REVISTA

DOI: 10.56119/rcabdc.v7.106

V.7, 2026, ISSN 2318-602X
p.60-82
https://abdc.emnuvens.com.br/abdc

DESTAQUE

Imagem, Propriedade Intelectual e Processo civilizatório

Image, Intellectual Property and the Civilising Process

Igor Alves Pinto
Orcid: 0000-0003-2763-4380

Marina Cabada
Orcid: 0009-0002-3251-3153

Resumo

Este artigo investiga a relação entre imagem e propriedade intelectual (PI) sob uma perspectiva sociológica e antropológica crítica. Apoiado na teoria do processo civilizatório de Norbert Elias e em experiências no Escritório da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO), argumenta que a PI atua como dispositivo simbólico de classificação cultural, com centralidade da visualidade na produção jurídica de valor e legitimidade. Sustenta-se que a PI atualiza, em chave contemporânea, a lógica da sociedade de corte: símbolos antes usados para marcar status — como vestimentas e artefatos — são hoje protegidos como marcas, designs e obras intelectuais. A proposta é historicizar esses símbolos juridicamente tutelados, evidenciando sua continuidade com convenções sociais de distinção. Assim, a PI não apenas protege ativos, mas constrói regimes de visibilidade e consagra imagens como legítimas. O artigo articula aparência, norma e poder simbólico, contribuindo para uma epistemologia visual do direito.

Palavras-chave: Propriedade intelectual; Imagem; Processo civilizatório; Distinção social.

CC BY

Abstract

This article explores the relationship between image and intellectual property (IP) from a critical sociological and anthropological perspective. Drawing on Norbert Elias's theory of the civilizing process and on experiences within the European Union Intellectual Property Office (EUIPO), it argues that IP functions as a symbolic device for cultural classification, with visuality playing a central role in the legal production of value and legitimacy. The article suggests that IP updates, in a contemporary form, the logic of court society: symbols used to mark status — such as clothing and artifacts — are now protected as trademarks, designs, and intellectual works. It proposes to historicize these legally protected symbols, revealing their continuity with social conventions of distinction. Thus, IP not only protects assets, but also constructs regimes of visibility and legitimizes certain images. By articulating appearance, norm, and symbolic power, the article contributes to a visual epistemology of law.

Keywords: Intellectual property; Image; Civilizing process; Social distinction.

Introdução

Uma provocação relativamente comum no campo da produção acadêmica acerca de propriedade intelectual é a de entender a relação entre o direito e a imagem. Começamos pensando nessa relação nos tribunais de júri no Rio de Janeiro e como as imagens selecionadas retratam estruturas simbólicas capazes de fazer vítimas e acusados serem postos em posições reconhecíveis, em favor ou contra as teses defendidas em julgamento. Para o processo jurídico, o capital imagético permite acionar outros modos de dar inteligibilidade à realidade e aos textos jurídicos processuais. Assim são produzidos novos efeitos de sentidos e finalmente, de verdade. A título de exemplo, Figueira (2008) debate o papel simbólico que a categoria "prova" tem no júri, a partir de um caso paradigma, tentando dar densidade aos diversos sentidos produzidos no processo judicial sobre essa categoria. A verdade aparece, assim, como construção social do campo jurídico.

Mendes (2011) faz esse mesmo movimento acerca do "princípio do livre convencimento motivado" para entender, na prática, o que isso queria dizer para os juízes que se utilizavam desse princípio constantemente como forma de fundamento de suas decisões. Simião (2018) pretende desnaturalizar a categoria de violência doméstica para entender como duas culturas diferentes (a brasileira e a do Timor-Leste) entendem e tratam essa categoria na prática. O que essas pesquisas têm em comum é justamente a desnaturalização de certas categorias nativas do Direito que apresentam sentidos produzidos pelo campo jurídico mais complexos do que os sentidos que aparentam nos manuais.

Filmes etnográficos e como eles representam o jurídico, ou os trabalhos visuais que emergiram da tradição do cinema etnográfico pós-colonial, também dão conta do mesmo percurso de desnaturalização que os textos citados acima fazem. Neles, o direito não aparece necessariamente como um conjunto de normas codificadas, mas como um campo de disputas simbólicas e de práticas cotidianas marcadas por formas de autoridade, negociação e resistência. A referência ao cinema etnográfico, nesse sentido, reside na sua capacidade de evidenciar como o jurídico se imbrica com a visualidade — como a câmera, o enquadramento, a montagem e a estética do filme participam na construção de sentidos sobre justiça, legitimidade e violência institucional.

Diversos desses materiais sugerem outras formas de se relacionar com o visível e o dizível no campo jurídico, produzindo não apenas registros, mas gestos interpretativos e mesmo performances de conhecimento que interrogam os modos tradicionais de se representar o direito. Geertz (2011), argumenta também nesse sentido ao provocar que entender o que uma piscadela quer dizer dentro de determinado ambiente pode fazer toda a diferença para interpretar a realidade.

Essa virada imagética na pesquisa jurídica — ainda que embrionária em muitos contextos — permite conceber o direito não mais como um campo exclusivamente discursivo, mas também como uma prática profundamente sensível, que se manifesta através de formas visuais e sensoriais dialogando com a pesquisa empírica (Berger, 2012).

Nesse horizonte, o filme etnográfico não é apenas um dispositivo de documentação, mas um operador epistemológico que tensiona os limites da linguagem jurídica e suas formas de produção de verdade.

Muitas vezes por razões jurídicas, as cenas não podem ser gravadas conforme o planejado. O direito de imagem, o direito autoral, entre outros, através de diversos dispositivos legais, acabam determinando o que aparece e o que não aparece. Seja pela negativa em uma autorização necessária, seja não representando marcas, escondendo rótulos ou mesmo colocando produtos em cena, o conhecido "product placement" para quem trabalha na área: a decupagem jurídica também coloca lentes no cinema e molda as imagens que circulam.

Essa reflexão seguiu e através do estudo da Propriedade Intelectual (PI) sempre avançamos pensando na relação PI e imagem de formas mais indefinidas, mas como "a imagem do autor" ou talvez a percepção da figura do autor. Esse cuidado levou à dissertação de mestrado sobre a "noção de autor" de Cabada (2023). Nela é possível ver como o autor foi definido no contexto de disputas simbólicas do campo jurídico. Por meio desse estudo percebe-se a relação entre PI e imagem sob o prisma das "aparências" e das estruturas sociais que determinaram as delimitações históricas dessa figura central. Quando pensamos em criatividade, a associação com o autor é praticamente automática em nossos imaginários.

Durante o trabalho no Escritório da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO), especialmente nas atividades desenvolvidas junto à Segunda e à Terceira Câmaras de Recurso — responsáveis, respectivamente, por decisões em matéria de marcas e de desenhos ou modelos industriais — tornou-se evidente como a imagem é juridicamente construída e delimitada. O EUIPO, enquanto órgão encarregado do registro de marcas e desenhos com validade em toda a União Europeia, constitui um espaço institucional estratégico para observar os modos pelos quais o direito formaliza certas formas visuais, ao mesmo tempo em que define os limites do que pode ou não ser reconhecido como "imagem protegível".

A redação e análise de decisões jurídicas nesses contextos revelou o quanto os processos decisórios são atravessados por critérios que vão além da racionalidade técnica estrita, envolvendo julgamentos estéticos, padrões normativos de visualidade e mecanismos simbólicos de distinção. Observa-se, assim, que a inscrição jurídica da imagem não é neutra, mas responde a lógicas específicas de reconhecimento, exclusão e valoração simbólica, que operam muitas vezes de forma implícita nos regimes de proteção da propriedade intelectual.

As imagens estavam presentes todos os dias, eram desenhos técnicos principalmente, todos muito parecidos. Nos dossiês sempre figuravam algumas fotografias, a maior parte divulgada na internet, ou imagens dos projetos técnicos de desenvolvimento dos objetos. A maioria, senão todas, têm por objetivo mostrar as diferenças. Demonstrando desigualdades suficientes para que haja um reconhecimento relativamente simples entre os desenhos ou modelos em questão, se prova como algo existe e deve ser reconhecido. Assim, era possível perceber frequentemente como aquela tarefa de observar imagens levava à seguinte questão: "Como podem essas imagens serem jurídicas ou juridicizadas?" Ou, ainda, "Será que o desenho técnico e o desenho jurídico são linguagens que se confundem?" Naquele momento, era tangível que algo ali precisava ser explicado, mas não estava claro exatamente como.

No entanto, recentemente, discutindo sobre os textos de Schwarcz (1993) e de Michel (2025) começamos a repensar a maneira como a imagem jurídica pode ser teorizada, seja como uma representação transportada para o ritual jurídico, produzida para ele ou ressignificada dentro de sua narrativa. Assim, a proposta deste artigo é explorar a relação histórica que se constrói entre o Direito de PI e o imaginário imagético, situando esse estudo nas formas ocidentais de ambos. Ao longo do texto, será possível destacar os paralelos que podem ser traçados entre imagem, direito e PI, para, em seguida, seguir os fios que conectam o visual ao intelectual, aprofundando essa aproximação entre as duas esferas.

Imagem, Direito e PI

As formas visuais incorporadas pelo direito são um objeto de interesse para a Antropologia Jurídica. A imagem torna-se juridicizada a partir do momento em que é integrada à ritualística do direito (Bourdieu, 2001, p.24). Nos processos penais, por exemplo, imagens geradas durante o inquérito policial são reinterpretadas e utilizadas no decorrer do processo. Fotografias de jornais ou até mesmo filmes também são empregados para construir narrativas de defesa ou acusação, representando formas legais de releitura da narrativa imagética, imersa em uma cultura jurídica criminal. Além disso, as imagens audiovisuais, ajustadas para se encaixarem no "frame", como citado anteriormente, são curadas para gerar efeitos de realidade virtual, constituindo uma representação da realidade que é validada pelos diversos campos do direito.

Ainda mais interessante, para este artigo, são os processos de (des)legitimação da narrativa audiovisual, especialmente no que tange à consideração dos direitos de propriedade intelectual. Na produção de filmes do gênero documentário, a advertência de Rosenstone (2010) é cirúrgica ao dizer que o compromisso do cinema documentário é com um tipo específico de verdade, "uma verdade calculada para fazer com que o espectador se sinta fortemente afetado por algum aspecto do passado" (2010, p.132). Os cenários apresentados ao público são aqueles autorizados após a fase de análise jurídica, são os escolhidos pela direção. Trata-se de uma narrativa que depende de uma série de permissões, e a insegurança jurídica relacionada ao uso de determinadas gravações pode comprometer a intenção de contar "toda a realidade" capturada pela filmagem.

O arcabouço imagético protegido pela PI

A produção de visuais de diferentes tipos é protegida pela PI respeitadas as condições impostas. Por exemplo, a ideia é que, mesmo que dois ou três detalhes não sejam exatamente iguais entre dois desenhos ou modelos em comparação, as diferenças sejam tão marcantes que se poderá reconhecer e associar um estilo único para garantir proteção jurídica. No caso de objetos que limitam a apresentação física

pela sua função os detalhes seriam o que vamos olhar e por isso são mais importantes. Já para objetos que podem ter formas muito diferentes, mas que cumprem a mesma função os detalhes são menos importantes[1], é relevante observar o quanto numa visão geral do objeto ele se assemelha a outros. Berger e Luckmann (2009) apresentam ideia próxima disso ao se referir que os universos simbólicos são passíveis de cristalização segundo processos de objetivação, sedimentação e acumulação do conhecimento. Esses processos de cristalização levam a um mundo de produtos teóricos que, porém, não perde suas raízes no mundo humano de tal sorte que os universos simbólicos se definem como "produtos sociais que têm uma história".

A linguagem visual é tão distintiva que quase se torna uma identidade, uma assinatura — claro, isso para além da presença ou não do logo de uma marca na superfície do objeto, mas isso é um outro aspecto. Ter um título de proteção de PI é nesse caso ter uma identidade confirmada para fins comerciais. É sob a lente do "utilizador informado[2]", em direito de desenhos e modelos, e do "average consumer[3]", em direito

[1] "Na apreciação do caráter singular, será tomado em consideração o grau de liberdade do criador na elaboração do desenho ou modelo" Artigo 5º, n.º 2, Diretiva (UE) 2024/2823 do Parlamento Europeu e do Conselho de 23 de outubro de 2024.

[2] "(18) A apreciação do caráter singular de um desenho ou modelo deverá basear-se na diferença entre a impressão global suscitada num utilizador informado que observe o desenho ou modelo e qualquer outro desenho ou modelo que faça parte do património de desenhos ou modelos; esta avaliação deverá atender à natureza do produto a que o desenho ou modelo se aplica ou em que está incorporado, designadamente o setor industrial a que pertence, e ao grau de liberdade do criador na elaboração do desenho ou modelo".

[3] *"Distinctive character of a sign, including that acquired through use, must be assessed in relation to the perception of the average consumer for the category of goods or services in question. These consumers are deemed to be reasonably well informed, and reasonably observant and circumspect. The definition of the relevant public is linked to an examination of the intended purchasers of the goods or services concerned, since it is in relation to those purchasers that the mark must perform its essential function" - Quem são os compradores potenciais é definido com base no produto ou serviço específico para o qual se busca o registro. Se os bens ou serviços reivindicados pertencem a uma categoria ampla (por exemplo, bolsas ou relógios), é irrelevante que os produtos efetivamente oferecidos sob o sinal sejam itens de luxo extremamente caros — o público incluirá todos os compradores potenciais dos bens reivindicados no pedido de marca da UE, inclusive aqueles de itens não luxuosos e mais baratos, caso a reivindicação abranja uma categoria ampla. Tradução nossa. Ainda, "Who prospective purchasers are is defined depending on the precise product or service for which registration is sought. If the claimed goods or services represent a broad category (for example, bags or watches), it is irrelevant that the actual products offered under the sign are extremely expensive luxury items — the public will include all the prospective purchasers for the goods claimed in the EUTM application, including non-luxury and cheaper items if the claim is for a broad category."* - Quem são os compradores potenciais é definido com base no produto ou serviço específico para o qual se busca o registro. Se os bens ou serviços reivindicados pertencem a uma categoria ampla (por exemplo, bolsas ou relógios), é irrelevante que os produtos efetivamente oferecidos sob o sinal sejam itens de luxo extremamente caros — o público incluirá todos os compradores potenciais dos bens reivindicados no pedido de marca da UE, inclusive aqueles de itens não luxuosos e mais baratos, caso a reivindicação abranja uma categoria ampla. Tradução nossa.

de marcas, que o juiz formará o seu julgamento. Sem centrar as definições jurídicas dessas duas ficções, a decisão desses parâmetros de análise é feita de modo a ter em conta o que essas pessoas ficcionais conheceriam minimamente nessas representações, imagens no caso do direito de marca. Para desenhos e modelos, a pessoa "informada" compreende a "magia" que o design ou modelo cria. Ou seja, ela possui algum conhecimento sobre o produto que lhe permite identificar as semelhanças e diferenças entre os modelos.

O valor da imagem em propriedade intelectual (PI) vai além da simples proteção contra a reprodução não autorizada de produtos ou marcas. A função social da imagem, no contexto da PI, reflete uma dinâmica complexa, onde a marca não é apenas um identificador de origem, mas um símbolo de status e diferenciação social. As marcas criam uma imagem que estabelece uma conexão emocional com o consumidor, transformando-se em um meio de reconhecimento social. Essa construção imagética não se limita à estética do produto, mas também ao seu contexto e à maneira como ele é consumido. Assim, a PI garante que as marcas, além de protegerem seus ativos financeiros, também protejam sua imagem, que se torna um símbolo de identidade e exclusividade. Ao estabelecer um preço elevado e associar o produto a um determinado estilo de vida, as marcas utilizam a PI como uma ferramenta para regular a diferenciação social entre consumidores, criando uma hierarquia visível através da imagem.

Além disso, a marca e os produtos sob sua proteção atuam como indicadores de pertencimento a um grupo social específico. O valor da imagem nesse contexto vai muito além da simples funcionalidade do produto; ela é carregada de significados que transcendem o consumo imediato. O exemplo de marcas como "Gap" ou "Guess" é emblemático, pois, nesses casos, a marca se confunde com o próprio produto, e a identidade visual da marca é tão forte que pode ser associada diretamente ao consumidor, estabelecendo um elo de diferenciação. A propriedade intelectual, ao proteger esses sinais distintivos, assegura que os consumidores possam exibir com confiança sua identidade social por meio do consumo desses produtos.

Nesse processo, a imagem se torna uma ferramenta de mobilização social, onde a compra de determinado item não se resume a um simples ato de consumo, mas a uma forma de comunicação de status e identidade.

Por fim, é importante destacar que, embora a PI tenha como foco a proteção financeira dos investimentos realizados em produtos e marcas, sua dimensão simbólica é igualmente fundamental. O valor da imagem, em PI, não se limita ao ganho monetário imediato, mas ao poder que ela confere aos consumidores e às empresas para moldar sua posição no mercado e na sociedade. A PI, portanto, oferece mais do que a segurança jurídica contra cópias: ela oferece o controle sobre a percepção pública e a construção de um imaginário coletivo. Marcas, logos e designs não são apenas objetos de proteção legal, mas também mecanismos de exclusão e pertencimento, funcionando como ferramentas para a regulação das relações sociais. A imagem, nesse contexto, se torna um ativo valioso não só pelo seu apelo comercial, mas pela sua capacidade de gerar significado e diferenciá-lo.

O valor simbólico desse arcabouço imagético na PI

A PI deve ser compreendida como um dispositivo jurídico-social que opera na reprodução de símbolos de distinção e práticas de poder. Foucault (1995, p.235) escreve sobre à busca da evidenciação do poder como no trecho "Em suma, o principal objetivo destas lutas é atacar, não tanto "tal ou tal" instituição de poder ou grupo ou elite ou classe, mas, antes, uma técnica, uma forma de poder." Mais do que apenas proteger criações ou inovações, ela atribui valor simbólico a objetos e formas, instituindo critérios de pertencimento que associam estética, técnica e exclusividade à ideia de civilização. Detalhes mínimos — como o detalhe amarelo de costura no contorno de uma bota Dr. Martens[4] ou fecho de uma bolsa ou two curves crossed in one point design inserted

[4] see EUTM 008845539, available at: https://www.euipo.europa.eu/en/news/the-world-of-intellectual-property-protection-for-shoes.

in a pocket[5] — são elevados à condição de signos identitários. Esses elementos, muitas vezes imperceptíveis fora de certos círculos sociais, tornam-se instrumentos de reconhecimento entre pares e reforçam as dinâmicas de diferenciação social.

Assim, o valor da PI não está apenas no conteúdo protegido, mas também no status e na linguagem visual que ela legitima. Do ponto de vista jurídico, o valor da PI se traduz na seletividade de seu acesso. Embora o direito autoral, por exemplo, garanta uma proteção automática, ele só se torna economicamente relevante quando vinculado às obras que circulam com força no mercado. Já direitos como os de marca, design ou patente exigem registro formal e recursos significativos, o que limita seu alcance a sujeitos com capital financeiro e cultural.

A PI, assim, funciona como um campo onde o valor de uso dos bens se subordina à sua capacidade de gerar distinção e retorno econômico. Essa lógica reforça desigualdades estruturais e coloca em xeque a universalidade da PI como um direito humano, uma vez que sua prática majoritária está frequentemente orientada e condicionada à existência de interesse comercial ou simbólico. Por fim, o valor da PI não pode ser separado de sua dimensão representacional.

A linguagem do direito e da ciência que o acompanha transforma formas, signos e experiências em ativos jurídicos, operando uma tradução do mundo em termos de propriedade e controle. Ao proteger produtos culturais, científicos e estéticos sob a lógica da exclusividade, a PI também legitima um sistema de valores que privilegia certos modos de ver, consumir e nomear o mundo. Essa operação — que mistura palavras e imagens, técnica e mercado — nos convida a repensar criticamente o que está sendo protegido, por quem e com quais efeitos sociais. A noção de valor que se pode estabelecer para a PI, portanto, não é neutra: ela é construída e disputada.

[5] see EUTM No 6 900 898, available at: http://guidelines.euipo.europa.eu/2214311/1926066/trade-mark-guidelines/9-3-4-position-marks.

O papel do imagético enquanto forma de tornar o social inteligível

É interessante refletir que, na verdade, a educação para a escrita talvez já tenha se assimilado à educação para a pintura. Trata-se, na prática, de duas linguagens irmãs a partir do momento que se apresentam como uma representação social da realidade e, portanto, uma interpretação da mesma. No entanto, o texto escrito ou a linguagem escrita se estabeleceu como fonte principal de comunicação. Talvez porque o texto consiga falar das imagens ou encontrar mais formas de se aproximar de uma boa 'tradução' do que o contrário. Em vez disso, é possível perceber a utilidade social da linguagem escrita e as ferramentas que ela tem para difusão de comunicação, complexificação de pensamentos e de reprodução através de uma lógica matemática de mudança de elementos; ordens dos fatores e soma de ideias. A manipulação do escrito, assim, se apresenta como ferramenta mais apta ao acúmulo de conhecimento.

Talvez a pintura tivesse uma importância maior em um mundo onde a maior parte da era analfabeta. Ao tentar ilustrar por aproximação, subliminarmente ou expressamente, o que não se podia comunicar para os não letrados, as pinturas eram capazes de comunicar para mais pessoas. Todavia, não ser letrado nas imagens também poderia ser um problema, porque como toda linguagem exige prática de entendimento e os pintores mesmo se tentando captar a essência das coisas para transformar em símbolos e elementos visuais capazes de serem assimilados talvez não conhecessem exatamente seu público ou uma boa parcela dele.

Enfim, em razão de toda a sua utilidade social, a escrita talvez tenha sido uma linguagem mais interessante de sistematizar e desenvolver; talvez fosse mais fácil de controlar e delimitar a sua mensagem e direcionar ao seu receptor. A legibilidade dessas imagens estava em símbolos, em dogmas circunscritos à sociedade que acessava as formas e objetos de interesse dessa produção de linguagem. Essa forma de linguagem visual leva tempo entre concepção, produção e publicação. A capacidade

de educar para a linguagem da pintura prescindia de tempo, até mesmo para a burguesia, na antiguidade: letramento era obrigatório, letramento em pintura, na imagética, não.

A delicadeza da estruturação de ensinamentos sistemáticos não coube para a pintura a partir da ideia de que o abstrato não é facilmente solidificado em conhecimento. Nem todas as palavras poderiam ser transladadas em símbolos diferentes do alfabeto romano, quanto mais as imagens. As referências imagéticas, ao longo da história e dos variados movimentos artísticos, passam a cada vez mais ser limitadas ao conhecimento dos poucos que se dedicavam a entender esse código. Não que a pintura seja apenas código e não arte, mas assim como o gênero "texto": nem tudo é romance. Muitas vezes os textos são artigos acadêmicos, receitas de bolo e qualquer informação útil à sucessão de informações. No Egito, por exemplo, a pintura era uma linguagem central na difusão de ideias e inscrição no tempo.

Processo Civilizatório e PI

Norbert Elias (1994), ao formular o conceito de sociedade de corte, descreve um modelo social no qual o poder simbólico era centralizado em torno da figura do rei, e as hierarquias sociais se organizavam por meio de códigos refinados de conduta, aparência e linguagem. Nesse ambiente, o prestígio não deriva exclusivamente de méritos objetivos ou produtivos, mas da capacidade de representar, por meio de signos e gestos, uma distinção reconhecida socialmente. Essa gramática da distinção visual, muitas vezes ritualizada, pode ser observada na forma como a PI, hoje, opera sobre imagens, signos e objetos estéticos.

A atribuição de proteção jurídica a marcas ou designs é menos sobre sua função prática e mais sobre o valor simbólico que carregam, o que aproxima esses dispositivos jurídicos de uma lógica de corte, onde o prestígio se impõe pela forma e não necessariamente pela utilidade. A centralização do prestígio jurídico nas instituições de PI — como órgãos de registro e tribunais especializados — também encontra

eco no que Elias identificou como o monopólio do poder simbólico pela nobreza palaciana. A figura do Estado moderno que vem historicamente da corte absolutista traz consigo a promessa de racionalização e igualdade formal, mas frequentemente conserva mecanismos de legitimação seletiva, da mesma forma como Bourdieu entende sua teoria dos campos: "Como um campo de força, um espaço social opera de modo semiautônomo. Ele é uma construção humana com seu próprio conjunto de crenças que racionalizam as regras do comportamento do campo – cada campo tem sua própria "lógica da prática" distinta." (Grenfell, 2018, p.99)

Na PI, isso se traduz na forma como determinados agentes — grandes empresas, indústrias criativas globalizadas, escritórios especializados — são mais aptos a navegar o sistema jurídico e a obter proteção para suas expressões. Essa assimetria institui uma hierarquia interna ao sistema que naturaliza exclusões, tratando como exceção aquilo que não se enquadra nos formatos reconhecíveis de criação ou inovação. O papel da aparência e da encenação nas relações sociais da corte — algo central na análise de Elias — desloca-se, na contemporaneidade, para o campo da economia simbólica da imagem. A PI, ao transformar signos em ativos jurídicos e econômicos, reforça a lógica em que o valor não está no objeto em si, mas na maneira como ele é percebido, circulado e performado socialmente.

Isso fica evidente no design industrial, onde o reconhecimento jurídico muitas vezes se baseia em critérios estéticos mínimos, abstraídos do uso social concreto do objeto. A proteção não se ancora na função vivida, mas na representação codificada da diferença. Assim, a imagem técnica e juridicamente aceita não é aquela que comunica, mas a que diferencia, mesmo que de forma mínima — um traço, uma curva, um detalhe de superfície. Elias descreve ainda como o processo civilizatório implica o adestramento dos corpos, das emoções e dos afetos em nome de uma convivência social mais "refinada" e previsível. A forma como o campo jurídico reconhece e legitima essas diferenças, por sua vez, está ligada à legitimação dos agentes que trabalham no âmbito da PI dizer, enquanto autoridade, o que é ou não passível de proteção pelo Estado.

Essa lógica disciplinadora é paralela ao modo como a PI enquadra a criatividade em categorias normativas fixas. Obras devem ser originais, invenções devem envolver atividade inventiva, marcas devem ser distintivas — tudo isso dentro de definições legais que raramente contemplam os modos informais, coletivos ou ancestrais de produção simbólica. Essa normatividade regula não apenas o que pode ser protegido, mas também o que será considerado criativo, inovador, ou culturalmente relevante. Trata-se, portanto, de um regime que molda a sensibilidade social e condiciona a forma como vemos e valorizamos as expressões culturais. A formatação da criatividade, nesse sentido, é necessária para que o Estado possa alcançar e proteger o fato social. Dito de outra forma, se não há margem clara para o conceito, ele não existe para o Estado. É a formatação, o enquadramento, que dá certeza.

Esse panorama revela um aspecto menos discutido da PI: sua função civilizatória, no sentido proposto por Elias (1994), como uma tecnologia de ordenamento simbólico e controle social. Ao invés de simplesmente garantir direitos, ela institui normas de visibilidade, valoração e pertencimento. Nesse processo, práticas culturais não alinhadas à racionalidade técnica ocidental são empurradas para a margem — ou então absorvidas, com perdas significativas, em moldes jurídicos que não lhes são próprios. O conhecimento indígena, por exemplo, é recorrentemente traduzido em patentes ou marcas sem considerar seus vínculos rituais, espirituais e comunitários. O mesmo processo que dá proteção e segurança ao fato social abstrato da criação, tira dos mesmos pedaços a sua essência.

O procedimento de reconhecimento e defesa da PI, assim, tende a apagar a alteridade, sob a justificativa de reconhecer sua existência. As suas promessas não devem ser descartadas, mas é importante não naturalizar esse percurso como um instrumento neutro. Enxergá-la apenas como técnica jurídica invisibiliza sua atuação como uma tecnologia social de distinção e controle simbólico. Quando compreendemos que a PI participa ativamente da produção e legitimação das hierarquias simbólicas contemporâneas, percebemos também seus efeitos na reprodução de

desigualdades — especialmente no apagamento de formas de conhecimento não hegemônicas, que não se enquadram nos moldes técnicos, ocidentais e orientados por grandes interesses econômicos do que se reconhece como criativo ou inovador.

Por isso, é fundamental disputar os sentidos da PI, tensionar suas estruturas e imaginar formas alternativas de institucionalidade. Mais do que proteger objetos ou ideias, o desafio é proteger aspectos culturais marginalizados: modos de vida, saberes e expressões que ainda escapam — ou resistem — aos circuitos de validação hegemônicos. A descolonização do direito da PI exige, portanto, romper com essas heranças civilizatórias, reabrindo espaço para um pensamento jurídico mais plural, situado e comprometido com outras formas de existência. Nesse sentido, é importante ressaltar que a imagem ocupa uma posição ambígua nesse processo: ao mesmo tempo que serve como suporte para a visibilidade e o reconhecimento jurídico — como ocorre com marcas, desenhos industriais ou embalagens protegidas — ela também se torna um campo de controle e disputa simbólica.

A imagem não apenas comunica; ela classifica, diferencia, atribui valor e delimita pertencimentos. No regime da PI, é a interpretação jurídica da imagem — sua codificação e enquadramento técnico — que define o que pode ou não ser protegido, reconhecido ou apropriado. No entanto, a imagem por si só não é suficiente: ela precisa ser traduzida por categorias jurídicas que, ao mesmo tempo que conferem proteção, impõem formas específicas de ver e significar. Essa mediação revela como a PI se insere em uma economia política da imagem, onde o visível é cuidadosamente regulado, e onde aquilo que escapa aos códigos hegemônicos — como símbolos indígenas, expressões populares ou modos não-ocidentais de criação — tende a permanecer invisível, ou a ser capturado de maneira parcial e descontextualizada. Assim, a disputa por justiça na PI passa também por uma disputa sobre os regimes de visualidade que estruturam o reconhecimento jurídico: quem pode ser visto, como, e com quais consequências.

Sociologia da imagem e Direito de PI

As pesquisas na área do Direito centram-se, principalmente, em índices quantitativos que não são por si só capazes de revelar os efeitos de sentido produzidos pelas práticas da PI, como destaca Silbey (2019). Na área da propriedade intelectual, é possível observar que noções como justiça, adequação econômica ou relevância para a inovação são mobilizadas com frequência. Essas ideias tendem a se apresentar como consolidadas, mas nem sempre são acompanhadas por análises qualitativas que examinem os processos pelos quais tais significados foram construídos e naturalizados. Apesar de sua aparente estabilidade conceitual, trata-se de um campo jurídico relativamente recente, cuja estrutura normativa e simbólica continua em processo de consolidação.[6]

Ao revés, as imagens, nas suas formas mais comuns em PI, são deliberadamente difundidas sem que seus meios de produção no campo jurídico — dos direitos e das tutelas — sejam efetiva e amplamente conhecidos. Trata-se de um campo relativamente recente, que avança rapidamente do ponto de vista econômico, mas ainda tem um longo caminho a ser percorrido em termos de elaboração acadêmica crítica. Esse descompasso gera uma frustração profunda: a discussão sobre o potencial imagético do direito parece ter ainda menos espaço diante de outras urgências teóricas. No entanto, é precisamente por meio da representação do imaterial que talvez possamos construir pontes entre o direito da PI e seus efeitos sociais concretos — por meio das imagens que conectam marcas, designs, publicidade e modelos industriais à experiência vivida e às práticas sociais cotidianas.

Apesar de reconhecermos a presença de imagens ou elementos visuais no campo jurídico, estes são com frequência lidos de forma absoluta, como se fossem

[6] A França promulgou sua primeira legislação de proteção aos autores com a lei de 1791 e depois em 1793, ambas pós-Revolução Francesa e profundamente ligadas à noção moderna de autoria individual. No plano internacional, a Convenção de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial, assinada em 1883, foi o primeiro tratado multilateral a estabelecer regras mínimas de proteção em patentes, marcas e desenhos industriais entre os países signatários. Cabada, Marina, *La notion d'auteur en droit français: une vision anthropologique sur les droits de propriété intellectuelle de l'auteur* (dissertação de mestrado, Centro de Estudos Internacionais da Propriedade Intelectual - CEIPI, Estrasburgo, 2023).

puramente positivados ou meramente representativos. Mas como analisar uma imagem fora de seu contexto social? A imagem jurídica não pode ser compreendida sem levar em conta seus usos sociais, seus sentidos simbólicos e os regimes de valor que a constituem. As regras de agenciamento dessas imagens — aquilo que interessa de fato ao direito — não estão nos textos normativos. Grande parte do discurso jurídico mascara ou silencia a construção imagético-narrativa do social.

Se o imaginário social é, em grande medida, o terreno de construção do valor e da norma, não deveríamos, enquanto juristas, sociólogos e filósofos, abordá-lo deste ponto de vista? Quem é este utilizador informado ou consumidor médio, senão ficções normativas afastadas da pluralidade concreta das experiências sociais? Se os critérios de proteção da propriedade intelectual se basearem nestas figuras-padrão, a sua inserção social será, por definição, economicamente orientada, restrita e muitas vezes não reclamada. Nesse contexto, a propriedade intelectual parece responder mais à lógica do mercado do que à diversidade de formas de criação, circulação e apropriação da cultura. Como pensar na sociedade um regime de proteção que reconheça as formas de expressão coletivas, locais e simbólicas, para além das categorias jurídicas que privilegiam a originalidade individual e a distinção de mercado?

As imagens técnicas que acompanham decisões em design industrial não são "imagens jurídicas" no sentido performativo e social que deveriam carregar. São desenhos técnicos, descolados da vida social dos objetos que pretendem proteger. São imagens que não falam. E, paradoxalmente, são essas imagens que fundamentam o reconhecimento de um direito. Para obter um título, o desenho precisa seguir as regras estabelecidas pelas regras europeias de registro[7]. Mas o que se apresenta ali não é o objeto em sua potência simbólica, sua presença social ou seu uso cultural, mas apenas sua carcaça formal, funcional e distintiva — seu poder de diferenciar e de produzir diferenciação no consumo.

[7] Diretiva (UE) 2024/2823 do Parlamento Europeu e do Conselho de 23 de outubro de 2024. Disponível em: https://shorturl.at/wpqJ1.

Essa abordagem ignora o uso social dos objetos e sua historicidade. Um celular, por exemplo, é um artefato social atravessado por múltiplas camadas de PI: marcas, patentes, design, software. Mas, acima de tudo, ele é um objeto de distinção, pertencimento e desejo — um marcador de status, uma mercadoria simbólica e um signo de conforto. É por isso que seu estudo pelas ciências sociais e pelo direito deve considerar a construção social de seu valor e seus usos. Pode ser que o valor dos objetos — e da PI que os envolve — não se organize prioritariamente em torno da inovação, mas da produção de diferenças capazes de gerar distinção social. Nesse processo, a PI muitas vezes apaga as alteridades.

A inovação, nesse contexto, é menos um motor do sistema do que um efeito colateral da busca por diferenciação simbólica, característica das dinâmicas sociais descritas por Elias (1994) e Bourdieu (2007). Nas sociedades ocidentais modernas, a valorização da novidade muitas vezes está vinculada à lógica da distinção e da competição simbólica, mais do que à necessidade técnica. A exclusão sistemática dos saberes indígenas e a apropriação de seus símbolos revelam, por sua vez, a permanência de uma estrutura epistêmica colonial (Mignolo, 2004; Sousa Santos, 2000), que compromete a continuidade de cosmologias, rituais e formas de vida que não se organizam segundo os códigos de prestígio e visibilidade típicos das sociedades de corte (Elias, 1987).

Os modos de existência ameríndios, por exemplo, que se baseiam em formas relacionais e xamânicas de organização do mundo (Viveiros de Castro, 2002; Descola, 2014; Kopenawa & Albert, 2010), são frequentemente apagados ou transformados em objetos de consumo simbólico, sem que suas lógicas próprias sejam reconhecidas ou preservadas. A PI é uma abstração altamente sofisticada que fomos, progressivamente, ensinados a consumir como uma verdade jurídica incontestável, nos moldes ocidentais e a crítica jurídica e sociológica ainda precisa enfrentar, de forma mais contundente, a necessidade de paradigmas alternativos para esse campo.

Talvez seja possível pensar formas programáticas, inclusive algorítmicas, de decomposição crítica dessas categorias. Não sabemos se a PI pode ou deve se desintegrar,

mas é certo que temos o dever, como pesquisadores, de refletir sobre que tipos de objetos queremos proteger, que "caixas" queremos (ou devemos) continuar construindo. É necessário reorganizar os discursos, tensionar as indústrias e propor novas institucionalidades. Porque, afinal, ainda hoje, somos institucionalmente tratados como ignorantes e esse é, talvez, o sintoma mais evidente de um sistema simbólico que precisa ser repensado.

Considerações finais

Imagem e propriedade intelectual mantêm uma relação densa e complexa, embora os estudos que investigam essa interseção entre visualidade e produção da verdade jurídica ainda sejam escassos. Na prática, porém, observa-se uma retroalimentação constante: a imagem legitima o direito, e o direito, por sua vez, legitima certas imagens. A construção de sentido das imagens ocorre a partir de categorias e convenções sociais, e, quando essas imagens adentram o campo jurídico, elas ganham uma forma de consagração institucional. Nesse sentido, o conceito de processo civilizatório proposto por Norbert Elias ajuda a esclarecer a lógica subjacente a essa dinâmica: ao longo da história, especialmente desde a sociedade de corte, práticas visuais — como o vestuário, os gestos, a arquitetura — foram mobilizadas para diferenciar classes sociais e legitimar posições de prestígio. A linguagem visual, portanto, foi sendo gradativamente agenciada pelo direito como instrumento de ordenação simbólica e hierarquização social.

Esse processo permitiu a construção de um imaginário no qual as aparências passaram a ter valor institucional, funcionando como signos reconhecíveis de status, pertencimento e distinção. A propriedade intelectual, nesse contexto, emerge como uma forma de juridicização dessas distinções sociais no plano dos objetos, das imagens e das representações. A função da PI não se resume à proteção de investimentos financeiros, mas também à organização de sistemas simbólicos, assegurando origens e autenticidades que reforçam valores sociais legitimados. Proteger uma marca

ou um design, portanto, é mais do que impedir cópias: é garantir a persistência de um código visual capaz de operar distinções, seja no consumo cotidiano, seja na constituição de imaginários coletivos. Em outras palavras, a PI participa da produção das regras de visibilidade e das convenções de valor atribuídas aos objetos culturais e comerciais.

Desse modo, civilização, normas e aparências estabelecem uma relação dialética: criam e são criadas mutuamente no interior de uma lógica de distinção e ordenamento social. Compreender o poder simbólico do direito — e particularmente do direito de propriedade intelectual — diante da imagem permite abrir um ângulo analítico potente, revelando como o direito não apenas regula condutas, mas também estrutura percepções e sentidos compartilhados. A PI, nesse quadro, opera como um dispositivo de classificação cultural, no qual o valor de um objeto ou imagem depende da sua capacidade de ser juridicamente reconhecido e socialmente diferenciado. Estudar esse entrelaçamento é, portanto, uma chave para entender o papel do direito na produção histórica e social do simbólico.

Referências

ALLEAUME, C. *'À la croisée des sources de la propriété intellectuelle*. L'article 27 de la Déclaration universelle des Droits de l'homme', *Les Cahiers de la recherche sur les droits fondamentaux*, 17 (2019) Disponível em: https://journals.openedition.org/crdf/6707 . Acesso em 6 de junho de 2023.

BELTING, H. *Por uma antropologia da imagem.* Rio de Janeiro: Contraponto, 2014.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. *Modernidade, pluralismo e crise de sentido*: a orientação do homem moderno. Petrópolis: Editora Vozes, 2012.

BOURDIEU, P. *A Distinção*: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp, 2007.

BOURDIEU, P. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BULLA JÚNIOR, L. C. *Fotografia e loucura*: um olhar sobre a condição humana na experiência do transtorno mental. São Paulo: Annablume, 2006.

CABADA, M. Construções imagético-narrativas e processos decisórios: Imprensa e Justiça Criminal no caso do "Ônibus 174", *Reunião de Antropologia do Mercosul*, RAM XIII (2019), ISBN online: 978-85-66094-75-6.

CABADA, M. *La notion d'auteur en droit français:* une vision anthropologique sur les droits de propriété intellectuelle de l'auteur. Dissertação de mestrado, Centro de Estudos Internacionais da Propriedade Intelectual - CEIPI, Estrasburgo, 2023.

CAMPOS, S. M. C. T. L.. A imagem como método de pesquisa antropológica: um ensaio de antropologia visual. *Cadernos de Campo*. São Paulo, 13, 2005.

COELHO DE SOUZA, M. A pintura esquecida e o desenho roubado: contrato, troca e criatividade entre os Kisêdjê. *Revista de Antropologia.* São Paulo, 55.1, 2012.

DAMATTA, R. *Relativizando: uma introdução à Antropologia Social.* Rio de Janeiro: Rocco, 1987.

ELIAS, N. *A sociedade de corte*. Lisboa: Estampa, 1987.

ELIAS, N. *O Processo Civilizador.* Vols. 1–2, Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

FIGUEIRA, L. E., *O ritual judiciário do tribunal do júri.* Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris Ed., 2008.

FOUCAULT, M., O sujeito e o Poder, in Hubert Dreyfus and Paul Rabinow (eds), *Uma trajetória Filosófica*: Para além do estruturalismo e da hermenêutica. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

FOUCAULT, M. 'Qu'est-ce qu'un auteur ?', in *Dits et écrits*, t. 1. Paris: Gallimard, 1994.

GALVEZ-BEHAR, G. *Histoire de la propriété intellectuelle*. Paris: La Découverte, Collection Repères, 2022.

GEERTZ, C. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

GONÇALVES, F. Noção de pessoa: apontamentos sobre um alargamento teórico possível. *INTRATEXTOS.* Rio de Janeiro: 10, 2019.

GRENFELL, M. *Pierre Bourdieu*: Conceitos Fundamentais. Rio de Janeiro: Vozes, 2018.

SILBEY, J. Intellectual Property and Ethnography: A Qualitative Research Approach, in *Handbook of Intellectual Property Research: Lenses, Methods, and Perspectives,* 2021.

KOPENAWA, D.; ALBERT, B. *A Queda do Céu*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

LA DÉCLARATION UNIVERSELLE DES DROITS DE L'HOMME, Disponível em: https://www.un.org/fr/universal-declaration-human-rights/. Acesso em 27 de abril de 2023.

MAUAD, A. M. Através da imagem: fotografia e história interfaces. *Topoi.* Rio de Janeiro, Ed. 3.5, 2002.

MEDEIROS, C. S. de. Mídia e sociedade: o poder é um jogo de forças in Diego Jesus (ed.), *Comunicação, poder e resistência*: mídia e sociedade em debate. São Paulo: Editora Fi, 2017.

MEDEIROS, C. S. de. *Mídia e sociedade*: o poder é um jogo de força. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2019.

MELLO, M. T. V. B. de. O uso das imagens nas ciências sociais. *Tempo Social, Revista de Sociologia da USP*, 9.2, 1997.

MENDES, R. L. T.. *Do Princípio do Livre Convencimento Motivado*: legislação, doutrina e interpretação de juízes brasileiros. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2011.

MICHEL, J. Lire les images. *Herméneutique de l'art.* Paris: PUF, 2025.

MIGNOLO, W. 'Epistemologia do Sul e pensamento fronteiriço', in Boaventura Sousa Santos (ed.), *Conhecimento prudente para uma vida decente.* São Paulo: Cortez, 2004.

NOVAES, M. 'As sandálias da polêmica: grafismo dos povos do Xingu em sandálias Havaianas é alvo de polêmica nas redes sociais', *El País Brasil*, São Paulo, 14, fevereiro, 2015. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2015/02/13/politica/1423839248_331372.html Acesso em 20 de abril de 2023.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL, *Traditional Knowledge Documentation Toolkit,* 2021. Disponível em: https://shorturl.at/tg1aJ . Acesso em 3 de julho de 2023.

PFISTER, L. *L'auteur, propriétaire de son œuvre ? La formation du droit d'auteur du XVIe siècle à la loi de 1957,* Lille: Atelier national de reproduction des thèses, 2001.

ROSENSTONE, R. A., *A História nos filmes. Os filmes na História*. São Paulo: Paz e Terra.

SCHWARCZ, L. M. Lendo e agenciando imagens: o rei, a natureza e seus belos naturais, in Lilia Moritz Schwarcz (ed.), *O espetáculo das raças: cientistas, instituições e o pensamento racial no Brasil – 1870-1930*, São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

SIMIÃO, D. S. Sensibilidades jurídicas e respeito as diferenças: Cultura, controle e negociação de sentidos em práticas judiciais no Brasil e em Timor-Leste, *Anuário Antropológico*, 39.2, 2018.

THÉRIAULT, S. Commercial speech, intellectual property rights, and advertising using virtual images inserted in TV, film, and the real world. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 6.1, 2008.

UNCTAD, *Creative Economy Outlook*, 2020. Disponível em: https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-2022 . Acesso em 10 de maio de 2023.

VAUCHEZ, A. Propriétaires ou travailleurs intellectuels? Les écrivains français en quête d'un statut, *Droit et Société*, 74, 2010.

VIVANT, M. La privatisation de l'information par la propriété intellectuelle, *Revue internationale de droit économique*, 20.4, 2006.

ZOLLINGER, A., *Droit d'auteur et droits de l'Homme.* Poitiers: Université de Poitiers, Collection de la Faculté de Droit et des Sciences sociales, 2013.

Qualificação

Igor Alves Pinto – ORCID: 0000-0003-2763-4380
Doutor em Direito (PPGD/UFRJ); Pós-doc PPGD/UFRJ
Lattes: http://lattes.cnpq.br/1942997056738473
Email: igoralvespinguim@gmail.com

Marina Cabada – ORCID: 0009-0002- 3251-3153
Mestre em Direito Internacional e Europeu de Propriedade Intelectual; Doutoranda na École Doctorale de Droit, no CEIPI
Lattes: http://lattes.cnpq.br/7539692172720839
Email: marinacabadapolydoro@gmail.com