

O DESIGNER E A GRÁFICA: PARCERIA E INFORMALIDADE

THE DESIGNER AND THE PRINTERS: PATNERSHIP AND INFORMALITY

Mirella de Menezes Migliari¹

Andréa Franco Aminger²

Resumo

O setor gráfico situa-se no final da cadeia produtiva de um projeto de design gráfico, estando diretamente relacionado com sua produção. Nesta simbiose profissional entre designer gráfico e fornecedor gráfico, a ausência de leis mais robustas deixam transparecer diversas brechas que permitem distinguir uma relação permeada por informalidade, de um modo geral no segmento das pequenas empresas do setor no Brasil. Este artigo tem como objetivo avaliar a questão sob a ótica de uma gráfica de pequeno porte, com o nome fictício de Navio Serigrafia, a qual se situa no Estado do Rio de Janeiro, estabelecida sob o regime previsto no Simples Nacional. Para este estudo de caso estabeleceu-se como referência, na busca por subsídios técnicos, o relatório Diagnósticos e Mapeamentos Setoriais: Retrato Setorial Gráfico e Editorial, desenvolvido pela Firjan (2017), bem como as entrevistas realizadas com os sócios-proprietários da empresa "Navio Serigrafia", a qual ilustra a tese proposta. Por fim, busca-se avaliar o impacto que tais informalidades e procedimentos poderão causar a ambas as áreas de atuação profissional envolvidas.

Palavras-chave: designer gráfico; setor gráfico; informalidade

Abstract

The graphic sector is located at the end of the productive chain of a graphic design project, being directly related to its production. In this professional symbiosis between graphic designer and the printers, the absence of more robust laws reveals several gaps that distinguish a relationship permeated by informality, generally in the segment of small companies of the sector in Brazil. This article aims to evaluate the issue from the perspective of a small printing company, with the fictitious name of Navio Serigrafia, which is located in the State of Rio de Janeiro, established under the regime provided for in the National Simples. For this case study the report Diagnostics and Sector Mappings: Graphic and Editorial Sector Portrait, developed by Firjan (2017), as well as the interviews with the managers-owners of the company "Navio Serigrafia", which illustrates the proposed thesis. Finally, it is sought to evaluate the impact that such informality and procedures can cause to both the areas of professional activity involved.

Keywords: graphic design; printing industry; informality

¹Doutora em Design (PUC Rio), Professora Titular da ESPM Rio, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, mirella.migliari@gmail.com; ORCID: 0000-0003-3444-8965

²Mestre em Gestão da Economia Criativa (ESPM Rio), Rio de Janeiro, RJ, Brasil, andrea.aminger@gmail.com; ORCID: 0000-0002-1180-3357.

1. Introdução

Com o intuito de proteger a empresa do setor gráfico que foi utilizada como objeto de estudo na pesquisa original e como exemplo relatado nesse artigo, todas as informações reais foram suprimidas e modificadas, tais como o real nome (razão social) da empresa, endereço, e todos os demais dados referentes ao seu registro perante a lei brasileira. Portanto, esta empresa será denominada neste artigo como “Navio Serigrafia”, nome fictício. Apenas as informações relacionadas ao tipo de serviço que essa gráfica oferece — a produção de materiais impressos utilizando a técnica de impressão serigráfica — e também sua localidade, no Estado do Rio de Janeiro, são condizentes com a realidade dos fatos. Impõe-se tal cautela para preservar a identidade da empresa cujo desempenho é tão importante para exemplificar os fatos e dados relatados. Do mesmo modo nos é vedada qualquer forma de emissão de juízo de valor, assim como pertinência para condenação moral de conduta, dada nossa participação como observadoras crítico-imparciais, na perspectiva de uma pesquisa participativa ou imersão de cunho interativo.

Todos os fatos relatados ao longo desse artigo sobre a gráfica Navio Serigrafia foram extraídos de pesquisas de campo, como visitas ao local e entrevista em profundidade com os próprios sócios-proprietários da empresa, concedidas por livre e espontânea vontade. Sendo assim, foram colhidos dados primários para que se pudesse comprovar e legitimar as informações apresentadas. As medidas adotadas emprestam ao estudo a necessária verossimilhança, a autenticidade que buscamos para nortear o trabalho quanto aos subsídios necessários e essenciais para as análises efetuadas

Este artigo inicia-se com uma breve apresentação do panorama gráfico do Estado do Rio de Janeiro, para que se entenda como essa empresa se posiciona na realidade desse setor e no Estado do Rio de Janeiro. Em seguida será abordada a relação da gráfica Navio Serigrafia com os dispositivos legais e administrativos que regulam a esfera de atuação da empresa, em seu espectro mais amplo, a partir de seu registro no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ – como também a ausência de registro de sua marca no INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Por fim, iremos traçar um resumo explicativo sobre como essa gráfica elabora seus contratos, orçamentos e notas fiscais.

No desenvolvimento das pesquisas e entrevistas procurou-se expor as motivações por parte da demanda (clientes), bem como a cultura mercadológica intrínseca ao setor e aos produtores, pelo estabelecimento tácito de uma informalidade nas transações comerciais, assim como as possíveis influências do produto e formas de produção para a escolha recorrente a essa opção.

A relação da gráfica Navio Serigrafia com a economia criativa é abordada ao final, para que se tenha um retrato fiel sobre como ela, e suas semelhantes, se mantêm no ambíguo - embora muito presente e mais do que culturalmente estabelecido - mundo da informalidade.

2. Panorama Gráfico do Estado do Rio de Janeiro

Com o propósito de orientar o leitor quanto à posição que a Navio Serigrafia ocupa na conjuntura que vigora no Estado do Rio de Janeiro, serão apresentados alguns pontos da publicação Pesquisas e Estudos Socioeconômicos, Diagnósticos e Mapeamentos Setoriais: Retrato Setorial Gráfico e Editorial, desenvolvido pela Firjan, e publicado em junho de 2017.

No decorrer deste estudo sobre o tema ora abordado — e a par de outros aspectos igualmente relevantes —, procuramos descortinar a evolução do setor e o perfil das atividades econômicas que compõem esse segmento. Tais atividades foram divididas em quatro grandes segmentos, de maior afinidade entre si, de maneira a permitir a identificação das particularidades e diferenças de comportamentos entre eles.

Segue a lista das atividades econômicas que compõem cada um dos segmentos encontrados na publicação da Firjan, de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE Versão 2.0 (2006):

ATIVIDADES DE IMPRESSÃO:

1811-3: Impressão de jornais, livros, revistas e outras publicações periódicas.

1812-1: Impressão de material de segurança.

1813-0: Impressão de materiais para outros usos.

SERVIÇOS DE PRÉ-IMPRESSÃO E ACABAMENTOS GRÁFICOS:

1821-1: Serviços de pré-impressão.

1822-9: Serviços de acabamentos gráficos.

ATIVIDADES DE EDIÇÃO:

5811-5: Edição de livros.

5812-3: Edição de jornais.

5813-1: Edição de revistas.

5819-1: Edição de cadastros, listas e de outros produtos gráficos.

EDIÇÃO INTEGRADA À IMPRESSÃO:

5821-2: Edição integrada à impressão de livros.

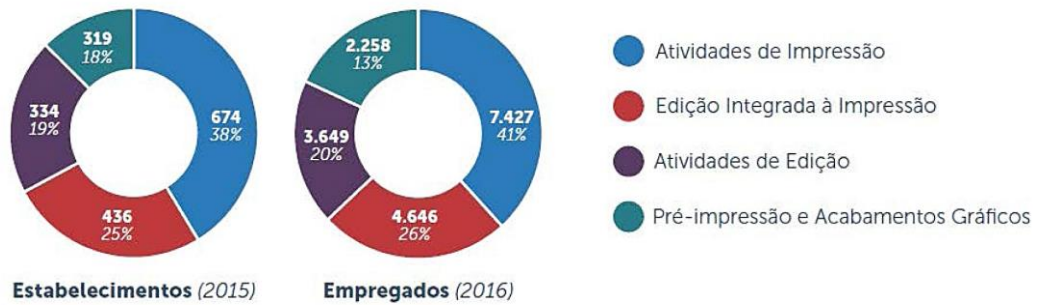
5822-1: Edição integrada à impressão de jornais.

5823-9: Edição integrada à impressão de revistas.

5829-8: Edição integrada à impressão de cadastros, listas e de outros produtos gráficos.

A partir dos gráficos apresentados abaixo, na Figura 1, pode-se identificar a quantidade de empresas (1763) e empregos (17980) gerados no setor da Indústria Gráfica e Editorial de acordo com dados publicados em 2017, e relativizar a importância deste setor para o Estado Fluminense. Também é possível avaliar como se apresenta a divisão das áreas deste setor. É nesse contexto que a gráfica Navio Serigrafia se enquadra.

Figura 1: Distribuição dos Estabelecimentos e Empregos da Indústria Gráfica e Editorial Fluminense



Fonte: Pesquisas e Estudos Socioeconômicos, Diagnósticos e Mapeamentos Setoriais: Retrato Setorial Gráfico e Editorial (FIRJAN, 2017)

À vista dos dados assinalados na Figura 1, foi possível constatar que não havia sido feito um estudo específico pela Firjan para diferenciação das gráficas no segmento Atividades de Impressão — já que neste segmento há uma pluralidade de atividades de impressão específicas e diferenciadas entre si —, razão pela qual inexistiam subsídios que permitissem estabelecer com a precisão desejada a real quantidade de gráficas que se dedicam à impressão pela técnica de serigrafia no Estado do Rio de Janeiro. É possível, somente, e dadas tais limitações de ordem prática, ter apenas uma ordem de grandeza deste “subsegmento” observando o Quadro 1, no qual é apresentada a quantidade de ocupações do setor gráfico e editorial, permitindo encontrar a denominação Impressor de Offset (Plano e Rotativo), Impressor (Serigrafia) e também Impressor Tipográfico. Neste caso, podemos refletir que existem 326 Impressores de Serigrafia, contra 713 Impressores de Offset, e 208 Impressores Tipográficos. Portanto, a partir deste número pode-se estabelecer uma ordem de grandeza (aproximada) já que o setor de impressão em Offset emprega 54,27% a mais do que o setor de impressão Serigráfico.

Quadro 1: Principais Ocupações do Setor Gráfico e Editorial

Ocupações	2016
Alimentador de Linha de Produção	2.119
Impressor de Offset (Plano e Rotativo)	713
Operador de Acabamento	683
Jornalista	399
Impressor (Serigrafia)	326
Editor de Texto e Imagem	253
Designer Gráfico	249

Impressor de Corte e Vinco	228
Operador de Guilhotina (Corte de Papel)	209
Impressor Tipográfico	208

Fonte: Pesquisas e Estudos Socioeconômicos, Diagnósticos e Mapeamentos Setoriais: Retrato Setorial Gráfico e Editorial (FIRJAN, 2017)

3. A Relação da Gráfica Navio Serigrafia com a Legislação

A fim de que se ilustrasse - com o intuito de tornar mais nítida a compreensão da real posição que a gráfica Navio Serigrafia ocupa no setor gráfico que opera no Estado do Rio de Janeiro -, foram aqui disponibilizados aos interessados alguns pontos da publicação Diagnósticos e Mapeamentos Setoriais: Retrato Setorial Gráfico e Editorial, desenvolvido pela Firjan, e publicado em junho de 2017.

Para melhor entendimento sobre a importância desse registro, julgamos oportuno levar ao conhecimento do leitor valiosas informações referentes ao Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica, obtidas nos assentamentos constantes do site da Receita Federal Brasileira (2017).

O Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) compreende as informações cadastrais das entidades de interesse das administrações tributárias da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. A administração do CNPJ compete à Secretaria da RFB (Receita Federal do Brasil). O acesso específico às informações sobre o CNPJ foi feito em 22 de dezembro de 2017 através do endereço na página Receita Federal: **Informações Gerais sobre o CNPJ**, constante das referências bibliográficas (RECEITA FEDERAL, 2017).

Entendemos, também, ser conveniente discriminar informações retiradas do site da empresa Magna Empresa Jurídica Júnior (2017), sobre a importância e necessidade desse cadastro.

O Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) é o registro de pessoas jurídicas em território nacional, realizado junto à Receita Federal. Este cadastro se dá através de um número único, geralmente formado por quatorze algarismos, sendo os oito primeiros a identificação da pessoa jurídica, os quatro seguintes identificam o endereço, e os dois últimos servem como meio de verificação do CNPJ. Portanto, o Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica é a forma de identificar as pessoas jurídicas, contendo nele o nome da empresa, data de abertura, descrição da atividade econômica principal e secundária, natureza jurídica, endereço e situação cadastral.

O intuito principal é o de promover o registro específico da pessoa jurídica, identificando-a e comprovando sua existência legal. É através dela que a Receita Federal irá acompanhar e conferir o movimento contábil e o pagamento de tributos e obrigações de uma pessoa jurídica. Juntamente com isto, o CNPJ pode ser utilizado para obter diversas informações detalhadas da pessoa jurídica em relação à Receita Federal e outros tipos de averiguações, como consultar se a pessoa jurídica possui processos judiciais em andamento ou

dívidas em atraso, ou, ainda, e não menos fundamental, se está inscrito na Dívida Ativa da União (MAGNA EMPRESA JURÍDICA JÚNIOR, 2017).

A análise teve início com o exame do nome empresarial (Razão social), o qual está registrado no CNPJ dessa gráfica. Identificou-se prontamente que houve um equívoco neste registro da Razão Social – uma troca de letras no último caractere deste nome. A título de exemplo, é como se o nome NAVIU fosse indevidamente registrado em detrimento do nome NAVIO, este sim conhecido, correto e amplamente divulgado.

Em entrevista realizada com os sócios da gráfica, a fim de se apurar o motivo e ciência deste equívoco em relação ao nome, fomos informados de que certamente aconteceu um erro em algum momento do registro do cadastro na Receita Federal, ou em alguma etapa de sua renovação. Pode ter sido por ocasião do registro de uma mudança de endereço, pois a empresa já passou por alteração de endereço três vezes desde a sua fundação. Os entrevistados ainda comentaram que demoraram a identificar essa alteração indevida da Razão social. Nesse caso específico, ocorreu uma alteração sutil de ortografia, pois somente trocou-se uma letra – o último caractere do nome. Mas tal erro pode ser suficiente para gerar grande imbróglio perante a Receita Federal caso haja divergência nas declarações de ambos os lados de uma negociação.

Em questionamento aos donos sobre a não solicitação de retificação desta alteração indevida do nome, eles comunicaram que para se corrigir este registro seria necessário passar por todo um processo burocrático e legal que envolveria tempo e custos, mesmo tendo sido um erro causado pela própria Receita Federal. Os próprios sócios-diretores são os únicos responsáveis por essa resolução. Vale registrar que, atualmente, alguns documentos da gráfica apresentam a Razão Social grafada corretamente, enquanto outros ainda mantêm a grafia incorreta. Ambos funcionam conjuntamente sem maiores problemas, não se podendo garantir que haja uma lei que determine que os proprietários da empresa devam corrigir equívocos dessa natureza de caráter escritural e em qualquer âmbito ou extensão dos documentos emitidos ou disponibilizados pela empresa. É possível constatar, diante deste relato, que se incorreu num erro que contribui para o teor de informalidade com que se lida com tais ocorrências.

Outra observação sobre o registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica desta gráfica faz-se relevante, e se relaciona com o código e descrição da atividade econômica principal da empresa. De acordo com o que se apresenta na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (2006), é esta atividade principal que virá a determinar o tipo de serviço que a empresa do setor gráfico poderá desempenhar. Em teoria, a empresa somente poderia executar os serviços e entregas que estão definidos neste campo (segmento). No caso específico da gráfica Navio Serigrafia, ela está enquadrada no segmento de Serviços de Pré-impressão.

No entanto, denomina-se de pré-impressão somente algumas etapas relativas à primeira fase de um processo de impressão, a qual compreende: a recepção dos arquivos do demandante, sua preparação para a máquina adequada e alguns testes. Como cada máquina impressora usa um padrão de impressão, este tem que ser considerado pelo profissional no momento do fechamento do arquivo eletrônico. Além de considerar o perfil de máquina, o pré-impressor tem que preparar as páginas, montá-las de acordo com o material e formato, preencher a ficha de impressão com: qualidade e gramatura do papel, quantidade de impressos (tiragem), número de páginas, tipo de acabamento, equipamento a ser utilizado etc.

Vale destacar que serviços de pré-impressão também podem eventualmente ser entregues por esta empresa, mas que não é este o segmento que melhor define a natureza

das atividades profissionais/serviços por ela prestados. Eles vão muito além da pré-impressão, e têm como principal atividade a impressão propriamente dita – processo esse que se relaciona a diversas etapas anteriores e posteriores, a saber: gravação de matrizes de impressão, corte, vinco e diversos outros tipos de acabamentos e beneficiamentos gráficos. Desta forma, a empresa aqui estudada deveria estar classificada no segmento que – dentre aqueles discriminados – melhor a define, qual seja “ATIVIDADES DE IMPRESSÃO: 1813-0: Impressão de materiais para outros usos”.

Também em entrevista com os sócios-diretores buscou-se entender o motivo pelo qual a empresa teria sido registrada no segmento de Serviços de Pré-impressão, e não no segmento cuja aderência é patente, qual seja: Atividades de Impressão. Foi informado por eles que, dentro das possibilidades de escolha que se ofereciam, no momento do registro, esta teria sido a descrição que mais se enquadrava e se adequava, não existindo nenhuma outra descrição mais específica, como, por exemplo, “processo de impressão serigráfico”, o que teria sido bem mais condizente com a realidade, segundo depoimento prestado.

A serigrafia é um processo de impressão no qual a tinta aplicada é distribuída com um puxador sobre uma matriz permeável (tela de nylon), conseguindo-se obter uma produção em série sobre as mais diversas qualidades de superfícies, ou seja, utilizando-se os mais variados substratos, quais sejam: madeira, vidro, metais, polímeros, papéis e etc. Tendo se originado como uma técnica artesanal, e ainda sendo vista dessa maneira, novos produtos e equipamentos foram surgindo e a técnica foi evoluindo. Deste modo, também a Navio Serigrafia foi adotando produtos e equipamentos específicos, ao longo do tempo, que vieram a aperfeiçoar o processo da serigrafia, desde a preparação da matriz até a impressão propriamente dita, podendo ser o processo ora automatizado, ora manual. Utilizando-se de técnica em constante aperfeiçoamento, atende ao seu específico nicho de consumidores, que busca a empresa tanto em função dos efeitos da serigrafia convencional, quanto em função de uma qualidade efetiva que ela oferece.

Faz-se fundamental, portanto, reiterar a informação no tópico acima de que a descrição específica mais adequada é a de “processo de impressão serigráfico”, compondo parte do Panorama Gráfico do Estado do Rio de Janeiro. Nas opções de atividades econômicas, segundo a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (2006), observando-se os códigos referentes à atividades de impressão, não haveria nenhum código específico de Impressão em Serigrafia.

Os sócios-diretores da empresa comentaram que prefeririam que o código e a descrição da atividade deles estivessem de acordo com o que eles realmente fazem, mas na ocasião do ocorrido, para ser possível o registro CNPJ dessa empresa, eles acabaram escolhendo o código mais aproximado, ainda que não fosse considerado ideal.

No entanto, questiona-se aqui a autonomia do empresário para cadastrar sua empresa da forma que melhor entender ou mesmo aquela que escolher, seja por conveniência ou falta de informação precisa, não havendo nenhuma verificação por parte da Receita Federal quanto a esta aderência. Então, mais uma vez evidencia-se um fator que contribui para a informalidade. E, mais grave ainda, distorce o painel quantitativo do setor.

Mais adiante na pesquisa, será possível constatar que foram abordadas as necessidades de se preparar documentos, quais sejam: orçamentos, notas fiscais, contratos, solicitação de pagamento de sinal para o desenvolvimento dos trabalhos da gráfica, etc. Nesta etapa, mais uma vez ficou patente a falta de rigor nos procedimentos, e o quanto de informalidade perpassa o mecanismo em pauta. Em alguns casos, houve até mesmo a convivência dos clientes da gráfica.

Em caso de se efetuar a prática de venda de serviços sem registro adequado nos órgãos responsáveis, corre-se o risco de ter aquela atividade considerada como ilegal, tornando-se passível de multa ou advertência por parte de instituições federais, estaduais ou municipais.

Em relação aos orçamentos apresentados em geral pela gráfica Navio Serigrafia, pode-se dizer que não apontam para custos elevados (tendo em vista a concorrência e o valor absoluto), e caso aconteça inadimplência por parte de um cliente, o custo e o tempo despendidos para se recorrer não compensariam, de acordo com depoimentos dos sócios-diretores do negócio. As despesas com advogados ou com um protesto viriam a ser muito superiores do que o montante perdido. Os donos mencionaram que “não vale a pena correr atrás da inadimplência contratual”, mesmo porque nem mesmo a gráfica formaliza os ajustes com “um contrato sério”.

Para se ter uma ideia da extensão dessa informalidade, e como os clientes também cooperam para mantê-la, há muita dificuldade para a gráfica Navio Serigrafia conseguir receber o pagamento do sinal de 50%, na aprovação de uma proposta. Esse procedimento de cobrança é bastante comum em muitos acordos de prestação de serviços nesta área, e é, por conseguinte, previsto em contratos.

Mesmo assim, a gráfica Navio Serigrafia usualmente só consegue receber o pagamento do sinal de 50% nos casos de produção de convite de casamento, devido à urgência do cliente. Porém, em demais trabalhos é comum que consiga receber até, no máximo, 30% do valor orçado na entrada. Em outras situações, principalmente quando o cliente já é conhecido e está retornando, não se consegue cobrar sinal de entrada algum. Ao se questionar os donos da gráfica sobre o porquê dessa dificuldade, eles afirmaram tratar-se de hábitos do mercado — inerentes à cultura dos clientes que trabalham com esse tipo de serviço —, ou seja, mais uma incidência de atitude que fomenta a informalidade, e que está muito ligada à cultura empresarial brasileira em geral. Os donos da gráfica ainda complementam, ao final da entrevista, com o seguinte depoimento: “essas necessidades e obrigações são para grandes empresas, nacionais e multinacionais, para as pequenas empresas como nós, isso é impossível”.

Não é difícil, pois, constatar, à vista dos exemplos citados, a soma de fatores que contribuem para o “mundo da informalidade”, pois entende-se que não há uma lei ou fiscalização que exija e cobre a regulamentação dos pontos apresentados acima, e a gráfica dá continuidade ao seu funcionamento sem grandes entraves.

A pesquisa exhibe sobejamente a enorme quantidade de procedimentos que conspiram para emprestar às atividades do setor um sem-número de irregularidades derivados da inexistência de parâmetros legais específicos e, conseqüentemente, de órgãos de fiscalização capazes de inibir tais irregularidades, que continuam a prosperar sem grandes entraves.

4. A Marca Navio Serigrafia e seu Registro no INPI

A fim de que se compreenda a posição que a gráfica Navio Serigrafia ocupa em sua área de atividade no Estado do Rio de Janeiro, serão apresentados alguns pontos da publicação Pesquisas e Estudos Socioeconômicos, Diagnósticos e Mapeamentos Setoriais: Retrato Setorial Gráfico e Editorial (FIRJAN, 2017).

Segundo a definição de marca, na cartilha do Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) intitulada A Criação de Uma Marca: “Marca é um sinal visualmente perceptível capaz de distinguir os produtos ou serviços de uma empresa, principalmente, em

relação a outros concorrentes” (INPI, 2013. p.3).

No Brasil, uma marca confere ao seu titular o direito de explorar com exclusividade determinado signo em seu ramo de atuação, sendo imprescindível que o titular, ao depositar um pedido de registro, especifique os produtos ou serviços que pretende proteger. Ele precisa, também, declarar expressamente que exerce, efetiva e licitamente, atividade comercial com os produtos ou serviços reivindicados, em cumprimento ao disposto no artigo 128 da Lei da Propriedade Industrial (Lei 9.279/66). Essa declaração expressa é feita ao Instituto Nacional da Propriedade Intelectual (INPI), que é a instituição que – entre suas finalidades específicas e institucionais — afiança promover, no que diz respeito à propriedade intelectual, a inovação, a competitividade, o combate à contrafação e à concorrência desleal.

Diante do que foi apresentado, faz-se mister apontar a importância de se fazer um registro de uma marca, pois a mesma deve ser identificada pelos seus consumidores, e legitimar a qualidade de seu trabalho/entrega. Os consumidores associam uma marca ao histórico da empresa e, dessa maneira, ao longo dos anos, os consumidores identificam como é feita a entrega dos produtos, como acontecem as promoções, as propagandas, e principalmente como essa empresa se distingue perante sua concorrência. Com o passar do tempo, as experiências proporcionadas por esta marca se fixarão na memória da sociedade, e virão a definir sua reputação.

Segundo a matéria A Importância do Registro de Marca para o Design, que apresenta uma entrevista realizada pelo blog Designers Brasileiros com um escritório de advocacia especializado em propriedade intelectual, “no Brasil, de cada 100 marcas criadas, apenas 10 fazem registro de marca no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI)” (2017).

Ainda nesta mesma matéria, é apresentado um fato que deveria preocupar tanto o empresário quanto o profissional de design gráfico, mas na verdade não é isso que verdadeiramente acontece. Pode-se identificar no fato relatado uma displicência, como a que ocorreu referente ao registro da marca da gráfica Navio Serigrafia.

A assinatura da marca da gráfica Navio Serigrafia — um logotipo — foi desenvolvida por um designer bastante conhecido no mercado carioca, há cerca de vinte anos atrás (os sócios não conseguiram determinar a data com exatidão), e até o momento presente eles não registraram a marca no INPI. Nota-se que tanto o designer que desenvolveu o logotipo quanto os donos da marca não estão preocupados com este registro formal. Os sócios da gráfica até consideram importante fazer esse registro, mas não estabelecem como uma prioridade diante de todos os afazeres da gráfica, talvez também influenciados pelo fato de que não exista uma lei que torne obrigatório às empresas o registro de suas marcas. Porém, a propriedade do nome e do logotipo ficam vulneráveis e passíveis de cópia (plágio).

E, no caso do profissional de design gráfico contratado para desenvolver a referida assinatura da marca, o registro da marca é algo de suma importância, pois trata-se de uma proteção do seu trabalho – propriedade intelectual. Se não há registro, outra empresa qualquer poderá se apropriar dessa assinatura e nome e utilizá-los; não importa, do ponto de vista moral ou legal, a alegada autoria do trabalho e sua originalidade se não se fizer o registro previamente. Desta forma, coloca-se em risco todo um trabalho e esforço entre designer e cliente para desenvolver uma marca e estabelecer sua reputação.

Analisando o histórico da gráfica Navio Serigrafia, é notável constatar que os seus principais clientes são, desde a sua fundação, representados por designers gráficos e seus respectivos clientes. E assim, diante da questão da informalidade abordada neste artigo, e como a falta de registro da marca poderá prejudicar ulteriormente esses designers, a empresa em questão deveria efetuar o registro de sua marca nem que fosse por uma questão de

estratégia perante o nicho de clientes que atende, a fim de reconhecer o mérito da profissão. Fica patente aqui que a informalidade pode ameaçar ambos os agentes desta cena: prestador de serviço e cliente.

5. A Gráfica Navio Serigrafia e a Economia Criativa

Segundo Ana Carla Fonseca Reis (2007), e sua definição sobre Tipologias de Valor, compreende-se que uma empresa com o perfil da Navio Serigrafia pode ser enquadrada como empresa de valor histórico, pois segundo a autora, os objetos tendem a assumir um valor em função da passagem do tempo e isto se aplicaria à técnica da serigrafia, no que tange a sua trajetória.

Entende-se dessa maneira que a gráfica Navio Serigrafia mantém uma tradição, dando continuidade a um valor histórico, pois essa gráfica permanece, desde a sua fundação e até o momento presente, oferecendo o tipo de processo de impressão permeográfico, muito antigo e tradicional. Por outro lado, muitas das gráficas que se iniciaram nesse setor migraram para uma tecnologia mais atualizada.

Contribui também para seu valor histórico o fato de nenhuma máquina utilizada na gráfica Navio Serigrafia ser automatizada. São todas máquinas que precisam ser operadas à mão, ou seja, são prensas mecânicas. Dessa maneira, pode-se traçar uma relação entre esses procedimentos mecânicos e o artesanato, pois em ambos os processos geram-se produtos manufaturados.

Sendo assim, entende-se que os clientes que procuram essa gráfica valorizam uma tradição no setor de impressão. Portanto, forma-se um vínculo de cumplicidade entre cliente e fornecedor, a ponto também de se relevarem diversos procedimentos burocráticos que viriam a formalizar esta relação, aproximando-a ao tipo de vínculo pessoal.

No que diz respeito à maneira como a gráfica Navio Serigrafia atende seu cliente, no caso específico representado por profissionais de design gráfico, essa gráfica mantém um tratamento diferenciado. Ela se mantém próxima ao cliente, envolvendo-se desde a etapa do projeto gráfico, entendendo a importância que esse envolvimento tem para a qualidade do produto final.

Sobre esse ponto específico, os donos dessa gráfica entendem e abraçam essa questão, desenvolvendo um trabalho de interação com os designers gráficos, aproximando ao máximo, no atendimento, o designer e a gráfica, dando suporte desde o início até o fim do processo. Segundo entrevista feita com um dos sócios diretores, segue o seu comentário: “acreditamos que as principais características da gráfica sejam: o envolvimento com o projeto gráfico e o entendimento da sua importância. Disso resulta a forma como atendemos o cliente”.

O modelo de economia criativa consolida negócios que se propõem a reinventar a entrega de valor para seu público-alvo, de maneiras não convencionais, promovendo inovação, não só em âmbito artístico, quanto comercial, agregando esse valor à própria marca e difundido o diferencial dos meios de produção e também de circulação de bens. Um incentivo para isso, tanto do ponto de vista do produtor quanto do cliente, é que o capital exigido não é muito significativo.

Outro aspecto mais que relevante, e que contribui para a satisfação do consumo, a confiabilidade, o tratamento diferenciado e a customização efetiva, é o fato de que clientes, na economia criativa, são a questão central. Quem atua no setor – principalmente no design –

sabe das necessidades dos consumidores, onde eles estão, o que pensam, suas potencialidades. O design é uma atividade orientada ao usuário, ou seja, ao cliente final.

É possível confirmar essa valorização do elemento intangível, da proximidade com o cliente. Bendassolli *et al* (2009) propõem que a reconstrução mercadológica do consumidor é a segunda característica essencial do consumo no âmbito das indústrias criativas, e nesse processo se apresenta um novo regime da construção da subjetividade e da identidade pessoal. De qualquer forma, não se devem descartar os procedimentos formais que são inerentes à relação empresa e cliente, e que em última instância servem para resguardar ambos os lados.

Segundo a publicação Texto para discussão / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 1990), o mercado informal deve corresponder à maior parte da atividade econômica. Entendemos dessa maneira que muitas empresas brasileiras, principalmente as pequenas se enquadram no cenário que se buscou retratar aqui. Nesse artigo utilizou-se o exemplo de uma única gráfica, denominada de Navio Serigrafia, mas deve-se entender que se trata de um estudo de caso que pode ser generalizado, de modo que estima-se que existam muitos outros negócios em situação semelhante de informalidade parcial.

Essa gráfica se enquadra no âmbito dos serviços que atendem à indústria criativa, conforme foi observado no início deste capítulo, já que insere-se na cadeia produtiva do design gráfico. É uma empresa que está localizada na ponta final dessa cadeia, sendo um fornecedor técnico da área do design gráfico. Dessa maneira, pode-se entender porque ela se encontra imersa no mundo da informalidade, esse mundo que se sustenta pela ausência de leis robustas para essas empresas se enquadrarem corretamente no âmbito legal. Inclusive as indústrias criativas como um todo são permeadas por relações informais de trabalho – assunto para muitos outros estudos.

É possível verificar também que essas empresas não estão muito preocupadas em sair do cenário da informalidade, e continuam a desenvolver seu trabalho sem grandes obstáculos, e sem muito esclarecimento acerca do impacto negativo que isso gera para todo um setor produtivo. A cadeia de produção e consumo da indústria criativa vai se integrando à informalidade e concorre para formar um sistema misto, instaurando a semiformalidade dentro do sistema econômico em vigor no país. No entanto, o impacto sócio econômico que advém destas relações informais é nocivo para o país, em última instância.

6. Considerações Finais

Com este artigo, pretende-se descrever o exemplo de uma empresa brasileira, da categoria de microempresa, que, para sobreviver em meio a tantos entraves como os encargos da lei brasileira, encaixa-se no ambíguo mundo da informalidade. Nesta realidade aqui retratada quase tudo é possível em relação à leis, quase tudo é permitido. A inexistência de instrumentos regulatórios e de órgãos oficiais de fiscalização concorrem fortemente para caracterizar a situação.

Soma-se o fato de que a demanda também é responsável pela informalidade, o que conspira para a manutenção dessa espécie de mercado paralelo. Tal situação perpetua-se tanto pela oferta do serviço, em seu modelo primitivo - porém valorizado pela qualidade e raridade - quanto pela procura: o cliente que busca o atendimento customizado e não restrito a normas regulatórias, fora do âmbito da legalidade *stricto sensu*.

Tem-se como sugestão para futuros trabalhos aprofundar um parecer sobre a comparação entre as duas realidades que se impõem à indústria gráfica brasileira. Tem-se, por

um lado, o cenário da informalidade, no qual se encontram as micro e pequenas empresas; estas representadas, neste trabalho, pela Navio Serigrafia, como espécie de modelo tangível e exemplo passível de análise e consideração. Outra possibilidade de desdobramento advinda desta abordagem seria a amplificação das investigações a cerca da incidência de informalidade nos demais setores da indústria criativa - essa área estratégica engloba os setores de publicidade, design, design de moda, cinema, software, softwares interativos para lazer, música, artes performáticas, indústria editorial, rádio, TV, museus e galerias, bem como atividades relacionadas às tradições culturais (Bendassolli *et al.*, 2009, p. 11).

E do outro lado, o cenário da formalidade, onde se encontram as grandes gráficas, que só conseguem produzir mantendo-se dentro da legalidade. São gráficas que até possuem a certificação FSC³ (FSC, 2017), certificado dado a empresas cujos trabalhos são produzidos com papel proveniente de florestas de replantio e maneja sustentável. Esse certificado torna possível a uma gráfica vir a ser fornecedora de grandes empresas nacionais e multinacionais que exigem tal selo de certificação, como também a sua participação em licitações do governo. Neste nicho não há lugar para a informalidade.

É de se imaginar que as empresas de pequeno porte sejam beneficiadas com a vantagem de pagar pouco ou nenhum imposto. Como contraponto e paradoxalmente, o governo põe em seu caminho grande quantidade de empecilhos a lhes obstruir as atividades, até mesmo o mercado atua para lhes dificultar o aluguel de um imóvel ou a obtenção de um empréstimo.

Assim vislumbram-se estas duas realidades contrastantes do setor gráfico brasileiro, a realidade informal e a realidade formal. A informalidade pode por ventura facilitar, num certo sentido, a perpetuação dos pequenos, porém também ajuda a torná-los cada vez mais invisíveis. O impacto sócio econômico que advém destas relações informais é nocivo para o desenvolvimento da economia do país, em última instância.

Referências

BENDASSOLLI, P. F.; WOOD JR., T.; KIRSCHBAUM, C.; CUNHA, M. P. **Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades.** *RAE*, v. 49, n. 1, p. 10-18, 2009.

BENDASSOLLI, P. F.; PINA e CUNHA, M.; KIRSCHBAUM, C.; WOOD Jr., T. **Indústrias Criativas: Definição, limites e possibilidades.** *RAE*: São Paulo, v.49, n.1, jan./mar. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v49n1/v49n1a03.pdf>. Acesso em: 11/06/2017.

CLASSIFICAÇÃO NACIONAL DE ATIVIDADES ECONÔMICAS – CNAE / Comissão Nacional de Classificação [e] IBGE. – Rio de Janeiro: IBGE, 2006.

DESIGNERS BRASILEIROS. **A importância do registro de marca para o design.** Disponível em: <<https://designersbrasil.com.br/registro-de-marca/>>. Acesso em: 22/12/2017.

FIRJAN. **Pesquisas e Estudos Socioeconômicos, Diagnósticos e Mapeamentos Setoriais: Retrato Setorial Gráfico e Editorial.** Rio de Janeiro, 2017.

FSC. **Tipos de certificados FSC.** Disponível em: <<https://br.fsc.org/pt-br/certificao/tipos-de->

³ A certificação FSC é um sistema de garantia internacionalmente reconhecido, que identifica, através de sua logomarca, produtos madeireiros e não madeireiros originados do bom manejo florestal. Todo empreendimento ligado as operações de manejo florestal e/ou à cadeia produtiva de produtos florestais, que cumpra com os princípios e critérios do FSC, pode ser certificado (FSC, 2017).

certificados>. Acesso em: 25/12/2017.

INPI. **A criação de uma marca: uma introdução às marcas de produtos e serviços para as pequenas e médias empresas** / Instituto Nacional da Propriedade Industrial. – Rio de Janeiro: INPI, 2013.

IPEA. **Texto para discussão** / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Brasília: Ipea, 1990.

MAGNA EMPRESA JURÍDICA JÚNIOR. **CNPJ, qual a sua importância e qual a sua necessidade**. Disponível em: <<http://www.magnaempresajunior.com.br/2017/08/24/cnpj-qual-a-sua-importancia-qual-a-sua-necessidade/>>. Acesso em: 22/12/2017.

RECEITA FEDERAL. **Informações Gerais sobre o CNPJ**. Disponível em: <<http://idg.receita.fazenda.gov.br/orientacao/tributaria/cadastros/cadastro-nacional-de-pessoas-juridicas-cnpj/informacoes-gerais-sobre-o-cnpj>>. Acesso em: 22/12/2017.

REIS, A. C. F. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura**. Baureri, SP: Manole, 2007.