

O Mal da Cópia

Da Redação Uma epidemia que vai custar caro

Na infância, dá-se o nome de “macaco de imitação”. Você inventa uma novidade, e lá vem ele, fazendo igual. É irritante. O tempo passa e vamos aprendendo que invenção, criação tem valor mensurável, é algo que se registra e que, segundo as leis, quem copia deve ter um acordo contratual com o criador, pagar *royalties* ou direitos autorais, sob pena de ser processado, caso não o faça. Mas, a vida passa e o “macaco de imitação” vai dando seu jeito de continuar imitando, burlando as leis ou se escondendo dela.

Economicamente falando, a cópia ilegal – o que é diferente da reprodução autorizada – gera prejuízos não só a quem cria o modelo original, como também a quem compra e ao governo. É a chamada “pirataria”, nesta nova era – uma prática que vem sendo reprimida através de meios legais e também através de campanhas que despertem na sociedade a postura de negação ao produto copiado ou ilegal.

No segmento de Iluminação – assim como em tantos outros – as queixas são cada vez mais freqüentes quanto ao “mal da cópia”, conhecido também como “similar”. É o produto que “parece



Silvia Cetano,
da Light Design.

Foto: Divulgação



José Bartholomeu,
da Espaço 2.

Foto: Divulgação

mas não é”, que não tem a mesma qualidade do original, não atende às normas de segurança, mas atrai o consumidor pelo baixo custo, até ele descobrir que “comprou gato por lebre”.

A entrevista a seguir traz o depoimento de Silvia Caetano, da Light Design, e José Bartholomeu, da Espaço 2, fabricantes nacionais que vêm se mostrando indignados com o crescimento da “pirataria” e que não “deixam barato” o que para pessoas jurídicas, não é brincadeira, porque custa muito caro.

Lume Arquitetura: A “cópia” ou “produto similar” não é problema apenas do segmento de iluminação. É inerente a todos os mercados e mantém-se devido à impiedosa “lei a oferta e da procura”. O que define que um produto foi criado primeiro? Há como se determinar isso sem que se recorra à patente como uma forma de proteção?

Silvia Caetano: A legislação é clara. Após o lançamento de um produto, seu criador tem prazo de seis meses para registrar e requerer a propriedade do seu desenho industrial no INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial. É possível se comprovar a “paternidade” da criação de outras maneiras, como a data da emissão da nota fiscal, participação em feiras e mostras, publicidade, catálogos e etc, mas somente com base na concessão do registro do desenho industrial, pelo INPI, é que se pode notificar extrajudicialmente quem copiou o produto para que cesse sua fabricação e requerer perdas e danos judicialmente. Os processos, entretanto, são lentos, difíceis e sem garantia de bom termo.

Barthô: Se tenho uma nota fiscal emitida, mesmo que não tenha patente, se fui a primeira pessoa a vender o produto, então fui o primeiro a lançá-lo. Entretanto, esta é uma forma difícil de se provar a originalidade de um produto, porque

originais normalmente têm nota fiscal, mas é comum não se conseguir a nota de uma cópia. Copiadores não têm escrúpulos e não é só na hora de reproduzir mal algo que alguém levou muito tempo para desenvolver. É na forma de administrar e vender também.

Lume Arquitetura: Considerando-se que o “berço” do design está na Europa e o da indústria da iluminação está nos Estados Unidos, até que ponto os produtos brasileiros são genuinamente nacionais e até que ponto são cópias de modelos que foram lançados no exterior?

*Copiadores
não têm escrúpulos
e não é só na hora
de reproduzir mal algo
que alguém levou
muito tempo para desenvolver.
É na forma de administrar
e vender também.*

Silvia Caetano: É difícil precisar o que seja um desenho genuinamente brasileiro, italiano, francês e etc, mas é possível identificar-se características nos produtos criados nos diferentes países em função de suas culturas próprias e estágio de desenvolvimento tecnológico. Vale salientar, no entanto, o sucesso que alguns *designers* brasileiros fazem no exterior com suas criações, elaboradas a partir de materiais tipicamente brasileiros. É possível haver *design* com essas características. Paralelamente, existem as tendências com suas cores e formas que influenciam a quase todos. Por exemplo, há cerca de 30 anos nossa empresa fábrica luminárias que projetam

luz indireta e que, somente nos últimos quatro anos, passaram a ser copiadas. Como a luz indireta assegura o conforto luminoso, caiu no gosto da clientela e passamos a sofrer o flagelo das cópias.

Barthô: A indústria de iluminação americana só é indústria no produto técnico. Quanto ao *design*, os verdadeiros são alemão, nórdico e também japonês. Se formos falar em *design* original, no Brasil, termos que citar o indígena. Se você quer ser *designer* aqui, tem que começar por se preocupar com a história brasileira, a cultura brasileira, a ‘baiana gorda’... aí sim vamos estar falando em *design* nacional. Atualmente já podemos dizer que temos conquistado nosso espaço, mesmo internacionalmente. Nossa empresa, que trabalha modelos confeccionados em cerâmica, predominantemente, tem exportado peças para a Europa com bastante sucesso.

Lume Arquitetura: Como evitar que as cópias ganhem tanto espaço num mercado como o brasileiro, no qual o poder aquisitivo é bastante limitado e os orçamentos são sempre apertados, impedindo o devido investimento na aquisição de um produto de melhor qualidade?

Silvia Caetano: No Brasil é difícil combater as cópias. Não existe uma consciência a respeito desse crime e os que copiam, comercializam ou compram cópias julgam natural fazê-lo. A cópia tornou-se prática “normal”. Pessoalmente, devo dizer que nossa empresa move as primeiras mas também as últimas medidas legais contra a pirataria, apenas para dar uma lição de cidadania e ética. Quando as encerrarmos, concentrarei meus recursos materiais e emocionais na fabricação de produtos com tecnologia não acessível aos copistas. Só assim ficaremos mais resguardados.

Barthô: Acho que se um fabricante

tem a capacidade produzir e vender para o mercado B ou C numa determinada faixa de preço, que faça, mas criando seus próprios modelos, em vez de copiar. Que ele crie e atenda esta fatia de mercado. Agora, se o meu preço é mais caro, entramos na questão dos componentes, qualidade, segurança, etc.

Lume Arquitetura: Os mercados internacionais são melhor protegidos contra as cópias ou a cultura da população é que não dá tanta margem ao desenvolvimento da "pirataria"?

Silvia Caetano: Quando falamos em cópia estamos recorrendo a uma metáfora para evitar a palavra "pirataria", que é crime comum punido unicamente a título de dolo. Pena que não costuma ser aplicada no Brasil. É crime fabricar, sem autorização do titular do direito, um produto que incorpore desenho industrial registrado ou que contenha imitação desse desenho, numa contra-facção ou imitação capaz de induzir o consumidor em erro. Trata-se de crime material que admite inclusive a figura da tentativa, que se dá quando, iniciada a reprodução ou imitação, a ação da copista é interrompida por circunstância independente de sua vontade. Mas no Brasil, como em outros mercados internacionais, a proteção a esse direito é precária e tratada com pouco caso.

Barthô: Nos EUA você pode copiar qualquer pessoa. Desde que copie e consiga oferecer mais e que venda mais caro. No mercado consumidor como o americano, eles compram o melhor, o mais caro, o que oferece mais qualidade e o que não é ruim. É questão da cultura mesmo. Conheço uma empresa sediada nos Estados Unidos que teve um problema de cópia. A diretoria adotou um tipo de postura, que tenho usado também aqui, que é notificar a todos os revendedores, dizendo que estão comprando um

produto que não é original e que não atende às normas. Afinal, o lojista até pode ter comprado por desconhecimento. Só que a partir do momento em que notifico, ou seja, depois de entregar uma carta amistosa, informando que eu sou detentor da patente, estou coberto pela lei para processar o copiadador e fazer busca e apreensão dos produtos copiados junto aos revendedores.

Lume Arquitetura: Existe cópia melhor que o original?

Silvia Caetano: Desconheço.

Barthô: Não.

*No Brasil é difícil
combater as cópias.
Não existe uma consciência
a respeito desse crime
e os que copiam, comercializam
ou compram cópias julgam
natural fazê-lo. A cópia
tornou-se prática "normal".*

Lume Arquitetura: A empresa que lança um produto novo, inevitavelmente abre um mercado, um nicho, um espaço. Ao ver uma cópia beneficiando-se de um caminho que foi aberto a tanto custo, a empresa pioneira sofre economicamente e pode-se dizer que "dá vontade de chorar" em quem lançou ou criou o produto originalmente. Uma vez que a cópia foi lançada e tem consumo, há algo que se possa fazer contra esta ação?

Silvia Caetano: É possível, mas o resultado é demorado e nem sempre reparador. De posse do seu certificado de propriedade do desenho industrial, concedido pelo INPI, a empresa

copiada pode acionar judicialmente quem a copiou, o procedimento que temos adotado contra várias empresas no momento. Nossa empresa praticamente iniciou um processo criativo com registro no INPI. O exame de nossos catálogos permitirá identificar a "paternidade" dos produtos. Todas as fotos dos equipamentos apresentam o nome dos seus criadores. Lamentavelmente, a empresa vem sofrendo cópias por parte de várias outras indústrias que chegam, a publicar foto das cópias em revistas especializadas em iluminação como de sua autoria, inclusive de luminárias que obtiveram o 1º prêmio da ABILUX e foram escolhidas para representar o país no "Brasil Faz Design", em Milão.

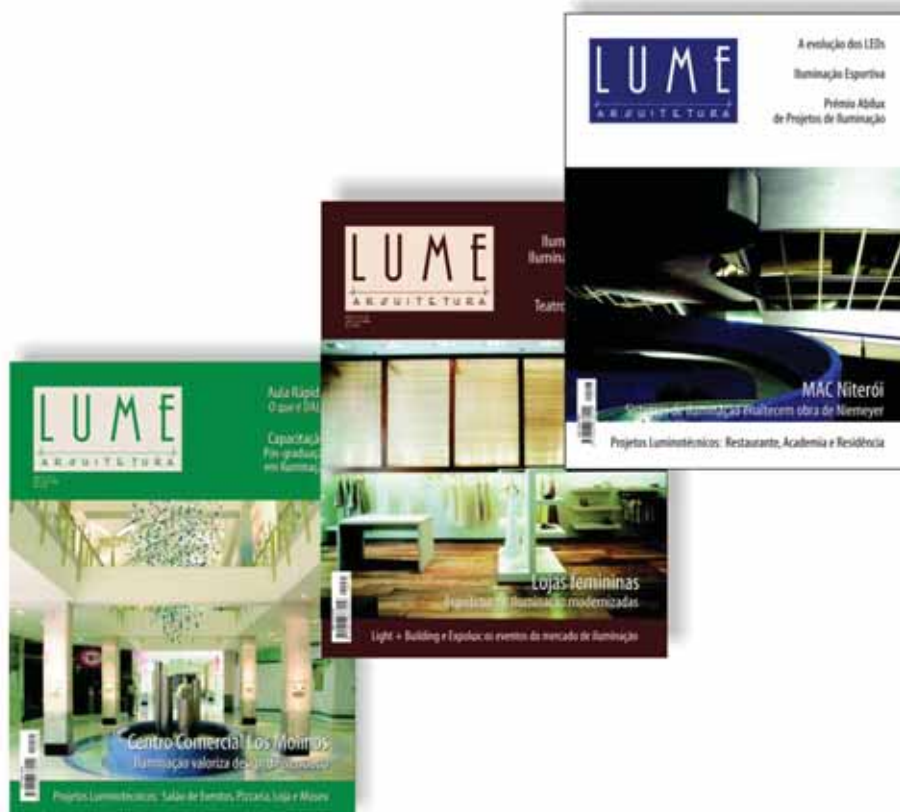
Barthô: O que tenho feito é cobrar meus direitos, "marcar pesado" e cuidar da minha criação. Você disse que dá vontade de chorar? Não. Dá vontade é de pegar o cara pelo pescoço! E falo isso também como cidadão. Da última vez que estive numa feira internacional, pude perceber que era fácil distinguir um brasileiro diante de um estande, não era por suas características físicas ou pelo idioma, mas sim porque era o único ali parado, 'fazendo exercício de criatividade' com um caderninho na mão, já que era proibido fotografar.

Existe um site, atualmente, com mais de 4.000 ceramistas cadastrados e é só você chegar lá com uma peça que eles fazem igual. Temos uma ação contra uma empresa de Sorocaba, que mandava o meu catálogo para seus clientes, como cópia xerox, com a marca do meu produto apagada. A empresa, através de um advogado, reconheceu que estava errada e que iria parar com a prática que vinha adotando. Só que depois de um ano, pedi a uma arquiteta para ir lá, tentar comprar um produto, cópia de um dos meus, e ela comprou. Veja só a quantidade de coisas com as quais temos

Anuncie

Lume Arquitetura. Os melhores clientes são os que têm acesso à melhor informação.

Um profissional bem informado reconhece o que é tradição, sem ter medo do novo. Conhecimento é poder. Por isso, Lume Arquitetura é lida pelos melhores profissionais do mercado. São arquitetos, lighting designers, engenheiros, pessoas interessadas em conhecer o produto ou serviço que você tem a oferecer. Anuncie em Lume Arquitetura e ganhe visibilidade na melhor revista do segmento de iluminação.



Publicidade Lume Arquitetura

(11) 3801 3497

publicidade@lumearquitetura.com.br

ou no nosso site: www.lumearquitetura.com.br

LUME
ARQUITETURA

A melhor informação sobre iluminação

Assine

Lume Arquitetura. Para ficar entre os melhores, só tendo acesso à melhor informação.

A qualidade da informação de Lume Arquitetura é o que a destaca como a melhor revista brasileira para profissionais de iluminação. Textos agradáveis, de fácil compreensão, ilustrados com belas fotos e imagens, abordam assuntos técnicos e estéticos, elementos fundamentais para o bom resultado de um projeto luminotécnico. Assine Lume Arquitetura. Você vai ficar sempre muito bem informado.



Central Lume de Assinaturas
(11) 3801 3497

assinaturas@lumearquitetura.com.br

ou no nosso site: www.lumearquitetura.com.br

L U M E
ARQUITETURA

A melhor informação sobre iluminação

*“Quando falamos em cópia
estamos recorrendo
a uma metáfora para evitar
a palavra “pirataria”,
que é crime comum
punido unicamente a título de dolo.
Pena que não costuma ser
aplicada no Brasil!”*

que nos preocupar: criação, infraestrutura, funcionários, venda e a qualidade, que não pode deixar a desejar nunca!

Acredito que como eu, existem outras empresas que estão passando pelo mesmo problema e acho fundamental que tenhamos uma associação que tome partido, que esteja conosco nesta briga. A ABILUX tem que tomar partido, mostrar uma postura de seriedade e nos ajudar direta e efetivamente nesta empreitada. ◀

Premiação nacional para estimular o *design* brasileiro

Como empresário que fabrica e cria as suas luminárias posso dizer que já “senti na pele” este problema que atinge hoje, no Brasil e no mundo, proporções impensáveis em praticamente todos os segmentos industriais - a “cópia”.

Como presidente da Abilux (Associação Brasileira da Indústria da Iluminação), entidade que congrega centenas de indústrias de luminárias, tenho trabalhado, juntamente com a Diretoria que atualmente está à frente da Entidade, para que a nossa indústria de luminárias crie uma identidade, através do desenvolvimento de um *design* próprio. Isto, através da contratação de profissionais capacitados.

Criamos o Prêmio Abilux Empresarial de Design, que está na sua quinta edição, com o objetivo de estimular o desenvolvimento de um desenho nacional para a indústria de Iluminação do País. Temos obtido sucesso. Em 2005 participaram do concurso 118 projetos. Destes, 24 foram premiados. Pela primeira vez estaremos levando as peças premiadas para uma apresentação onde o consumidor final possa ver de perto os produtos vencedores. Uma mostra de Design com as luminárias ganhadoras será montada no Shopping D & D, em São Paulo, e poderá ser visitada no período de 16 a 30 de Junho. Para completar, a Abilux conta com Setoriais voltados para cada um dos segmentos que integram o segmento da iluminação. Temos, entre outros, o de lâmpadas, o de reatores e o de luminárias. Estamos abertos para discutir com os nossos associados, questões que envolvam cópias e pirataria.

Embora, como Entidade, não possamos exercer um papel punitivo sobre os que se valem da cópia, tenho certeza de que, juntos, poderemos fazer destas setoriais fóruns de discussões capazes de trabalhar para se não extinguir, pelo menos reduzir a produção de cópias entre nós.

Carlos Eduardo Uchôa Fagundes
Presidente da Abilux