

EMBALAGEM LEGAL

Rodrigo Fernandes More¹

Não vivemos num “estado de natureza”, não se faz tudo que se quer. Há limites para quase tudo: limites morais, que nem sempre estão previstos em lei; e limites legais, nem sempre mais importantes que os morais, mas que destes se diferem, dentre tantos elementos, pela chamada obrigatoriedade “da lei”.

Por definição, os limites legais tocam a todos, indistintamente, concededores ou não do que é proibido, permitido ou não proibido por lei. O que varia de indivíduo para indivíduo é a percepção quanto a estes limites no dia a dia. Há 8 anos trabalhando com profissionais e negócios de embalagem, estas são verdades que se nos apresentam todos os dias: engenheiros, designers, advogados, empresários, marqueteiros, a diversidade de profissionais, experiências e visões sobre a embalagem variam muito, muito mesmo, especialmente sob o ponto de vista dos limites legais para as embalagens, aos quais preferimos denominar “moldura legal”.

Uma moldura não é, necessariamente, uma limitação absoluta, pois se pode pintar dentro de uma moldura o que quiser. Uma moldura harmoniza a arte e o limite inerente à própria arte, por esta razão preferimos atribuir à embalagem uma moldura legal: harmonizando o direito e a arte, a criatividade. Isso nem sempre é fácil, mas pode ser atingido a partir de planejamento e conhecimento! Para tornar mais fácil a identificação destes elementos, usemos um exemplo prático, um caso fictício:

Uma agência de design de embalagem coordenava um projeto com outras quatro empresas, cujo objeto final era o lançamento de um novo produto de uma delas, e não apenas um novo produto, mas o carro chefe de uma nova linha de produtos: um shampoo. As palavras-chave do projeto eram “inovação e meio ambiente”. Assim, a embalagem deveria ser totalmente reciclável, não apenas como apelo de marketing, mas como expressão da filosofia da empresa, e a forma da embalagem deveria ser verdadeiramente inovadora, sem perder a ergonomia. O *briefing* recebido pela agência, resumidamente, era este. Envolveram-se no projeto mais de uma dezena de profissionais: ilustradores, que desenharam a arte do rótulo; um engenheiro e um designer que se dedicaram à estrutura da embalagem primária do shampoo; outro engenheiro e uma indústria para desenvolvimento e produção da tampa exclusiva, do molde da embalagem primária e dos testes de resistência; fotógrafos, arte-finalistas, dentre outros.

O grande número de profissionais envolvidos num projeto de embalagem, por mais simpels que seja, esconde, inacreditavel e assustadoramente, um número muito maior de relações jurídicas entre estas mesmas pessoas, entre pessoas e a agência, entre a agência e seus clientes, em especial o cliente final que, no caso fictício, comercializará o shampoo.

Existe uma moldura jurídica em torno de todas estas relações, uma moldura aparentemente comum, de regras de direito de autor, de propriedade industrial, de normas de registro, mas somente aparentemente comum. Há uma especialidade em relação às embalagens como objeto de direito, que também deve respeitar a embalagem com objeto de arte.

Os direitos de autor, por exemplo, são regulados pela Lei nº 9.610/98 e protegem as chamadas “criações de espírito”. Na nossa embalagem de shampoo, os direitos de

¹ O autor é advogado, doutor em Direito Internacional pela USP, diretor do Instituto de Estudos Marítimos e autor do livro “Direito Internacional do Desarmamento: o Estado, a ONU e a paz” (Editora Lex: São Paulo, 2007).

autor estariam se referindo à arte do rótulo, geralmente obra de ilustradores e fotógrafos. Estes direitos têm uma característica marcante: dividem-se em duas categorias. Há direitos morais, aos quais os autores não podem renunciar, nem se quiserem, como o direito de identificação de autoria de uma obra, e direitos patrimoniais, como o direito de publicação, que podem ser cedidos, mas sempre por escrito. Assim, o que parece óbvio, mas que nem sempre ocorre, é que num projeto de embalagem como o do shampoo, todos os contratos sobre direitos autorais devem ser sempre firmados por escrito, transferindo direitos dos autores para agência ou diretamente para o cliente final, permitindo que este os use e os defenda plenamente, independentemente de registro em qualquer órgão.

Contudo, se por um lado o processo criativo de um rótulo é, na essência, muito semelhante ao processo de criação da forma de uma embalagem ou de uma tampa, sua proteção jurídica é bem diferente. O *design* único do shampoo e de sua tampa não são protegidos como direitos de autor de quem o fez, mas como direito de propriedade industrial (Lei nº 9.279/96), mas somente se sua patente for registrada. Na fase de desenvolvimento de um projeto, especialmente se este projeto corre em sigilo, paradoxalmente, é recomendável que se requeira o registro da patente da embalagem, que pode ser feito a partir do *mock-up*. O paradoxo fica por conta da publicidade que é inerente ao pedido do registro junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

Outro elemento importante dentro da moldura legal da embalagem são as informações de rotulagem, pois a arte do rótulo (e tudo que ela pretende comunicar ao consumidor) deve ser desenvolvida sem perder de vista a quantidade de informações obrigatórias (e importantes) que devem constar do rótulo. Há rótulos e produtos (como o shampoo que tomamos como exemplo) que precisam ser aprovados e registrados previamente junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa).

E nem mesmo o símbolo da reciclagem foge à moldura legal da embalagem. O uso do símbolo “*möbius loop*” (sim, este é o nome oficial do símbolo da reciclagem!) respeita às regras da ISO (*International Organization for Standardization*) entabuladas na ISO 14021, cujo título em inglês é “*Environmental labels and declarations — Self-declared environmental claims (Type II environmental labelling)*”. No Brasil, mais precisamente em relação aos plásticos como no caso da embalagem do shampoo, esta regra se traduz na NBR13230, editada pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), que identifica os diversos tipos de resinas (PET, PEAD, PVC,PEBD, PP, PS e outros) recicláveis. Se uma embalagem é feita de alguma resina plástica reciclável, a utilização do símbolo da reciclagem não é apenas um apelo de marketing, mas obrigatória.

Resumidamente, estes são apenas alguns dos aspectos legais que envolvem o desenvolvimento de uma embalagem. A legislação que mencionamos não é diferente daquela que aplica em outros setores não relacionados à embalagem, como a edição de obras literárias (direito de autor) ou o registro de patente de medicamentos (direito de propriedade industrial), mas sua aplicação e interpretação são diferenciados, quase únicos.

No entanto, se esta especialidade de interpretação do direito aplicado às embalagens não permite afirmar a emergência de um “direito da embalagem”, a exemplo do “*packaging law*” exercido nos Estados Unidos, por exemplo, esta mesma especialidade não deixa negar que a embalagem conta com um corpo de normas próprias, identificáveis em seu conteúdo e aplicação, que regulam um objeto determinado de direito.

O “direito da embalagem” no Brasil está se delineando como um corpo de normas merecedor de estudos e sistematização para se evitar que interpretações errôneas ou equivocadas sobre as embalagens, sua utilidade e função econômica contaminem nossos legisladores e a legislação, fazendo surgir leis “anti-embalagem” baseadas em premissas igualmente errôneas e equivocadas que a embalagem, por exemplo, degrada o meio ambiente, como se ela se atirasse sozinha nos rios e aterros. Embalagem é importante para o desenvolvimento de um país, para informação do consumidor, para saúde dos alimentos. Embalagem é legal!