

OS MEIOS DE PROTEÇÃO DA INOVAÇÃO

Migalhas, 11 de dezembro de 2018

Por Marco Antonio de Oliveira

Inovação parece ser a palavra da moda no mundo dos negócios. Soa quase que como um mantra para muitas empresas, como se a chave para o sucesso passasse necessariamente por ela. Essa fiel crença e constante perseguição à inovação como se ela fosse o objetivo maior a ser almejado pelos agentes econômicos, possui uma forte razão baseada em dados reais.

É certo que nos dias de hoje a competição entre as empresas está cada vez mais acirrada, especialmente nas áreas de atuação mais tradicionais. Qualquer incremento de novidade que caia no gosto do consumidor parece impulsionar não só o número de vendas e aumento da lucratividade, mas também a construção duma boa imagem da empresa, que por sua vez, como um ciclo virtuoso, tende a gerar mais aumento das venda e lucro.

Aqueles que passam a ser conhecidos como inovadores pelo público geral, geralmente se tornam desejados, algo comparado ao efeito de uma boa e duradoura publicidade. É por esta razão que a inovação é vista como uma das mais poderosas e eficientes ferramentas de competição, daí a sua importância.

Mas não é só para as empresas que a inovação é importante. Uma inovação bem sucedida gera avanço no campo tecnológico, econômico e social, atendendo a diferentes demandas da sociedade, seja na geração de emprego, renda e novas oportunidades de negócio, seja na figura do consumidor que terá novos e melhores bens a sua disposição e por preços mais competitivos.

Compreendida a razão da importância da inovação, é necessário conhecer o seu conceito, quais são as suas modalidades e os meios para alcançá-la e, principalmente, como melhor protegê-la?

Inovação é a descoberta de uma novidade que serve para solucionar um problema de mercado. É o emprego de novas tecnologias no processo de produção e distribuição de bens.

Para que um conhecimento ou descoberta possa ter utilidade prática, ou seja, servir de solução para um problema conhecido, é essencial a figura do agente inovador. Esse agente nada mais é do que o já conhecido empreendedor, um sujeito atento às oportunidades e necessidades das pessoas ao seu redor, que vislumbra uma deficiência em determinado mercado e, conhecendo uma técnica específica, oferece ao público a solução para o problema.

De nada adiantaria as descobertas e novos conhecimentos sem a sua aplicação prática e que a mesma seja valiosa para um grupo de indivíduos. É esse uso de novas técnicas junto à sociedade que consiste a inovação.

A inovação poderá estar presente num produto, seja criando um produto novo ou melhorando um produto já existente, ou num processo, cujas melhorias ou novos métodos de produção e comercialização visam aumentar a qualidade, eficiência e reduzir custos. A inovação pode ainda ser organizacional, que consiste em novas práticas de negócio e modelo de gestão e organização. Há ainda a inovação de marketing, ligada à comunicação e ao relacionamento da empresa com o público, podendo ser presenciada em promoções, políticas de preços, criação de conceitos publicitários, designs e outros sinais distintivos.

Neste ponto é importante destacar que a inovação pode ser incremental ou disruptiva. A inovação incremental é aquela onde ocorrem pequenas melhorias dos processos e dos bens. Em geral elas ocorrem de modo gradual e contínuo. Por ser de baixo custo e de fácil e rápida implementação, é o tipo mais comum de inovação. Por sua vez, a inovação disruptiva ou radical é aquela inovação totalmente nova, que inicia um novo modo de operar, introduz novos bens e cria novas atividades. Como o próprio nome sugere, esse tipo de inovação causa ruptura com o que antes vinha sendo praticado, modificando radicalmente a estrutura de mercado e a ordem de importância dos agentes econômicos.

Há diversas maneiras de alcançar sucesso numa inovação, independentemente do seu custo. As inovações que exigem maiores investimentos e que geralmente são disruptivas são frutos de P&D. Outras maneiras de se chegar a uma inovação são por meio de transferência de tecnologia, cooperação com centros de pesquisa, compras de bens de capital e contratação de consultores externos. Como meios mais fáceis e menos custosos de inovar podem ser listados: aprendizado com a experiência prática e programa de qualidade realizado pela própria empresa, troca de informações com parceiros de negócios, estudos de livros e outros materiais de ensino, além de participação em eventos especializados.

Compreendido o conceito, tipos, modo de alcance e importância da inovação, passa-se a entender os motivos para a necessidade de sua proteção e como fazê-lo.

Primeiramente, é importante esclarecer que caso não houvesse nenhuma proteção ao objeto resultado da inovação, sendo este de fácil cópia por concorrentes, certamente haveria um cenário de desestímulo ao investimento de tempo e capital na inovação, especialmente aquelas que demandam maiores esforços.

Sabe-se que os recursos são escassos e sua alocação depende de fatores como riscos e segurança de retorno. Para que empresas destinem seus recursos escassos no desenvolvimento de atividades que gerariam inovação, é preciso dar-lhes garantias mínimas de retorno àqueles que alcançarem sucesso. É com a finalidade de incentivar o investimento e encorajar os agentes de mercado a inovarem que a proteção ao objeto inovador se faz necessária.

Dentre as formas de proteção, o Direito da Propriedade Intelectual socorre as empresas em muitos desses casos através da marca, patente, desenho industrial, software, direito autoral, etc. Um mesmo objeto inovador poderá ser resguardado, cumulativamente, por mais de um ativo do Direito da Propriedade Intelectual. Deve-se apenas ter em mente que cada ativo de proteção intelectual possui uma finalidade.

O registro de marca é considerado uma das formas mais eficientes de proteção não só da inovação, mas do negócio da empresa como um todo. Por ser a marca o mais forte elo que conecta uma empresa ao público, sua proteção funciona como uma garantia de que a empresa poderá investir em seu negócio e gerar inovação sem que tenha que suportar a cópia desautorizada por terceiros, preservando assim sua imagem e reconhecimento adquirido junto público em decorrência de suas práticas comerciais.

De modo geral, a marca possui considerável vantagem na proteção às inovações quando comparada a outras formas de proteção.

Uma vantagem da marca é que a proteção da marca mãe da empresa pode se estender para novos produtos e serviços, não impedindo que esses novos bens também ganhem novas marcas. Como o agente inovador, por ser pioneiro, é o único a oferecer aquela inovação ao mercado por determinado período de tempo, via de regra, se torna referência naquela atividade. Isto significa que o público conhecerá e se identificará mais com o inovador do que com os seus novos e futuros concorrentes. Essa identificação do público ocorre, justamente, por meio da marca. Portanto, a marca cumpre relevante papel de perpetuar ao longo do tempo a posição de liderança do inovador naquele mercado, por mais acirrada que a concorrência possa ser.

Outra vantagem da marca é com relação ao seu prazo, tanto de exame para concessão quanto de duração de sua proteção. Atualmente o Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, autarquia federal responsável pelo exame e concessão de direitos industriais no país, está demorando em torno de um ano para o exame de marca. Uma vez concedida, a marca será protegida por dez anos renováveis infinitamente por igual período.

A proteção da marca é menos custosa e mais rápida do que a proteção da patente. E mesmo após o fim do prazo de proteção patentária, a marca continuará protegendo aquele objeto e resguardando a

vantagem comercial de seu titular frente aos novos concorrentes, já que o público ainda associará o bem à marca “origina”.

Além da marca, outro importante ativo de proteção à criação intelectual é a patente. Patente é uma solução técnica para um problema técnico. O direito de patente permite a exploração exclusiva de um objeto que não esteja em domínio público, que seja resultante de um processo de criação não óbvio por um profissional da área e que possa ser reproduzido industrialmente.

Este privilégio temporário é concedido ao titular como troca pela revelação do conteúdo do objeto da patente. Em outras palavras, o inventor revela o segredo de sua invenção e em troca poderá usar e comercializar esse objeto, além de excluir terceiros pelo período em que perdurar a proteção, sendo o prazo máximo de proteção de vinte anos no caso de patente de invenção e quinze anos para a patente de modelo de utilidade.

Portanto, uma inovação poderá ser perfeitamente protegida por uma patente, desde que atenda os requisitos legais. Para tanto, precisará passar por uma análise formal e de mérito junto ao INPI.

Ao lado da marca e da patente, o desenho industrial é outro ativo intelectual que serve para proteger a inovação, só que nesse caso, a proteção recairá sob a forma ornamental ou o design do produto inovador. Sua proteção, que garante ao seu titular o direito de usar livremente e excluir terceiros, poderá alcançar o prazo de vinte e cinco anos.

Pode se considerar que nos dias de hoje a importância do desenho industrial está muito mais ligada a tornar mais atraente os produtos expostos a venda. É a competitividade, em razão das diversas opções do mercado, que faz com que sejam investidos tempo, esforço e capital na criação de produtos com designs chamativos.

A inovação dos formatos de apresentação dos produtos é de suma relevância para que haja o seu destaque em meio a tantas opções. Sua principal função é fazer com que o consumidor veja um produto e o deseje. Não à toa, os produtos mais vendidos possuem designs atrativos e que é alvo de cópia por concorrentes. Impedir terceiros de reproduzirem em seus produtos o mesmo design inovador é justamente a função do desenho industrial.

Portanto, não restam dúvidas da importância da proteção da inovação por meio do Direito de Propriedade Intelectual, incluindo e não se limitando à marca, à patente e ao desenho industrial. São estes institutos do direito que garantem que o resultado do investimento realizado que obtiver sucesso será recompensado, estimulando assim a inovação, cujas consequências são positivas tanto para as empresas quanto para a sociedade.