

## USO ESTRATÉGICO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NA INDÚSTRIA CERÂMICA DE SANTA CATARINA

Scheila Pricila Símon Néres<sup>1</sup>, João Tanan Corrêa<sup>2</sup>, Luiz Henrique Castelan Carlson<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Santa Catarina - Santa Catarina - Brasil  
[scheila\\_psn@hotmail.com](mailto:scheila_psn@hotmail.com)

<sup>2</sup> Universidade Federal de Santa Catarina - Santa Catarina - Brasil  
[tanan.joao@gmail.com](mailto:tanan.joao@gmail.com)

<sup>3</sup> Universidade Federal de Santa Catarina - Santa Catarina - Brasil  
[luizhcarlson@gmail.com](mailto:luizhcarlson@gmail.com)

### Resumo

*A Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina- FIESC a fim de atender sua missão de aumentar a competitividade de Santa Catarina, desenvolveu o Programa de Desenvolvimento Industrial Catarinense -PDIC 2022, e por meio dele levantou as principais visões de futuro de diversos setores industriais do Estado, dentre eles o setor de Cerâmica do Estado de Santa Catarina. Este artigo visa mostrar formas que poderão auxiliar no alcance das visões propostas pelo setor de Cerâmica por meio do uso da Propriedade Intelectual e suas diversas ferramentas.*

**Palavras-chave:** propriedade intelectual; cerâmica; inovação; tecnologia.

### 1 Introdução

A inovação numa visão holística é, hoje, o ato de procurar melhorias, evoluções, criar ferramentas para se inserir no mercado de forma cada vez mais competitiva e contínua. Proença *et al.* (2015) citam a visão neoschumpeteriana que diz que a inovação é “o motor do crescimento, chave para aumentar a produtividade, e a competitividade, resultante de processos evolucionários e cumulativos de conhecimento que implicam resultados econômicos”.

Segundo Manual de Oslo (1997, p.22) a inovação pode ocorrer em qualquer setor da economia, inclusive no setor público. Também distingue a inovação em quatro tipos: organizacionais, de *marketing*, de produto e de processo, onde os dois últimos são bastante ligados à inovação tecnológica.

A propriedade intelectual é um dos mecanismos propulsores da inovação, ela traz consigo ferramentas que facilitam, incentivam e garantem a inovação em todos os setores, aqui, falar-se-á

sobre como a propriedade intelectual pode ajudar a alcançar as visões de futuro de um setor específico, o setor cerâmico de Santa Catarina.

## **2 Tecnologia**

Muito ligada à inovação, por trazer melhoramentos na vida do ser humano, a tecnologia é uma técnica de estudo que visa expor de alguma forma o conhecimento científico do homem visando o aperfeiçoamento de algo.

Com o surgimento da internet facilitando o crescimento da economia e de uma nova realidade, a *tecnologia* tem papel fundamental e estratégico. Em suma, “Não existe atividade que não venha sofrendo alterações em virtude da presença crescente dos avanços das tecnologias de informação e comunicação” (FERNANDES, 2003, p. 115).

Conforme conceitua Fernandes (2003, p. 115), tecnologia é

[...] um conjunto ordenado de conhecimentos científicos, técnicos, empíricos e intuitivos empregados no desenvolvimento, na produção, na comercialização e na utilização, de bens e serviços, têm por foco o domínio econômico, como a produção de um automóvel que consuma menos combustível ou uma técnica cirúrgica menos invasiva.

A tecnologia, assim como P&D foram definidos como pontos críticos no PDIC 2022, demonstrando a necessidade de serem trabalhados e melhorados. A tecnologia e P&D andam lado a lado, visto que o primeiro é, em muitas vezes, o resultado do segundo. Superando a deficiência nestas áreas é possível percorrer o caminho para atingir as visões de futuro, mais a frente citadas, com mais técnica e eficiência.

## **3 Propriedade Intelectual**

Propriedade intelectual é a proteção dos bens intangíveis de pessoas físicas e jurídicas. Através da propriedade intelectual dá-se a titularidade a quem criou, inventou ou expressou algo, lhe dando a possibilidade de ser reconhecido como proprietário ou criador, de reaver seus investimentos e até mesmo visar lucros.

Para Barbosa (2009, p. 7)

Propriedade intelectual é o termo correspondente às áreas do direito que englobam a proteção aos sinais distintivos (marcas, nomes empresariais, indicações geográficas e outros signos de identificação de produtos, serviços, empresas e estabelecimentos), as criações intelectuais (patentes de invenção, de modelo de utilidade e registro de desenho industrial),

a repressão à concorrência desleal, as obras protegidas pelo direito de autor, os direitos conexos, enfim, toda a proteção jurídica conferida às criações oriundas do intelecto.

As ferramentas ofertadas pela propriedade intelectual irão nortear este artigo, definindo estratégias sólidas para o auxílio à inovação, baseadas na legislação brasileira, garantindo a propriedade de tudo que é criado.

#### **4 Cerâmica**

Segundo dados do PDIC 2022, o setor cerâmico é responsável atualmente por 19 mil empregos. Totalizou 631 indústrias em 2014. Suas exportações apresentam 1,4% das exportações do Estado de Santa Catarina, somando US\$ 121 milhões em 2014. Estes dados colocam Santa Catarina como segundo maior exportador do Brasil no segmento. Por isso a importância deste artigo.

Cerâmica é o nome dado a materiais inorgânicos, não metálicos, e tratados em alta temperatura na maioria dos casos e que possui utilidades variadas. Segundo Higgins (1982) “a palavra “cerâmico” é derivada do grego “Keramos”, ou “argila de moldagem”. Incluem-se também neste grupo produtos de vidro, gesso, cimentos, matérias de construção, tais como tijolos, ladrilhos, tubos de drenagem, materiais de isolamento elétrico, revestimentos, porcelana e as tradicionais: cerâmica, louça e louça sanitária. Higgins (1982) divide os Cerâmicos em quatro grupos principais, com base em sua composição e estrutura, são eles Cerâmicos amorfos, Cerâmicos cristalinos, Cerâmico ligado e Cimentos.

#### **5 Metodologia**

Tendo como base Programa de Desenvolvimento Industrial Catarinense (PDIC) e utilizando-se de pesquisa teórica e bibliográfica, este artigo se norteou em seu primeiro momento na análise e estudo das informações, visões e desejos levantados pelo estudo citado acima, passando após, para entrevistas de validação e questionamentos de informações.

Em um segundo momento, foram alavancadas ferramentas da propriedade intelectual que podem ir de encontro às visões definidas no estudo, objetivando o auxílio em seu alcance. Neste artigo, serão citados dados referentes a níveis de inovação no sul do Estado de Santa Catarina, assim como números referentes a pedidos de patente, produtos passíveis de proteção, expectativas e planejamentos para os próximos seis anos do setor.

#### **6 Apresentação dos Dados e Discussões**

Santa Catarina possui muitas áreas passíveis de desenvolvimento que podem ser exploradas economicamente e tecnologicamente. Tendo esta visão, e entendendo que o Estado possui potencial

de crescimento, a FIESC através do Programa de Desenvolvimento Industrial Catarinense (PDIC), desenvolveu um Estudo Socioeconômico, objetivando delinear caminhos e meios para um futuro mais desenvolvido para o Estado. Uma das formas encontradas para se chegar ao ponto desejado foi construir visões de futuro para cada segmento. O sul de Santa Catarina apresenta segmentos riquíssimos e com necessidades de ampliação e exploração. Dentre eles, o segmento Cerâmico, o qual será abordado neste artigo.

Tendo como foco o melhoramento nos números de valor de produção industrial e dos demais números citados no estudo, a FIESC chegou a quatro visões de futuro, conforme as necessidades do segmento cerâmico. Neste artigo três deles serão abordados, com o objetivo de facilitar seu alcance através da propriedade intelectual.

Conforme abstraído do Estudo socioeconômico da FIESC, são eles:

1-Cerâmica de mesa de excelência em *design* e funcionalidade: Desejo do segmento em se tornar líder em tecnologia, com seus produtos possuindo funcionalidades e *design* diferenciados. Com isso, o Estado almeja ser reconhecido pelo desenvolvimento e fabricação de cerâmicas de mesa e adorno de alta qualidade e valor agregado.

2-Indústria de revestimentos cerâmicos referência em tecnologia, inovação, *design* e sustentabilidade: Desejo de Santa Catarina em ser reconhecido como polo de excelência internacional na produção de cerâmica de revestimentos de alta qualidade, funcionalidades ampliadas, *design* inovador e sustentabilidade.

3-Polo industrial com pesquisa, desenvolvimento e inovação em Cerâmica Avançada: Anseio do segmento em se tornar referência em pesquisa, desenvolvimento tecnológico e produção de cerâmica avançada.

Para a primeira visão e desejo de ser líder em tecnologia para *design* diferenciado a propriedade intelectual oferece a proteção por Desenho Industrial. O consumidor tende a decidir a compra de um determinado produto por causa também das suas características estéticas, ou seja, pelo seu *design*. O *design* é montado por características distintas, características estas que podem ser aplicadas numa superfície (2D), ou no produto propriamente dito (3D).

Estes produtos, com *design* e características exclusivas, podem se tornar uma propriedade para aquele que os criou, lhe dando a possibilidade de exclusividade, reconhecimento da população consumidora e lucro sobre vendas e licenciamentos. Segundo Barbosa (2009, p.128), esta proteção é “assegurada, desde que não tenha finalidade unicamente artística, sendo necessário, ainda, que o objeto possa ser replicado industrialmente”. Segundo a Lei nº 9.279 (Brasil, 1996, art. 95) prevê que o Desenho Industrial é a forma plástica ornamental de um objeto (tridimensional) ou o conjunto ornamental de linhas e cores (configurações estéticas bidimensionais) que possa ser aplicado a um

produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial.

Já a proteção por Indicação Geográfica poderá trazer de forma mais eficaz e robusta a concretização do sul de Santa Catarina ser referência em produção de cerâmica e revestimentos com qualidade destacada, design inovador e sustentabilidade. A Indicação Geográfica é uma proteção intelectual que confere proteção a produtos e serviços, quando estes possuem determinadas qualidades e características vinculadas a sua origem ou região. Sendo dividida em duas formas, Indicação de Procedência e Denominação de Origem, a Indicação Geográfica acrescenta credibilidade e valor a um produto ou serviço destacando-o de seus concorrentes e gerando grande diferencial competitivo no mercado através do selo que lhe é conferido. Jungmann, Bonetti (2010) afirmam que “tanto o nome da área geográfica como o produto ou serviço produzido na área delimitada, são passíveis de proteção por esta modalidade do direito de propriedade industrial. Produtos protegidos por indicação geográfica podem ser identificados por selos de garantia de procedência contidos em sua embalagem”. Muitas vezes valoriza-se também a região em que está inserido, alavancando o desenvolvimento local.

Para Santa Catarina atingir o terceiro objetivo, cito se tornar polo industrial e referência em pesquisa, desenvolvimento tecnológico e produção de Cerâmica avançada, é fundamental que seja feito uso de todas as ferramentas existentes nas Buscas em Bases Tecnológicas de patente, O Pedido de Patente e suas respectivas extensões para demais países. Com as Buscas em Bases tecnológicas de patentes, o empresário, terá acesso a informações organizadas e poderá utiliza-las como ferramenta competitiva para o seu negócio. O empresário poderá descobrir se a tecnologia que ele está desenvolvendo já não foi criada por terceiros, isso evita a perda de tempo e investimento no desenvolvimento de algo que não poderá ser utilizado no futuro, ou em outros casos, algo que já possua dono. A Busca traz também a possibilidade de acompanhar seus concorrentes, permitindo estar sempre atualizado do que está acontecendo no ramo e quais as tecnologias que irão surgir no mercado num futuro próximo. Também é possível, através da Busca, encontrar tecnologias específicas que o empresário tenha interesse em licenciar, evitando gastos com pesquisa e desenvolvimento. A documentação de patentes é a mais completa entre as fontes de pesquisa.

Estudos revelam que 70% das informações tecnológicas contidas nestes documentos não estão disponíveis em qualquer outro tipo de fonte de informação. De acordo com a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), o número de pedidos de patente é da ordem de 2,5 milhões a cada ano, que resultam em cerca de 1,2 milhões de patentes concedidas por ano. Empresas nos Estados Unidos, na Ásia e na Europa utilizam, cada vez mais, este instrumento como insumo estratégico de importância fundamental em suas atividades competitivas, tais como: desenvolvimento de novas tecnologias, monitoramento de concorrentes, identificação de tendências tecnológicas, investimentos. Cabe ressaltar que

entende-se por documento de patente, as patentes já concedidas, como também os pedidos de patente ainda não examinados. (INPI, 2016).

O Pedido de Patente é indicado para quem possui interesse em proteger um novo produto ou uma melhoria, um aperfeiçoamento de processo de produção, um sistema inovador etc. “Uma patente é um direito exclusivo concedido pelo Estado relativamente a uma invenção (ou modelo de utilidade), que atende ao requisito de novidade, envolve uma atividade inventiva (ou ato inventivo) e é suscetível de aplicação industrial”. INPI (2013). O Brasil possui acordos para extensão de pedidos de patentes para outros países, facilitando o processo para quem deseja ser reconhecido mundialmente.

Para todos os anseios encontrados no Estudo Socioeconômico é imprescindível que se trabalhe de forma assídua e dedicada em cima do fortalecimento da marca utilizada, iniciando por sua proteção através do Registro de Marca. Conforme Barbosa (2008) “o registro de marcas resulta na apropriação de uma expressão ou símbolo visual, extraindo do universo das potencialidades semiológicas um determinado complexo significativo, cujo uso torna-se exclusivo ao titular para determinados contextos”. As marcas, ou sinais distintivos, são a identidade dos produtos, da empresa. São um dos patrimônios mais importantes do seu negócio. A marca define seu negócio, permite ações estratégicas de marketing e publicidade, cria fidelidade e relacionamento com seus consumidores, é ela que distingue a empresa no mercado frente aos seus concorrentes. Segunda o Inpi (2013) cita “marca é um sinal visualmente perceptível capaz de distinguir os produtos ou serviços de uma empresa, principalmente, em relação a outros concorrentes”.

Ter a propriedade deste sinal distintivo e fazer sua correta gestão é fundamental para o seu negócio, no pequeno, no médio e no longo prazo.

O registro da marca garante segurança, tanto jurídica para o titular, quanto para seus clientes consumidores que adquirem credibilidade com a mesma.

No que tange o desenvolvimento de sistemas facilitadores tanto para gestão quanto para o desenvolvimento e operacionalização do segmento cerâmico, a proteção por Registro de Software também é muito indicada. Este tipo de registro garante a titularidade do programa de computador desenvolvido. Registrar o software não é obrigatório, porém evita contratempos judiciais quanto a questionamentos sobre a propriedade e autoria. Jungmann, Bonetti (2010) afirmam que “os programas de computador são protegidos pelo direito autoral e, como tais, o registro é opcional. No entanto, por serem um importante patrimônio que possibilita intensa atividade comercial de licenciamento, principalmente para as empresas da área de tecnologia da informação e comunicação (TIC), geralmente são registrados nos órgãos competentes”.

## 7 Considerações Finais

Com as sugestões sobre a propriedade intelectual como ferramenta de inovação e desenvolvimento, foi possível mostrar estratégias técnicas e práticas para a inovação e crescimento do setor cerâmico do sul de Santa Catarina. A falta de disseminação da cultura da propriedade intelectual resulta na insuficiência do uso das ferramentas e mecanismos de proteção. Este artigo visou diminuir a falta de conhecimento deste mecanismo. O Incentivo da interação entre as empresas e a proteção do capital intelectual se mostrou extremamente importante para o setor, principalmente pelo aspecto tecnológico, que por sua vez, se beneficiando das bases de dados tecnológicas, poderiam antecipar o atual cenário de inovação afim de diminuir tempo em pesquisa de tecnologias existentes e protegidas, eliminar investimento em equipamentos dispendiosos e tecnologicamente ultrapassados, bem como, diminuição da contratação de capital humano ineficiente para o atual cenário econômico. Este artigo disseminou conhecimentos sobre propriedade intelectual que podem auxiliar não só o segmento cerâmico como qualquer segmento que tenha como objetivo se desenvolver solidamente, pontuou de forma simples quais as melhores estratégias e os melhores mecanismos de proteção para cada tipo de anseio do setor.

## 8 Referências

- BARBOSA, C. **Propriedade intelectual**: introdução à propriedade intelectual como informação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- BARBOSA, D. **Proteção das marcas**: uma perspectiva semiológica. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.
- BRASIL. Lei da Propriedade Industrial nº 9.279, de 14 de maio de 1996. **Regula direitos e obrigações relativos a propriedade industrial**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm)>. Acesso em 04 abril 2017.
- FERNANDES, J. **Gestão da tecnologia como parte da estratégia competitiva das empresas**. 1. ed. Brasília: IPDE, 115p. 2003.
- HIGGINS, R.A. **Propriedade e estruturas dos materiais em engenharia**. São Paulo: Difel, 1982.
- INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **A criação de uma marca**: uma introdução às marcas de produtos e serviços para as pequenas e medias empresas. Rio de Janeiro: INPI, 2013.
- INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Inventando o futuro**: uma introdução às patentes para as pequenas e medias empresas. Rio de Janeiro: INPI, 2013.
- INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Guia básico de informação tecnológica de patentes, 2016. Disponível em < <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/informacao/guia-basico-informacao-tecnologica>>. Acesso em 06 abril 2017.
- JUNGMANN, D; BONETTI, E. **A caminho da inovação**: proteção de negócios com bens de propriedade intelectual: guia para o empresário. Brasília: IEL, 2010.
- MANUAL DE OSLO: **diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. Terceira edição. [S.I.: s.n.], 1997.

PROENÇA, A.; LACERDA, D.; ANTUNES, J.; TÁVORA, J.; SALERNO, M. **Gestão da inovação e competitividade no Brasil: da teoria para a prática**. Porto Alegre: Bookman, 2015.