OMPI, oferece a opção de depositar um único pedido de Patente para proteger uma invenção em todos os países membros do PCT ou em qualquer um individualmente. Para que uma empresa possa utilizar o sistema do PCT, ela deve ter uma presença industrial ou comercial efetiva e real em um dos países membros. O pedido pode ser depositado tanto em um escritório de Patentes nacional ou regional e/ou no escritório receptor de PCT da OMPI. Para mais informações, visite o site da OMPI em: [www.wipo.int/patentscope/en/](http://www.wipo.int/patentscope/en/).

**Via internacional: marcas** – O Sistema de **Madri**, administrado pela OMPI, fornece um procedimento menos oneroso para o registro e manutenção de uma marca nos países signatários do Sistema por meio de um único pedido. Para utilizar o sistema, o solicitante deve ser originário de um país membro do sistema de Madri e a marca deve ter sido registrada ou solicitada neste país. Para mais informações, visite o site da OMPI em: [www.wipo.int/madrid/](http://www.wipo.int/madrid/).



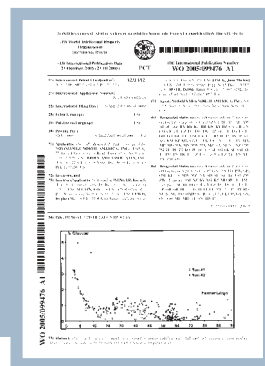
GEOX

Pedido internacional do PCT  
n° WO 2004/28284



GRINDI

Pedido internacional do PCT  
n° WO 02/055767



NOVOZYMES

Pedido internacional do PCT  
n° WO2005/099476

## **PUBLICAÇÕES DA SÉRIE “PROPRIEDADE INTELECTUAL PARA O COMÉRCIO E A INDÚSTRIA”**



### **A CRIAÇÃO DE UMA MARCA**

Uma Introdução às Marcas de Fábrica ou de Comércio para as Pequenas e Médias Empresas.

Publicação da OMPI n° 900



### **A BELEZA EXTERIOR**

Uma Introdução aos Desenhos Industriais para as Pequenas e Médias Empresas

Publicação da OMPI n° 498



### **INVENTING THE FUTURE**

An Introduction to Patents to Small and Medium-Sized Enterprises  
(não disponível em português)

Publicação da OMPI n° 917



### **CREATIVE EXPRESSION**

An Introduction to Copyrights to Small and Medium-Sized Enterprises  
(não disponível em português)

Publicação da OMPI n° 918

