



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS

FACULDADE DE DIREITO DO RECIFE

ISABELLA OLIVEIRA DE MENEZES

**PROTEÇÃO DO DESIGN NO FASHION LAW:
análise segundo princípios do Direito Internacional de Propriedade Intelectual**

Recife
2024

ISABELLA OLIVEIRA DE MENEZES

**PROTEÇÃO DO DESIGN NO FASHION LAW:
análise segundo princípios do Direito Internacional de Propriedade Intelectual**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Direito da Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Jurídicas, como requisito parcial para obtenção do título de BACHAREL em Direito.

Área de Concentração: direito empresarial, direito internacional.

Orientadora: Prof^a Eugênia Cristina Nilsen Ribeiro Barza.

Recife
2024

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Menezes , Isabella Oliveira de .

Proteção do Design no Fashion Law: análise segundo princípios do Direito Internacional de Propriedade Intelectual / Isabella Oliveira de Menezes . - Recife, 2024.

63 p.

Orientador(a): Eugênia Cristina Nilsen Ribeiro Barza
(Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Jurídicas, , 2024.

1. Fashion Law. 2. Propriedade Intelectual. 3. Direito Autoral. 4. Desenho Industrial. 5. Design. I. Barza , Eugênia Cristina Nilsen Ribeiro . (Orientação). II. Título.

340 CDD (22.ed.)

ISABELLA OLIVEIRA DE MENEZES

**PROTEÇÃO DO DESIGN NO FASHION LAW:
análise segundo princípios do Direito Internacional de Propriedade Intelectual**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Direito da Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Jurídicas, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel(a) em Direito.

Aprovado em: 21/03/2024.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Eugênia Cristina Nilsen Ribeiro Barca (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Maria Antonieta Lynch de Moraes (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Hugo de Oliveira Martins (Examinador Externo)
Universidade Federal de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe, Mirtes, e ao meu pai, Tony, por sempre me apoiarem em tudo que precisei e sempre estarem lá por mim, colocando meus sonhos e minha felicidade como prioridade. É pouco falar que sem vocês eu não conseguiria. Obrigada por me ensinarem tanto sobre a vida, por sempre incentivarem os meus estudos e por tudo que fizeram por mim.

Agradeço à minha irmã, Gabriella, por ser fonte de alegria na minha vida desde muito antes de nascer — desde que eu soube da sua existência, para ser mais exata. Meus dias são muito mais felizes por causa da sua companhia. Obrigada por ser sempre a pessoa com a habilidade de me fazer sorrir quando mais preciso, ter você como irmã é o maior presente que eu poderia ganhar.

Agradeço à toda minha família, especialmente à minha avó Lila, minhas madrinhas Marília e Thayana, meu padrinho Paulo, minha prima Kelly e minha tia Leila, por acreditarem em mim quando nem eu mesma acreditava. Ao meu tio Filipe, que não está mais aqui, mas dizia, quando eu era criança, que eu seria advogada quando crescesse. E não é que cheguei a ser mesmo?

Agradeço às amigas que carrego comigo desde a época de escola, Juliana, Rapha, Lyandra e Gabi, por todas as risadas, conversas e memórias incríveis ao longo dos anos. É um privilégio manter amizades que te acompanharam por tantas fases, e ainda que o tempo passe e nos distanciamos das meninas que uma vez éramos, nossa conexão apenas cresce. À Karol, que me acompanhou tanto na escola quanto na graduação, por ser a amiga com quem sei que sempre posso contar. Obrigada por ser a pessoa que posso falar sobre qualquer coisa, a amizade que construímos é muito importante para mim.

Agradeço às amigas que cultivei ao longo da faculdade, sobretudo à Maria, Dandara, Lavínia, Carla e Evelyn, por serem minhas companheiras nesta jornada incomparável que é a graduação, e por trazerem conforto e diversão no meio dos dias mais puxados da rotina. Com vocês compartilhei momentos que lembrarei com muita ternura, dos mais cotidianos aos mais decisivos: superamos desafios e celebramos vitórias juntas. Espero compartilhar muito mais, e que venham mais noites de jogos e viagens.

Agradeço à Pernambuco Model United Nations (PEMUN), por ser, sem sombra de dúvidas, a melhor e mais enriquecedora experiência universitária que tive, e a todas as pessoas incríveis que conheci por ela. Vocês me impulsionam a ser melhor a cada dia.

Agradeço aos estágios que realizei ao longo do curso, essenciais para minha formação, particularmente ao gabinete da Dra. Joana Carolina, o qual tive o prazer de

acompanhar como estagiária na Justiça Federal e no TRF5. O comprometimento e a dedicação que presenciei será certamente algo que levarei comigo para toda a vida. À Duda e Camilla, por serem minhas aliadas nessa experiência, sempre trazendo leveza para o dia a dia.

Agradeço à minha orientadora, professora Eugênia Barza, por proporcionar todo o suporte necessário para a realização deste trabalho desde o primeiro dia. Obrigada pela orientação cuidadosa e comentários valiosos que elevaram exponencialmente o nível deste TCC. Agradeço também a todos os professores que fizeram parte da minha formação desde que comecei a estudar, pois eles moldaram não apenas meu conhecimento, mas despertaram minha curiosidade por mundos diferentes. Uma sala de aula é mais do que quatro paredes, é o local onde sonhos são alimentados para que possam se tornar realidade.

Por fim, agradeço à Faculdade de Direito do Recife, por me dar a honra de fazer parte da sua ilustre história. Continuarei esse legado com muito orgulho.

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) busca responder como os princípios do Direito Internacional de Propriedade Intelectual podem ser aplicados para fortalecer a proteção legal do design no âmbito do *Fashion Law*, assumindo um papel crucial ao abordar uma indagação pertinente e inovadora dentro do campo jurídico. Ao explorar a proteção do design no contexto do *Fashion Law*, o trabalho propõe uma análise abrangente dos institutos da propriedade intelectual, evidenciando sua aplicabilidade e eficácia na salvaguarda dos elementos criativos no universo da moda. A relevância deste estudo reside na contribuição para uma nova abordagem jurídica no campo da propriedade intelectual, específica para as criações de moda. Ao examinar desafios como a evolução rápida das tendências e as lacunas que acarretam na facilidade da imitação no mercado, revela-se a necessidade constante de adaptação das estratégias de proteção do design. O exame de casos específicos ilustra a aplicação prática dessas estratégias, proporcionando percepções esclarecedoras para profissionais e contribuindo para o desenvolvimento do *Fashion Law* como um elemento essencial na promoção da criatividade e proteção eficaz no setor da moda.

Palavras-chave: *fashion law*; propriedade intelectual; direito autoral; desenho industrial, design.

ABSTRACT

The present Final Course Work aims to address how the principles of International Intellectual Property Law can be applied to strengthen the legal protection of design within the scope of Fashion Law, assuming a crucial role in addressing a pertinent and innovative inquiry within the legal field. By exploring design protection in the context of Fashion Law, the work proposes a comprehensive analysis of intellectual property institutes, highlighting their applicability and effectiveness in safeguarding creative elements in the fashion universe. The relevance of this study lies in its contribution to a new legal approach in the field of intellectual property, specifically tailored to fashion creations. By examining challenges such as rapid trend evolution and the resulting gaps that facilitate imitation in the market, the constant need for adaptation of design protection strategies is revealed. The examination of specific cases illustrates the practical application of these strategies, providing insightful perspectives for professionals and contributing to the development of Fashion Law as an essential element in promoting creativity and effective protection in the fashion sector.

Keywords: fashion law; intellectual property; copyright law; industrial design, design.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Bolsa da Louis Vuitton no modelo Grand Palais

Figura 2 - lado a lado, macacão da Balmain (marca de luxo) e macacão reproduzido da Nasty Gal (*fast fashion*)

Figura 3: bolsa da C&A (peça inspirada) e bolsa da Balenciaga (peça inspiradora).

Figura 4: bolsas de Alexandre Pavão e da Schutz, respectivamente.

Figura 5: Na esquerda, design de Larissa Martinez. Na direita, peça idêntica disponível na Shein para compra.

Figura 6: Na esquerda, peça da Shein. Na direita, peça de Tracy Gracia

Figura 7: Na esquerda, vestido da Shein. Na direita, vestido de Tracy Garcia.

Figura 8: Na esquerda, bolsa Birkin (Hermès). Na direita, bolsa da Village 284.

Figura 9: Na esquerda, peça comercializada pela Loungerie. Na direita, peça da Hope.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GATT - *General Agreement on Tariffs and Trade* (Acordo Geral de Tarifas e Comércio)

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial

LPI - Lei de Propriedade Intelectual

OMPI - Organização Mundial da Propriedade Intelectual

STJ - Superior Tribunal de Justiça

TRIPS - *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio)

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 O DIREITO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL.....	13
2.1 Origem e evolução histórica do direito da propriedade intelectual.....	13
2.2 A propriedade intelectual e a propriedade industrial.....	15
2.3 Categorias da propriedade industrial.....	19
3 A PROPRIEDADE INTELECTUAL E A MODA.....	24
3.1 A importância da moda para a indústria e o surgimento do direito da moda (Fashion Law).....	24
3.2 As categorias da propriedade intelectual na indústria da moda.....	26
3.2.1 A proteção das criações de moda pelo direito autoral.....	27
3.2.2 A proteção das criações de moda pela propriedade industrial.....	28
3.3 Limites da proteção do design das criações de moda e suas consequências.....	33
4 O DIREITO DA MODA NA PRÁTICA: modelos de proteção estrangeiros e estudos de casos.....	41
4.1 Modelos norte-americano e francês.....	41
4.2 Análise da jurisprudência brasileira.....	43
4.2.1 Hermès vs. Village 284.....	44
4.2.2 João Batista Castilhos da Rocha vs. Arezzo.....	45
4.2.3 IMB Têxtil Ltda. vs. C&A Modas Ltda.....	47
4.2.4 Loungerie vs. Hope.....	48
4.3 A possibilidade de dupla proteção às criações de moda através do desenho industrial e do direito autoral.....	53
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	57
REFERÊNCIAS.....	59

1 INTRODUÇÃO

A moda, desde seu surgimento, desempenha um papel fundamental que transcende apenas o vestuário, tornando-se um verdadeiro reflexo da cultura e da sociedade em que está inserida. No contexto econômico, a indústria da moda corresponde a um dos setores de maiores destaques no Brasil e em todo o mundo, o que ressalta a necessidade de uma abordagem legal e regulatória adequada para proteger as criações de moda.

Nesse âmbito, o presente Trabalho de Conclusão de Curso debruça-se em analisar as formas de proteção dos designs de moda à luz da propriedade intelectual, diante dos desafios enfrentados na escolha do melhor caminho para amparar, de maneira eficaz, os criadores, bem como diante das lacunas identificadas. O estudo foi realizado através de pesquisa bibliográfica da perspectiva jurídica relativamente ao *Fashion Law*, à propriedade intelectual e ao design de moda, bem como legislações relacionadas ao tema, além do exame de casos legais específicos na área.

Dessa forma, o primeiro capítulo trata do direito da propriedade intelectual e discorre sobre a origem e a evolução deste direito, apresentando as primeiras tentativas de regulação até as normativas existentes nos dias atuais. Diferencia-se a propriedade intelectual da propriedade industrial, sendo a propriedade intelectual o conjunto de todas as formas de proteção intelectual, que abrange a propriedade industrial, o direito autoral e a proteção *sui generis*. Então, descreve-se as categorias da propriedade industrial, quais sejam, marca, patente e desenho industrial.

No segundo capítulo busca-se aplicar os conceitos apresentados à moda, destacando a grande relevância desta para a economia e o nascimento de um direito da moda, devido ao expressivo crescimento do mercado. Então, estuda-se as categorias da propriedade intelectual na indústria da moda, com ênfase na proteção das criações de moda por meio direito autoral e da propriedade industrial.

Já no terceiro capítulo, desenvolve-se sobre o direito da moda na prática, com a análise do modo que modelos estrangeiros lidam com o tema, em especial os modelos norte-americano e francês, que apresentam formas de proteção contrastantes, não obstante ambos os países serem vistos dentre os mais importantes na influência do mercado da moda. Estuda-se, também, sobre casos práticos da área, observando os fundamentos que levaram as decisões para cada processo. Por fim, constata-se a possibilidade de um sistema de dupla

proteção às criações de moda, através do desenho industrial e do direito autoral, de modo a aumentar o campo da tutela conferida aos criadores.

À luz desta pesquisa, fica claro que a compreensão aprofundada dessas dinâmicas é essencial para orientar profissionais, legisladores e acadêmicos na criação de um ambiente jurídico que estimule a criatividade e proteja de maneira eficaz o design de moda, contribuindo para o desenvolvimento da indústria e do próprio *Fashion Law*.

2 O DIREITO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

2.1 Origem e evolução histórica do direito da propriedade intelectual

A propriedade intelectual é, sem dúvida, um dos grandes propulsores da economia globalizada, tendo em vista sua posição de reconhecer, por meios legais, a apropriação do conhecimento humano, seja como fruto da criatividade ou pelo resultado de pesquisas e informações que se materializam em algo novo.

Com isso, a aceleração do processo informacional (isto é, a série de atividades que envolvem a manipulação, o armazenamento, a transmissão e utilização de informações) e o desenvolvimento da economia industrial ocasionou na necessidade de criação de uma nova categoria de direitos de propriedade pois, além da propriedade sobre o produto, passam a ser reconhecidos, também, direitos exclusivos sobre a produção e a ideia que permite a reprodução de um produto (BARBOSA, 2003). Surge, então, a necessidade de uma maior regulamentação da propriedade intelectual.

Um dos primeiros esforços para a regulamentação da propriedade intelectual se deu com a Convenção da União de Paris (CUP) para proteção da propriedade industrial, que teve início como um anteprojeto, redigido em uma conferência diplomática realizada em 1880 (INPI, 2023). Uma nova conferência foi convocada em 1883, para a aprovação definitiva do texto, que entrou em vigor em 7 de julho do mesmo ano e persiste até o presente. Porém, a Convenção já havia sido revista sete vezes desde então: Bruxelas (1900), Washington (1911), Haia (1925), Londres (1934), Lisboa (1958) e Estocolmo (1967), versão que continua em vigor no Brasil desde 1992¹, além de ter novo processo de revisão iniciado em 1980, em Genebra (BARBOSA, 2003).

Já a Convenção da União de Berna, realizada em 1886, foi fruto dos trabalhos que culminaram na formação da Associação Literária e Artística de 1878. Buscou, também, um espaço comum de direito, como em Paris, em 1883. Dessa vez, pleiteando um documento normativo único que pudesse proteger, de maneira eficaz e concreta, os direitos autorais sobre a criação em âmbito global (BOFF, 2018). Antes da Convenção, as nações costumavam se recusar a reconhecer os direitos referentes ao direito autoral de trabalhos estrangeiros: por exemplo, um trabalho publicado em Londres estaria protegido pelas leis do país de origem,

¹ Através do Decreto 75.572 de 08/04/1975.

isto é, o Reino Unido, mas poderia ser reproduzido em outro país, e vice-versa (BARBOSA, 2013).

Sendo assim, até a década de 1880, cada país era responsável pela legislação que protegia seus inventos e criações, mas não conseguia impedir que esses fossem levados para outro país. O alcance da Convenção de Berna abrangeu obras literárias e artísticas, incluindo também as de caráter científico, qualquer que seja seu modo de expressão (BARBOSA, 2003). Esta foi a primeira Convenção a tratar do assunto dos direitos referentes ao criador em caráter jurídico, além de buscar estabelecer um maior nível de proteção para os direitos de autor, alcançando seus direitos patrimoniais e morais (BOFF, 2018).

Ainda, em decorrência dos acontecimentos mundiais, como o término da Segunda Guerra Mundial e o surgimento dos organismos internacionais, surge a necessidade de reestruturar os Tratados e Convenções existentes sobre a temática (BOFF, 2018). Assim, em 1967, a Organização Mundial de Propriedade Intelectual² (OMPI) constituiu-se como órgão autônomo dentro do sistema das Nações Unidas, englobando as Uniões de Paris (1883) e Berna (1886), 22 anos após a criação da ONU.

Então, a OMPI atua como um fórum global para serviços, políticas, informações e cooperação em matéria da propriedade intelectual (OMPI, 2009). Para Maristela Basso (2000, p. 17), a OMPI surgiu para "unificar os conceitos, abolindo a tradicional divisão existente no modelo tradicional ou histórico, que separava os direitos dos autores e dos inventores". Além das Convenções de Paris e Berna, a OMPI administra vários tratados relativos à propriedade industrial e aos direitos de autor.

Em 1994, negociou-se um novo acordo sobre Propriedade intelectual, denominado de TRIPS³ (Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio) resultado de um longa elaboração no âmbito do GATT⁴, que já previa proteção às marcas e indicações de procedência regional e geográfica (BARBOSA, 2003). O Acordo visava reduzir as distorções e obstáculos do comércio internacional, bem como promover uma proteção eficaz e adequada aos direitos de propriedade intelectual (WORLD TRADE ORGANIZATION, 2005), de forma a possibilitar um benefício mútuo entre os produtores e consumidores do conhecimento tecnológico e equilibrar os respectivos direitos e obrigações envolvidos (BOFF, 2018).

² Em inglês, *World Intellectual Property Organization* (WIPO).

³ Em inglês, *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*.

⁴ O Acordo Geral de Tarifas e Comércio (*General Agreement on Tariffs and Trade*, em inglês) é um tratado multilateral de comércio internacional firmado em Genebra em 1947, tendo por princípio básico o livre-comércio.

Destarte, no Brasil, o direito industrial começou a se desenvolver no início do século XIX, com a chegada da Corte portuguesa ao país. Assim, em 1809, o Príncipe Regente Dom Pedro I reconheceu o chamado direito do inventor, que concedia o direito à exclusividade do uso pelo prazo de 14 (catorze) anos, para as invenções que fossem registradas junto à Real Junta do Comércio (COELHO, 2019).

Contudo, a primeira lei brasileira sobre marcas surgiu apenas em 1875, com a Lei nº 2.682, a qual concedia aos comerciantes a possibilidade de utilizar uma marca como forma de assinatura de seus produtos e, desse modo, pudessem diferenciá-los dos demais produtos comercializados (VARELLA, 1996). Em 1882, há a edição de uma nova lei de patentes, e em 1887 e 1904 surgem outras leis que versavam sobre a proteção de marcas (VIEIRA, 2001). O Brasil promulgou a Convenção de Berna apenas em 1975, por meio do Decreto nº 75.699.

Anos depois, o tratamento integrado das questões da propriedade intelectual como um todo, sem a divisão entre patentes, direitos autorais e outros, é contemplado no Decreto de 21/08/2001, que criou, no âmbito da Câmara de Comércio Exterior (CAMEX), o Grupo Interministerial de Propriedade Intelectual (FONSECA, 2021). Na atualidade, a propriedade industrial no Brasil é protegida na Constituição Federal, artigo 5º, nos incisos XXVII e XXIX, além da Lei no 9.279/1996, que regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.

2.2 A propriedade intelectual e a propriedade industrial

O direito da propriedade intelectual, em suma, representa o conjunto de direitos e garantias concedido aos criadores pelo Estado (BOFF, 2018) que tutela as criações humanas. A OMPI define a propriedade intelectual como:

a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico (OMPI, 2020).

O objeto do direito da propriedade intelectual pode ser compreendido em dois sentidos, um amplo e um restrito (BEZERRA, 2017). Em seu sentido amplo, entende-se que o objeto desse ramo jurídico abrange as criações humanas, de modo genérico, ao passo que no sentido restrito, o objeto pode ser correspondente às chamadas criações do espírito, que são

voltadas para o desenvolvimento tecnológico e empresarial, englobadas pelo direito da propriedade industrial.

Por conseguinte, o direito da propriedade intelectual encontra fundamento na valorização do trabalho criativo humano, em busca de prestigiar a contribuição fornecida à cultura e na repercussão econômica advinda da obra (BEZERRA, 2017). De tal forma, tanto nas invenções quanto nas obras, almeja-se a proteção da atividade criativa humana, assegurando ao criador o fruto de sua criação.

Tratando-se das fontes do direito da propriedade intelectual, tal qual a maioria dos ramos jurídicos, a fonte primária é a lei, o que abrange, no caso do Brasil, a Constituição Federal de 1988, os Tratados Internacionais em que o Brasil for signatário, e a legislação infraconstitucional, como por exemplo a Lei nº 9.279/96 (Lei de Propriedade Industrial), Lei nº 9.456 (Proteção de Cultivares); Lei nº 9.609/1998 (Software) e a Lei nº 9.610/1988 (Lei dos Direitos Autorais), além de normas complementares, como os decretos (BEZERRA, 2017). Contudo, a lei pode ser complementada pelos princípios jurídicos, pelos costumes e pela jurisprudência, esta última tendo desempenhado, nos últimos anos, um papel central na produção e atualização do direito vigente.

Nesse contexto, como o conceito de propriedade intelectual é bastante amplo, foram estabelecidos três grandes grupos de tipos de proteção: a propriedade industrial, o direito autoral e a proteção *sui generis*. Importante, então, ressaltar a distinção entre a propriedade intelectual e industrial, pois a propriedade intelectual é o conjunto de todas as formas de proteção intelectual, e engloba os três grandes grupos citados (NUNES e PINHEIRO-MACHADO, 2017).

Cabe, então, explorar o tratamento dado à propriedade intelectual e industrial nas União de Berna e Paris, verdadeiras propulsoras no ramo deste direito. Em 1883, a Convenção de Paris, desde sua origem, buscou a proteção da propriedade industrial, bem como a criação de um mecanismo de compatibilização entre as legislações nacionais, sem aspirar a padronização de normas substantivas (BOFF, 2018). Dessa forma, haveria um limite à faculdade dos Estados de regular de modo independente uma matéria de grande relevância no âmbito internacional (BASSO, 2000).

Nesse sentido, a Convenção delimita as regras que os Estados-membros devem cumprir ao aderir ao acordo, prevê os direitos e obrigações do titular do direito de propriedade industrial e inclui normas de direito material e seus princípios, buscando harmonizar as legislações existentes (BOFF, 2018). Há, na Convenção, alguns princípios que merecem destaque, que norteiam as relações jurídicas no âmbito do direito da propriedade industrial.

De início, o princípio do tratamento nacional diz respeito à não discriminação ao tratamento dado aos criadores nacionais e aos estrangeiros, devendo estes ter a mesma proteção, vantagens e direitos concedidos pela legislação do país a seus nacionais, sem que nenhuma condição de domicílio ou de estabelecimento seja exigida (BOFF, 2018). O tratamento nacional, então, resulta na aquisição, na extensão e no exercício de direitos, além da concessão de ações e garantia de sanções a todos que se encontram em território unionista (BASSO, 2000).

Em sequência, o princípio da prioridade unionista estabelece que o primeiro pedido de patente depositado em um país membro deve servir de base para depósitos subsequentes relacionados ao mesmo tema, realizado pelo mesmo depositante ou seus sucessores (BOFF, 2018). Com isso, um pedido de patente em qualquer outro país membro é considerado como se tivesse sido depositado na mesma data daquele (FURTADO, 1996).

No mesmo caminho, o princípio da independência dos direitos institui que as patentes requeridas durante o prazo da prioridade devam ser autônomas, não apenas em relação às causas de nulidade e de caducidade, mas também do ponto de vista de sua vigência (BOFF, 2018). Já o princípio da territorialidade fixa o limite territorial de proteção conferido pelo país que concede a patente⁵ (BOFF, 2018).

Em seguida, a Convenção de Berna, em 1886, chegou a definir o que é obra literária e artística⁶, além de delinear os critérios para a proteção do direito do autor, como definir o país de origem da obra, assegurar o direito de adaptação e tradução autorizada, e estabelecer o prazo de 50 anos para vigência dos direitos do autor após sua morte, que são contados a partir de janeiro do ano seguinte ao falecimento, sendo este prazo prorrogável pelos países signatários (BOFF, 2018).

Dentre os princípios dispostos na Convenção de Berna, há, como na Convenção de Paris, o princípio do tratamento nacional, que obriga o país a conceder o mesmo tratamento nacional aos estrangeiros⁷. Tal proteção é automática e independe da previsão legal de

⁵ Contudo, na prática, as patentes regionais extrapolam esse princípio, como é o caso da patente europeia. Isso ocorre através de acordos regionais, nos quais os países reconhecem a patente concedida pela instituição regional como se fosse outorgada pelo próprio Estado (BOFF, 2018).

⁶ Segundo o art. 2, 1, da Convenção de Berna: Os temas "obras literárias e artísticas", abrangem todas as produções do domínio literário, científico e artístico, qualquer que seja o modo ou a forma de expressão, tais como os livros, brochuras e outros escritos; as conferências, alocações, sermões e outras obras da mesma natureza; as obras dramáticas ou dramático-musicais; as obras coreográficas e as pantomimas; as composições musicais, com ou sem palavras; as obras cinematográficas e as expressas por processo análogo ao da cinematografia; as obras de desenho, de pintura, de arquitetura, de escultura, de gravura e de litografia; as obras fotográficas e as expressas por processo análogo ao da fotografia; as obras de arte aplicada; as ilustrações e os mapas geográficos; os projetos, esboços e obras plásticas relativos à geografia, à topografia, à arquitetura ou às ciências.

⁷ Convenção de Berna - alínea 1a. do artigo 5.

proteção no país de origem da obra, desde que esta circule pelos demais países membros da União.

Ainda, a Convenção de Berna prevê os direitos patrimoniais e morais do autor⁸, estes últimos sendo irrenunciáveis e inalienáveis, no intuito de garantir o direito de paternidade da obra e o direito de impedir modificações de qualquer natureza, bem como incluir as limitações aos direitos do autor, como os de cópias sem fins de lucros, citações, notícias de imprensa, divulgação de fatos e informações gerais (BOFF, 2018).

Nessa direção, há o direito de paternidade, que pode ser traduzido como a faculdade que o autor dispõe de vincular o seu nome ou pseudônimo à obra (PONTES NETO, 2008). Em seu modo negativo, significa que a obra seja divulgada sob anonimato. Já o direito de integridade é a faculdade que dispõe o autor de que sua obra seja conhecida como ele a concebeu, isto é, qualquer supressão, adição ou modificação da obra sem sua prévia e expressa autorização será uma ofensa à sua integridade (PONTES NETO, 2008), pois podem até mesmo prejudicar a honra e a reputação do autor⁹.

Entende-se, então, que o direito de integridade trata do direito moral, que é um direito absoluto, *erga omnes*, inalienável, irrenunciável, impenhorável, inapropriável, imprescritível e transmissível *causa mortis*. O direito patrimonial, por outro lado, trata da possibilidade de auferir rendimentos econômicos com a exploração de sua obra. O autor possui ambos os direitos moral e patrimonial sobre sua obra. Em determinadas circunstâncias fáticas, a violação do direito moral poderá acarretar em reflexos de ordem patrimonial para o autor (PONTES NETO, 2008), bem como o desrespeito ao seu direito patrimonial poderá alcançar os reflexos de ordem moral, inatos ao autor.

Ainda no âmbito das discussões sobre a regulamentação da propriedade intelectual, nasce o Acordo TRIPs em 1994, no intuito de melhor proteger os direitos da propriedade intelectual e facilitar o comércio internacional¹⁰. O TRIPs tem como uma de suas principais características a dinamicidade, pois a interpretação das suas cláusulas pode mudar de acordo com a evolução do tema (BOFF, 2018).

⁸ Presentes na Convenção de Berna - artigos 6 e 6bis.

⁹ Convenção de Berna, artigo 6bis: "Independentemente dos direitos patrimoniais do autor, e mesmo depois da cessão dos citados direitos, o autor conserva o direito de reivindicar a paternidade da obra e de se opor a toda deformação, mutilação ou outra modificação dessa obra, ou a qualquer dano à mesma obra, prejudiciais à sua honra ou à sua reputação".

¹⁰ O artigo 7 do Acordo Trips contempla seus objetivos: "(...) contribuir para a promoção da inovação tecnológica e para a transferência e difusão de tecnologia, para o benefício mútuo dos produtores e usuários do conhecimento tecnológico e de uma forma que conduza ao bem-estar social e econômico, e ao equilíbrio de direitos e obrigações".

No que tange os direitos autorais, o TRIPs torna obrigatória a Convenção de Berna, mas faz uma exceção aos direitos morais previstos no artigo 6bis. O Acordo busca evitar práticas que limitem de maneira injustificável o comércio ou que afetem negativamente a transferência internacional de tecnologia (BOFF, 2018). Alguns de seus princípios são o princípio do tratamento nacional, o princípio da nação mais favorecida, o princípio da promoção, inovação, transferência e difusão tecnológica, o princípio da compatibilidade com outros tratados, o princípio da cooperação e o princípio da transparência e publicidade das normas (PIMENTEL, 2000).

Um dos princípios que merece destaque no Acordo TRIPs é o princípio da proteção mínima, pelo qual deve ser garantido um nível de proteção mínima para os direitos de propriedade intelectual nos países desenvolvidos e emergentes, mediante convívio harmonioso entre eles (BASSO, 2000). Nessa concepção, os países membros assumiram o compromisso de implementar, em seu direito nacional, os padrões mínimos de proteção fixados em comum, funcionando como um verdadeiro parâmetro para a proteção da propriedade intelectual.

No Brasil o Acordo TRIPs foi incorporado desde 1994, recepcionado pelo ordenamento jurídico pátrio através do Decreto nº 1.355/94. O Acordo vai além do previsto nas Convenções de Paris e Berna, pois inclui em seu texto mecanismos de proteção e solução de controvérsias, que podem ser utilizados em caso de retaliações contra membros inadimplentes (BOFF, 2018), no tratamento da propriedade intelectual e das diversas categorias da propriedade industrial.

2.3 Categorias da propriedade industrial

A propriedade intelectual no Brasil abrange três grandes áreas: a propriedade industrial, que pode ser dividida entre marca, patente, desenho industrial, indicação geográfica, segredo industrial e repressão à concorrência desleal; o direito autoral, que aborda os direitos do autor e conexos; e a proteção *sui generis*, a qual dá ao titular o direito de exclusividade e o protege quanto à extração ou reutilização de partes substanciais do conteúdo da base de dados construída (SILVEIRA, 2003). Nesse sentido, cada uma destas categorias possui definições e regulamentações próprias.

De início, tem-se a marca, a qual é utilizada para individualizar produtos e serviços, tornando-se um diferencial no mercado. Sob essa ótica, no que tange sua delimitação conceitual, entende-se por marca todo sinal distintivo aplicado facultativamente aos produtos

e serviços, com o fim de identificá-los e diferenciá-los de outros semelhantes de origem diversa (CERQUEIRA, 2012).

Em relação à natureza das marcas, o art. 123 da Lei n. 9.279/96 institui três espécies, são essas: a) marcas de produtos e/ou de serviços, utilizadas para diferenciar produto ou serviço de outro idêntico ou semelhante de origem diversa; b) marcas de certificação, que servem para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, especialmente quanto à qualidade ou o material utilizado; e, c) marcas coletivas, usadas para identificar produtos ou serviços oriundos de uma determinada entidade.

O órgão responsável pelo registro de marcas no Brasil, atualmente, é o Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), que ao deferir o registro de uma marca, confere ao titular a exclusividade da utilização daquele sinal distintivo em todo território nacional, segundo o art. 129 da Lei n. 9.279/96.¹¹ A legislação brasileira estabelece dois requisitos para que seja possível registrar um sinal distintivo como marca, sendo estes ser o sinal visualmente perceptível e inexistir proibição legal¹², à luz do art. 122 da Lei 9.279/96.

Nesse contexto, outro modo de categorizar a propriedade industrial se dá por meio da indicação geográfica, prerrogativa reconhecida internacionalmente pela OMC através do Acordo TRIPs. No âmbito nacional, a indicação geográfica é recepcionada pela Lei n. 9.279/96, a qual a conceitua como a indicação de procedência ou a denominação de origem do produto ou serviço. A indicação de procedência enfatiza a notoriedade da origem geográfica de um determinado produto ou serviço, enquanto a denominação de origem ressalta a qualidade e características do produto ou serviço vinculados a sua origem (THAINES, 2018).

A indicação geográfica e a marca assemelham-se no sentido de que ambas têm por objetivo designar determinados produtos e/ou serviços, distinguindo-lhes perante terceiros. Contudo, as marcas identificam os produtos e serviços específicos de um determinado fabricante, enquanto as indicações geográficas preocupam-se em indicar o lugar de origem, enfatizando as características peculiares do local do produto ou serviço. Ainda, os institutos podem ser utilizados conjuntamente, contanto que respeitada a limitação do art. 124, IX e X da Lei n. 9.279/96, a qual disciplina que um dos elementos que impede o registro da marca é a confusão ou sinal que possa induzir falsa indicação geográfica.

¹¹ Esta é uma vertente do direito fundamental à propriedade das marcas, presente no art. 5, inciso XXIX da CRFB/88.

¹² O art. 124 da Lei 9.279/96 estabelece um rol extenso de vedações à registrabilidade de um sinal distintivo como marca.

Em sequência, estão também no campo da propriedade industrial as patentes, que podem ser conceituadas como um privilégio temporário que o Estado concede a uma pessoa física ou jurídica pela criação industrial, suscetível de beneficiar a sociedade (BOFF, 2018). Com isso, a patente deve se adequar no critério de novidade, atividade inventiva e utilização industrial: o Estado irá conceder o uso exclusivo de um novo processo produtivo ou a fabricação de um produto novo vigente por um determinado prazo temporal e, em troca, o inventor divulga a sua invenção à sociedade (BOFF, 2018).

Dessa forma, a proteção das patentes deverá ser registrada no INPI e é regulamentada pela Lei 9.279/96. O registro deve ser realizado por funcionários peritos nas diversas áreas, com o fim de distinguir uma invenção de outra (BOFF, 2018). No que tange os requisitos para a concessão da patente, cada país tem autonomia para decidir os critérios que serão utilizados. Contudo, algumas características em comum são observadas pela maioria dos países, sendo essas: o aspecto da novidade, a necessidade de aplicação e resultado industrial e a atividade inventiva, isto é, a invenção deve resultar da atividade intelectual do autor, não sendo óbvia para qualquer pessoa que possua conhecimento ordinário do campo técnico para a qual se requer a patente (SOARES, 1988).

Dando continuidade às subdivisões da propriedade industrial, há o segredo industrial, que é entendido como o conjunto de informações sigilosas ou confidenciais relacionadas às atividades empresariais em geral, sejam industriais, comerciais ou de prestação de serviços, e que lhes conferem alguma vantagem competitiva (BARONE, 2009). Para Silveira (2001), o segredo industrial, ou segredo de negócio, pode consistir em um conjunto de conhecimentos técnicos, experiências, fórmulas, processos de fabricação, métodos, listas e informações de clientes, além de técnicas de comercialização, marketing, custos, formação de preços e demais espécies de dados confidenciais relativos ao desempenho de atividades empresariais.

No âmbito internacional, o conceito de segredo industrial é delineado a partir de seu enquadramento no artigo 39 do TRIPS e, no direito brasileiro, a partir do artigo 195 da Lei nº 9.276/96, que trata da concorrência desleal. Assim, o segredo industrial é um bem imaterial que deve ser protegido no âmbito das normas que tutelam a concorrência desleal.

Por sua vez, a concorrência desleal é contemplada, também, no artigo 209 da Lei nº 9.276/96, a qual considera como concorrência desleal quaisquer os atos "tendentes a prejudicar a reputação ou os negócios alheios, a criar confusão entre estabelecimentos comerciais, industriais ou prestadores de serviço, ou entre os produtos e serviços postos no comércio", sendo tais condutas passíveis de crime no ordenamento jurídico brasileiro.

Dessa forma, em suma, o ato desleal caracteriza-se pela proibição de determinados comportamentos que, no desenvolvimento de uma atividade econômica idêntica, visem prejudicar um outro concorrente, que exerce a mesma (ALVES, 2014). Para Denis Regis Barbosa (2003), é devida a proteção, independentemente de patente ou direito autoral, sempre que a apropriação por um competidor ocorra sem que tal competidor faça qualquer investimento próprio, realizando, por exemplo, apenas uma cópia servil.

Ainda na esfera da propriedade industrial, há, também, a proteção do desenho industrial. Esta categoria consiste na criação artística sobre um determinado produto que apresenta implicações de natureza industrial, pois representa uma produção de uma aparência nova a algo que já existe, como o novo design de um carro, uma caneta, entre outros (BEZERRA, 2017). No ordenamento jurídico brasileiro, o desenho industrial é elencado no art. 95 da Lei 9.279/96¹³.

Por conseguinte, para que o desenho venha a ser protegido pela Lei de Propriedade Industrial (LPI), este deve atender alguns requisitos básicos: deve-se configurar como uma criação industrial e não meramente artística, pois esta seria protegida pela Lei de Direitos Autorais. Exige-se, também, que o desenho seja fruto de uma ação inventiva, tendo em vista que a lei protege a produção de algo novo decorrente de um trabalho intelectual humano (BEZERRA, 2017), bem como possua originalidade em relação a outros objetos anteriores.

Nessa perspectiva, outra vertente da propriedade intelectual se dá pelos direitos do autor e conexos, regidos pela Lei do Direito Autoral, isto é, a Lei n. 9.610/1998. Para Chaves (1995), o direito autoral é o conjunto de prerrogativas que a lei reconhece a todo criador intelectual sobre suas produções literárias, artísticas ou científicas. Este direito pode ser visto como um direito de reprodução, utilização e publicação sujeito aos limites e condicionamentos constitucionais (BARBOSA, 2003).

¹³**Art. 95.** Considera-se desenho industrial a forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial.

Nesse prisma, a Lei nº 9.610/1998 dispõe o que é protegido por direitos autorais em seu artigo 7º¹⁴, bem como o que não é protegido em seu artigo 8º¹⁵. Sob essa circunstância, os direitos autorais têm prazo de proteção da criação do autor regulado pela Lei que, em âmbito patrimonial, em geral, se dá por toda a sua vida, e ainda por 70 anos a contar de primeiro de janeiro do ano subsequente à sua morte (art. 47 da Lei nº 9.610/1998). Já os direitos conexos são aqueles de conteúdo não autoral aos quais são reconhecidos direitos patrimoniais equiparados aos de autor, por ordem da divulgação das obras autorais realizadas pelos titulares de direitos conexos (ABRÃO, 2002).

Por fim, no que concerne ao instituto *sui generis*, este consiste num sistema de proteção utilizado por diversos países para enfrentar as dificuldades e inadequações do sistema atual de propriedade intelectual em garantir proteção a ativos diversos como cultivares (Lei de Cultivar, nº 9.456/1997, que protege qualquer gênero ou espécie de vegetal distinguível de outras já conhecidas), topografia de circuitos integrados (regida pela Lei de Topografia de Circuitos Integrados, nº 11.484/2007, a qual tutela um conjunto organizado de transistores e resistências dispostos sobre uma peça de material semicondutor) e conhecimento tradicional (Lei de Patrimônio Genético e Conhecimentos Tradicionais, nº 13.123/2015, que visa proteger o conhecimento popular tradicional).

¹⁴**Art. 7º** São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como: I - os textos de obras literárias, artísticas ou científicas; II - as conferências, alocações, sermões e outras obras da mesma natureza; III - as obras dramáticas e dramático-musicais; IV - as obras coreográficas e pantomímicas, cuja execução cênica se fixe por escrito ou por outra qualquer forma; V - as composições musicais, tenham ou não letra; VI - as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas; VII - as obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia; VIII - as obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia e arte cinética; IX - as ilustrações, cartas geográficas e outras obras da mesma natureza; X - os projetos, esboços e obras plásticas concernentes à geografia, engenharia, topografia, arquitetura, paisagismo, cenografia e ciência; XI - as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova; XII - os programas de computador; XIII - as coletâneas ou compilações, antologias, enciclopédias, dicionários, bases de dados e outras obras, que, por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam uma criação intelectual.

¹⁵**Art. 8º** Não são objeto de proteção como direitos autorais de que trata esta Lei: I - as ideias, procedimentos normativos, sistemas, métodos, projetos ou conceitos matemáticos como tais; II - os esquemas, planos ou regras para realizar atos mentais, jogos ou negócios; III - os formulários em branco para serem preenchidos por qualquer tipo de informação, científica ou não, e suas instruções; IV - os textos de tratados ou convenções, leis, decretos, regulamentos, decisões judiciais e demais atos oficiais; V - as informações de uso comum tais como calendários, agendas, cadastros ou legendas; VI - os nomes e títulos isolados; VII - o aproveitamento industrial ou comercial das idéias contidas nas obras.

3 A PROPRIEDADE INTELECTUAL E A MODA

3.1 A importância da moda para a indústria e o surgimento do direito da moda (*Fashion Law*)

A indústria da moda é, sem dúvidas, uma das principais atividades impulsionadoras da economia de diversos países do mundo. Este setor movimenta bilhões de dólares por ano ao redor de todo o planeta, com perspectivas cada vez maiores de crescimento, segundo relatório de 2023 da Statista.

Para compreender a importância da moda para a indústria e, de modo geral, para a sociedade, cabe explorar o significado real da moda, começando pela sua etimologia. Godart aborda o termo:

Moda vem do latim *modus*, designa a maneira de fazer, compartilhando nesse caso o sentido do termo inglês *fashion*, que deriva do francês *façon*, feitio. Moda é, portanto, a maneira ou a forma de fazer alguma coisa, e em particular de vestir-se, comer, falar etc (GODART, 2010).

Nessa perspectiva, num primeiro momento, a moda surgiu no âmbito do vestuário, mas gradativamente instalou-se em diversas áreas da vida social, especialmente no ramo do consumo. Nesse âmbito, a moda decorre, em grande parte, do aspecto da novidade: origina-se como resultado de um processo de inovação, de romper com padrões anteriores, objetivando realizar uma troca dinâmica do objeto de ontem pelo objeto de hoje, a fim de torná-lo desejo de consumo dos demais.

É importante analisar, ainda, o papel de diferenciação da moda entre classes. A ascensão da moda se relaciona com o surgimento do capitalismo no Ocidente, em conjunto com a ascensão de uma nova classe social: a burguesia. Os burgueses buscavam expressar, através de roupas e acessórios luxuosos, a sua recém-conquistada força política, social e econômica, influenciando a aristocracia a agir de forma semelhante, isto é, exibindo seus objetos e vestimentas de luxo (GODART, 2010).

Dessa forma, percebe-se que a moda tradicionalmente atua como um fenômeno de separação de classes e indicador de posição social. Até nos dias atuais, se um objeto de consumo é tido como um fator de diferenciação de classes sociais mais elevadas, e em certo momento as classes mais baixas chegarem a ter acesso a tal objeto, menor valor este terá, e logo será substituído para que outro possa atribuir a nova noção de status e de exclusividade.

Por outro lado, há também a concepção da moda sob a ótica do individualismo moderno, isto é, o gosto pessoal. Logo, a moda passa a ter uma preocupação individual: não servem mais apenas para distinguir as classes sociais dos indivíduos, mas sim criar uma identidade individual (SVENDSEN, 2010). Com isso, no mercado atual, torna-se evidente o papel da cultura do consumidor: as pessoas pertencem, de algum modo, a um determinado grupo ou subcultura, que as atribui um senso de identificação, e isso será revelado através da moda, que poderá expressar características sobre a sua personalidade, valores e crenças.

Nesse sentido, o progresso social, bem como as novas realizações no ramo da ciência e da tecnologia, desencadeia a necessidade de criação de novos sistemas de normas que buscam proteger e regular determinados setores (MAIA, 2016). A dinamicidade das relações sociais exige que o direito seja uma ciência em constante evolução, não podendo se manter inerte ou isolada das transformações que ocorrem na sociedade. Com isso, o Direito deve acompanhar tal progresso de modo a converter suas eventuais lacunas em normas (FACHIN, 2012), e com a indústria da moda não seria diferente. Urge a necessidade, então, de um ramo no direito que regule as relações decorrentes desta indústria: o direito da moda.

No que tange o direito da moda, esta é uma área que está ganhando maior espaço e importância no cenário mundial e nacional, mas ainda é pouco disseminada como disciplina jurídica no Brasil. Não há, no país, nem mesmo um consenso sobre se tratar de um novo ramo do direito ou uma junção de disciplinas já existentes e pertinentes à moda. Contudo, o tema cresce cada vez mais no Brasil, país que já sedia diversos eventos do ramo como o São Paulo *Fashion Week* e o Fashion Rio. Haja vista as variadas relações empresariais e contratuais contidas na área, o *Fashion Law* surge como uma exportação do sistema jurídico exterior para a linguagem cotidiana dos profissionais jurídicos que atuam neste setor comercial (MAIA, 2016).

Desse modo, o *Fashion Law* vem ganhando destaque no país desde 2012, porém, ainda representa uma iniciativa pouco expressiva, devido ao número reduzido de advogados atuando na área, além da escassa compreensão dos julgadores diante do tema (MOISÉS, 2021). A primeira vez que a *Fashion Law* foi ofertada os cursos jurídicos do país foi apenas em 2013, como uma disciplina eletiva à graduação da FGV-SP em Direito, na qual foi desenvolvido um Programa de Iniciação Científica em *Fashion Law*, com patrocínio do escritório Pinheiro Neto Advogados (ROSINA; DEQUECH, 2018), à medida que o interesse pelo ramo crescia.

No Brasil, os motivos que levam ao crescimento dessa área de especialização são a demanda cada vez maior do mercado interno e a profissionalização do setor (MAIA, 2016),

que necessitam de maior proteção. Ainda existe, no país, uma carência na legislação para suprir de forma satisfatória determinadas demandas do mundo da moda, acarretando numa insegurança jurídica aos criadores. A insegurança afeta de forma ainda maior os designers iniciantes, devido aos altos valores das taxas de registro e manutenção de proteção da obra, e, ainda, na facilidade e impunidade referente à realização de cópias.

No âmbito nacional, atualmente, existem alguns escritórios especializados e grupos de pesquisa que estudam o assunto, sendo mais populares o Instituto Brasileiro de Negócios e Direito da Moda (IBNDM), cursos realizados pelo IBMEC e pela FGV, Comissões da OAB do Rio de Janeiro e São Paulo, o *Fashion Business Law Institute* e pós-graduações na Faculdade Santa Marcelina e Mackenzie (QUINELATO, 2020), além do crescimento de publicações sobre o tema.

Pode-se observar, assim, que é inegável o papel que a moda desempenha na sociedade e na economia, logo, como um fato social, deve também receber a devida atenção pelo Direito. Percebe-se que o *Fashion Law* é uma matéria recente e ainda pouco disseminada no Brasil, não atendendo às atuais demandas do setor, bem como a falta de regulamentação específica e satisfatória afeta de forma negativa a indústria da moda, atingindo ainda mais os pequenos e médios designers, que encontram maior dificuldade em proteger suas criações de cópias.

3.2 As categorias da propriedade intelectual na indústria da moda

A relação entre o direito e as criações de moda foi iniciada há séculos, desde que havia leis regulando o consumo e uso de determinados materiais, inclusive de roupas: tecidos ou cores eram de uso exclusivo da nobreza, ou utilizados para identificar profissões distintas, como integrantes do clero. Com as transformações sociais, políticas e culturais do final do século XVIII e do século XIX, com a Revolução Industrial e a Revolução Francesa, as leis regulando o vestuário em um contexto de classe tornaram-se obsoletas e foram abolidas, com o objetivo de consolidar o fim dos privilégios de classe (GIACCHETTA, SANTOS, 2018).

No contexto atual, as criações de moda encontram-se, no geral, no âmbito da propriedade intelectual, existindo controvérsias sobre a possibilidade de proteção do design nos moldes da legislação atual, e se esta é capaz de impedir efetivamente a realização de cópia por terceiros. É relevante, então, analisar como os institutos jurídicos vigentes podem ser aplicados para proteger o design na indústria da moda, mesmo que não seja uma proteção direta ou integral.

3.2.1 A proteção das criações de moda pelo direito autoral

De início, em razão da possibilidade de proteção das criações de moda tanto pelo direito autoral quanto pela propriedade industrial, cabe demonstrar algumas diferenças entre a proteção através de um ou outro instituto. A proteção através do direito autoral possui a vantagem de menor burocracia para a constituição do direito, tendo em vista que não há necessidade de registro. Ainda, a proteção pelo direito autoral possui prazos expressivamente superiores aos prazos dos direitos de propriedade industrial.

Contudo, a ausência de registro acarreta em menor poder de coerção para enfrentar possíveis violações em relação à proteção pela propriedade industrial, pois a validade do direito autoral depende do reconhecimento de terceiros: caso contrário, recorre-se ao Poder Judiciário (GIACCHETTA, SANTOS, 2018). Por outro lado, a propriedade industrial, apesar de possuir prazo menor de proteção e depender da obtenção de registro para constituir o direito, possui maior poder de coerção perante terceiros.

Nesse enfoque, esclarecidas as distinções entre a proteção por um ou outro instituto, cabe explorar a proteção através do direito autoral. Este é disciplinado pela Lei 9.610/1998 e, em seu artigo 1º, determina que os direitos autorais compreendem os direitos de autor e aqueles que lhe são conexos. Sendo este um conceito genérico, Otávio Afonso (2009) compreende que o direito do autor é "o direito que o criador da obra intelectual tem de gozar dos produtos resultantes da reprodução, da execução ou da representação de suas criações".

Ainda, em seu artigo 7º, a Lei prevê que as obras intelectuais protegidas pelos direitos autorais são as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível. Para que a proteção pelo direito autoral incida, as obras intelectuais devem: a) estar no rol exemplificativo do artigo 7º da Lei 9.610/1998 e/ou do artigo 2º da Convenção de Berna; b) obter reconhecimento judicial de que são criações de espírito; ou c) possuir uma lei específica determinando que são obras intelectuais protegidas (ABRÃO, 2002).

Nesse sentido, as obras devem atender ao requisito de originalidade, não podendo ser réplicas ou reproduções de outras que já existem. Porém, este requisito é mais flexível do que outros como o requisito da novidade, por exemplo, pois para a originalidade é suficiente a individualidade do autor à obra, mesmo que exista algo semelhante. Não é feita uma análise subjetiva do valor artístico da obra, desde que revele criatividade.

Nesse panorama, é no âmbito da proteção da obra de arte aplicada que está inserida a proteção ao design das criações de moda. Contudo, há controvérsia sobre se existe de fato a proteção ao design da criação de moda, sendo este o conjunto de todos os elementos que o compõem, inclusive sua forma. Parte da doutrina compreende que apenas quando o valor artístico do design de um produto pode ser separado do seu caráter industrial poderá ser protegido pelo direito autoral (GIACCHETTA, SANTOS, 2018). Logo, haveria um requisito de separabilidade.

Por outro lado, outra corrente da doutrina compreende que o design das criações de moda representa a própria forma necessária ao caráter industrial, isto é, a funcionalidade do vestuário, pois são artigos utilitários. Então, a forma da criação elaborada pelo estilista não é separável da forma necessária à utilidade da compra (GIACCHETTA, SANTOS, 2018).

Embora muitos concordem que o requisito da separabilidade seja maléfica à proteção do design das criações de moda, este também facilita a proteção dos elementos que compõem o design da criação de moda: uma parte da roupa pode ser identificável de forma separada, que representa a individualidade do autor e é capaz de existir sem os aspectos utilitários da roupa. Exemplos disso seriam estampas, bordados, entre outros, que podem ser enquadrados como obras protegidas, recebendo proteção pelo direito autoral.

3.2.2 A proteção das criações de moda pela propriedade industrial

Examinada a proteção da criação de moda através do direito autoral, cabe, então, analisar a proteção através da propriedade industrial. Como ressaltado no capítulo anterior¹⁶, a propriedade industrial pode ser dividida entre marca, patente, desenho industrial, indicação geográfica, segredo industrial e repressão à concorrência desleal.

No ordenamento jurídico brasileiro, há dois tipos de patente: a de invenção e o modelo de utilidade. A patente de invenção, conforme o artigo 8º da Lei de Propriedade Industrial (Lei 9279/96), é a invenção que atende aos requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial. Já a patente de modelo de utilidade consta no artigo 9º da referida lei, sendo esta o objeto de uso prático, ou parte deste, suscetível de aplicação industrial, que apresente nova forma ou disposição, envolvendo ato inventivo, que resulte em melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação.

¹⁶ Ver 1.3.

Ainda, a Lei de Propriedade Industrial também delimitou o que não é patenteável, conforme elencado em seu artigo 10¹⁷. Assim, serão consideradas invenções aquelas que sejam capazes de resolver um problema útil e não tenham utilidade meramente abstrata, além de preencher os requisitos legais de atividade inventiva, novidade e utilidade.

No que tange os designs das criações de moda, para que possam ser protegidos por patentes de invenção, devem representar uma solução técnica para um problema. Para serem protegidos por patentes de modelo de utilidade, devem corresponder a uma forma nova de um produto já existente que resulta em melhor utilização deste.

Nesse sentido, compreende-se que a possibilidade de proteção das criações de moda através de patente é razoável apenas em teoria, caso o design atenda aos requisitos. Na prática, se for considerado o requisito de novidade e o fato de que as criações de moda são, de modo geral, elementos já conhecidos em novas formas, é improvável que o design de uma criação de moda venha a ser qualificado para o registro como patente (GIACCHETTA, SANTOS, 2018), sendo este um meio inviável para a proteção.

A Lei de Propriedade Intelectual prevê, também, a proteção do desenho industrial, sendo este "a forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial", conforme o artigo 95 da referida lei.

Desse modo, o desenho industrial visa proteger a forma de um determinado objeto. Porém, tal forma ornamental não pode ser apenas a expressão da forma necessária do produto industrial, conforme vedado expressamente pelo artigo 100, inciso II da LPI. Nesse caso, a forma necessária é entendida como a única que determinado produto poderia ter para atingir a sua finalidade.

Nesse âmbito, a lei impõe como requisitos para a concessão do registro do desenho industrial a novidade, originalidade e suscetibilidade de aplicação industrial. Contudo, o requisito da novidade é minorado, pois permite que o desenho industrial possua novidade

¹⁷ Art. 10. Não se considera invenção nem modelo de utilidade: I - descobertas, teorias científicas e métodos matemáticos; II - concepções puramente abstratas; III - esquemas, planos, princípios ou métodos comerciais, contábeis, financeiros, educativos, publicitários, de sorteio e de fiscalização; IV - as obras literárias, arquitetônicas, artísticas e científicas ou qualquer criação estética; V - programas de computador em si; VI - apresentação de informações; VII - regras de jogo; VIII - técnicas e métodos operatórios ou cirúrgicos, bem como métodos terapêuticos ou de diagnóstico, para aplicação no corpo humano ou animal; e IX - o todo ou parte de seres vivos naturais e materiais biológicos encontrados na natureza, ou ainda que dela isolados, inclusive o genoma ou genoplasmato de qualquer ser vivo natural e os processos biológicos naturais.

ainda que composto por elementos conhecidos, desde que tenham sido combinados de maneira original (GIACCHETTA, SANTOS, 2018).

No que tange a originalidade, o artigo 97 da LPI indica que a originalidade do desenho é resultante de uma configuração visual distintiva, em relação a outros objetos anteriores. No entanto, o resultado visual original poderá ser decorrente da combinação de elementos conhecidos.

Sendo assim, percebe-se que é improvável que as criações de moda como um todo atendam aos requisitos para a proteção pelo desenho industrial, pois o desenho industrial não protege a forma necessária comum ou vulgar do objeto e, essencialmente, os designs de moda estão diretamente atrelados a sua função de vestir, podendo ser considerados puramente funcionais. Todavia, como ocorre com o direito autoral, é possível afirmar que o desenho industrial é capaz de proteger determinados elementos do design das criações de moda, como estampas ou padrões ornamentais presentes nas roupas, bolsas e sapatos.

Há, também, a proteção através da marca. De acordo com a Lei de Propriedade Industrial, marca é todo sinal visualmente perceptível, que distingue produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa, bem como atesta a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada. Além de dispor do que não é registrável em seu artigo 124, existem requisitos que devem ser atendidos para o registro como marca, sendo estes a distintividade, veracidade e novidade relativa.

Nesse cenário, uma das formas de apresentação das marcas é a marca tridimensional, a qual, segundo o INPI (2012), "é o sinal constituído pela forma plástica distintiva do produto ou do seu acondicionamento ou da sua embalagem". Ainda, para que seja registrável, "a forma tridimensional distintiva de produto ou serviço deverá estar dissociada de efeito técnico". Este requisito impossibilita o registro do design de uma criação de moda como marca, tendo em vista que o design possui a forma necessária ao efeito técnico de vestir.

Entretanto, é evidente que a marca é um grande diferencial no mercado da moda, sobretudo para as grandes empresas: o que irá distinguir uma roupa da Chanel, uma casa de moda francesa de luxo, de uma outra roupa comum, sem dúvida, muito mais que o design da peça, é a marca e o consequente status conferido ao consumidor. Logo, é inegável que o registro de marca é de extrema importância para a indústria da moda, sendo este um fator importante para manter o prestígio da marca no mercado.

Como forma estratégica de receber uma proteção indireta de seus produtos, algumas empresas da indústria da moda inserem em suas peças o logo ou o elemento figurativo de suas

marcas, tornando-os o elemento central do design. Um exemplo de utilização dessa estratégia é visto nas bolsas da Louis Vuitton, em que o monograma é parte essencial e indissociável do design (GIACCHETTA, SANTOS, 2018). Assim, a tentativa de copiar o seu design provavelmente acarretará na reprodução parcial ou imitação da marca.

Figura 1: Bolsa da Louis Vuitton no modelo Grand Palais



Fonte: Louis Vuitton, site oficial (<https://br.louisvuitton.com/>).

Ressalta-se, porém, que nesses casos a proteção não incide sobre o design em si, mas sim apenas sobre a marca utilizada, evitando a reprodução não autorizada ou imitação. Por isso, a cópia do design, sem reprodução da marca, não estará protegida apenas com base no registro da marca. Ainda, no geral, as marcas estão inseridas apenas na etiqueta, fazendo com que dificilmente este seria um meio verdadeiramente eficaz para a proteção do design.

Há, ainda, o instituto do *trade dress* (ou conjunto-imagem). Este termo teve origem nos Estados Unidos, inicialmente tratando apenas das embalagens dos produtos. Atualmente, o *trade dress* é entendido como “a aparência global de determinado produto ou serviço e abrange rótulos, embalagens, configurações, recipientes, assim como a aparência visual dos mais diversos estabelecimentos comerciais” (ANDRADE, 2011). Percebe-se, assim, uma aproximação do *trade dress* com a marca (no inglês, *trade mark*). Alguns especialistas chegam a abordá-lo como um tipo de marca¹⁸. Porém, o direito marcário nem sempre poderá contemplar a proteção do conjunto-imagem como um todo.

¹⁸ Nos Estados Unidos, o artigo § 43 (a), da Lei de Marcas (Lanham Act), atribui o mesmo tipo de proteção para *trade dresses* registrados ou não registrados, conforme já decidiu a própria Suprema Corte estadunidense (Two Pesos, Inc. v. Taco Cabana, Inc. 505 U.S. 763, 1992) (XAVIER, 2015).

No ordenamento jurídico brasileiro, a proteção do *trade dress* decorre do artigo 5º, inciso XXIX da Constituição Federal¹⁹, bem como da repressão à concorrência desleal trazida na Lei de Propriedade Industrial, artigo 2º, inciso V, como um dos princípios norteadores do sistema de proteção à propriedade industrial, e também no artigo 195, inciso III da referida lei, que dispõe sobre o crime de concorrência desleal.

Importante ressaltar, ainda, que a proteção atribuída ao *trade dress* não deve ser confundida com a proteção que seus elementos podem receber de forma individual, pois a proteção ao *trade dress* é autônoma, abrangendo o todo do produto. José Carlos Tinoco Soares explica sobre o conceito do *trade dress* como um conjunto-imagem:

[...] o termo ‘trade dress’ significa a imagem total ou a aparência geral de um produto ou serviço, incluindo, mas não limitado a, desenho da embalagem, rótulos, recipientes, mostruários, à característica do produto ou à combinação de elementos ou figuras que são ou se tornam associadas exclusivamente com uma existência particular que permitem funcionar como sendo um indicador de origem do produto; o ‘trade dress’ compreende uma única seleção de elementos que imediatamente estabelecem que o produto se distancia dos outros, por isso se torna inconfundível. ‘Trade dress’ e/ou conjunto-imagem, para nós, é a exteriorização do objeto, do produto ou de sua embalagem, é a maneira peculiar pela qual se apresenta e se torna conhecido. É pura e simplesmente a ‘vestimenta’, e/ou o ‘uniforme’, isto é, um traço peculiar, uma roupagem ou a maneira particular de alguma coisa se apresentar ao mercado consumidor ou diante dos usuários com habitualidade. Na generalidade da expressão ‘alguma coisa’ pode-se se incluir, mas, logicamente, não limitar às marcas figurativas ou mistas; tridimensionais; a todos os objetos que foram ou não suscetíveis de patentes, mas que se apresentam mediante uma forma de exteriorização característica; a toda e qualquer forma de produto ou de sua embalagem, desde que constituída de características particulares; a toda e qualquer decoração interna ou externa de estabelecimentos; a toda e qualquer publicidade desde que elaborada e apresentada com particularidades a torne conhecida como procedente de uma determinada origem. Por todos esses e muitos outros elementos e componentes, o ‘trade dress’ nada mais é do que aquilo que já denominamos, desde há muito, ou seja, o ‘conjunto-imagem’.²⁰

Dessa forma, a violação do *trade dress* do produto configura concorrência desleal, ainda que seus elementos característicos estejam separadamente protegidos por direitos de propriedade intelectual (BARBOSA, 2009). Ainda, em seu artigo 209, a Lei de Propriedade Industrial prevê a possibilidade de ressarcimento dos prejuízos causados por atos de violação.

Diante da própria amplitude do conceito de *trade dress*, há alguns requisitos para a sua proteção. Gustavo Piva de Andrade (2011) cita a distintividade e a possibilidade de confusão

¹⁹ Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...] XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País; [...]

²⁰ SOARES, José Carlos Tinoco. “Concorrência desleal” vs. “Trade Dress” e/ou “Conjunto-Imagem”. São Paulo: Ed. do Autor, 2004, p. 213.

do produto como pontos que precisam ser provados para que seja assegurada a proteção do *trade dress*. Assim, a configuração dos produtos deve ser distintiva em relação a de seus concorrentes para que esteja apto a receber a proteção.

Nesse contexto, deve ser demonstrada a possibilidade de confusão do produto, isto é, se um produto pode ser adquirido equivocadamente quando se desejava o outro, além de analisar as chances de associação indevida e demais situações que podem resultar num desvio fraudulento de clientela (GIACCHETTA, SANTOS, 2018).

Ainda, o conjunto dos elementos visuais que compõem o *trade dress* não poderá ser protegido se os elementos forem funcionais, isto é, se sua forma é caracterizada apenas pelo seu efeito técnico, pois nesse caso a proteção teria um viés anticoncorrencial (ANDRADE, 2011). Se apenas uma parte dos elementos forem funcionais e outros possuírem características distintivas, poderá obter a proteção.

Portanto, conforme supramencionado, a proteção do *trade dress* está relacionada com a repressão à concorrência desleal, com suas hipóteses elencadas no artigo 195 da Lei de Propriedade Intelectual. Contudo, o rol deste artigo não é taxativo, pois o artigo 209 da referida lei acrescenta que serão considerados como concorrência desleal quaisquer atos "tendentes a prejudicar a reputação ou os negócios alheios, a criar confusão entre estabelecimentos comerciais, industriais ou prestadores de serviço, ou entre os produtos e serviços postos no comércio".

3.3 Limites da proteção do design das criações de moda e suas consequências

Conforme disposto nos subtópicos anteriores, a proteção do design das criações de moda pode ser realizada através do direito autoral ou da propriedade industrial. Assim, percebe-se que é possível a proteção do design das criações de moda contra o uso desordenado pelos concorrentes, principalmente pela imitação, mas esse direito ainda possui lacunas que não foram sanadas.

No design, a imitação é a cópia explícita ou substancialmente idêntica do design da criação de moda por terceiros, utilizada para vender produtos a preços muito menores. Com isso, tornam-se prejudiciais ao negócio alheio, ou seja, ao criador do design, pois se apropria dos esforços realizados na concepção.

Sendo assim, a imitação pode ser considerada como um meio fraudulento de desvio de clientela do criador do design, caracterizando ato ilícito previsto no artigo 195, inciso III da Lei de Propriedade Intelectual. Um exemplo comum dessa prática é a realizada pelas redes de

*fast fashion*²¹ em relação às marcas de luxo. Nesse caso, a peça resultante é muito próxima da peça copiada, chegando a ser praticamente uma réplica.

Figura 2 - lado a lado, macacão da Balmain (marca de luxo) e macacão reproduzido da Nasty Gal (*fast fashion*)



Fonte: Balmain, primavera de 2015 e Nasty Gal, sites oficiais.

Outro tipo de cópia é o *inspired*, isto é, a peça inspirada. Tem-se uma peça como base e almeja-se reinterpretar alguns elementos utilizados na peça inspiradora, gerando como resultado uma peça que, apesar de parecida, não pode ser interpretada como igual. Nesse caso, como as peças resultantes são um pouco diferentes, essa prática é admissível nos termos do sistema legal atual.

Figura 3: bolsa da C&A (peça inspirada) e bolsa da Balenciaga (peça inspiradora).

²¹ *Fast fashion* é um modelo de negócio que se concentra na produção de peças de vestuário em grandes quantidades. As lojas de *fast fashion* são conhecidas como lojas de departamento, responsáveis por entregar tendências de moda de forma mais acessível aos consumidores.



Fonte: Radar maravilhoso, reprodução do Instagram.

Pode-se observar, conforme o exposto nas imagens, que a linha entre o que é *inspired* e o que é imitação é extremamente tênue, de modo a dificultar uma proteção eficaz do design. Muitas lojas aproveitam-se do conceito amplo de *inspired* para fazer peças extremamente parecidas à peça inspirada, e vendê-las por valor consideravelmente menor, sem que haja retaliação.

Nesse cenário, entende-se que a imitação do design poderia ser combatida por meio da alegação de concorrência desleal, com base nos artigos 195, inciso III e 209 da LPI, tendo em vista que a imitação consiste em uma cópia servil de outro produto, com preço menor. Ainda, muitas vezes a peça só é adquirida pois pode passar a impressão perante outros consumidores de ser a peça copiada, caracterizando atitude fraudulenta.

No entanto, encontra-se dificuldade de impedir a criação de peças inspiradas sob a alegação de concorrência desleal, já que essas possuem resultado ligeiramente diferente da peça inspiradora. Logo, diante da dificuldade de aferição do que seria uma inspiração e uma cópia, as peças *inspired* passam despercebidas, com certa sutileza e com a plena aceitação de um produto que, na realidade, não passa de uma cópia, muitas vezes escancarada (MATOS, 2022).

Dessa forma, ainda que não haja retaliação, é inegável que a prática do *inspired* também traz consequências para o mercado da moda, assim como as imitações. Os produtos inspirados e as cópias trazem desvalorização do esforço criativo do criador, que demanda custo, tempo e dedicação. Para alguns designers já consolidados, a imitação pode ser vista

como uma forma de elogio. Já para designers menores, pode ser extremamente maléfica, tendo em vista que esses ainda tentam construir sua imagem no mercado.

Nesse sentido, é importante pontuar que não são apenas as grandes marcas ou marcas de luxo que são copiadas por lojas de *fast fashion*. Muitas vezes, as próprias grandes marcas copiam peças de designers menores ou independentes, que possuem menos reconhecimento no mercado, para reproduzir suas criações em massa sem lhes dar qualquer crédito.

Em 2020, o designer independente brasileiro Alexandre Pavão viu suas criações serem reproduzidas pela marca brasileira Schutz, lançada em 1995 e já amplamente estabelecida no mercado. Pavão possui em suas criações uma identidade visual original, com alças de cordas e mosquetões, de modo que suas peças são identificáveis com sua marca.

Figura 4: bolsas de Alexandre Pavão e da Schutz, respectivamente.



Fonte: @portaldasmodas, instagram.

Assim, Pavão se viu extremamente lesionado pela loja, pois se trata de uma grande empresa que tem capacidade de reproduzir as criações em grande escala, além de ter um público com alcance muito maior. A prática da cópia não é incomum no mundo da moda,

sendo realizada com recorrência pela loja de ultra *fast fashion*²² online chinesa Shein, conhecida por vender e entregar peças por preços abaixo do mercado tradicional.

Em julho de 2023, os designers independentes Krista Perry, Larissa Martinez e Jay Baron processaram a Shein, alegando que a empresa reproduziu cópias exatas de suas criações. Krista Perry relatou que, quando entrou em contato com a Shein sobre o ocorrido, lhe foi oferecido 500 dólares, que não aceitou. Ainda, a empresa depois entrou em contato para convidá-la para participar de uma coleção cápsula feita por artistas iniciantes, com uma oferta monetária significativa.²³ Perry também relatou que a Shein roubou um design sobre o qual ela tem direitos de propriedade intelectual em 2020, demonstrando que esse é um ato recorrente da empresa chinesa.

Em 2021, a designer Tracy Garcia foi surpreendida após receber uma mensagem em seu Instagram sobre uma peça idêntica a um de seus designs na Shein: “fizeram o franzido nos bojos e o detalhe do topo têm o laço na frente e a renda exatamente onde coloquei a renda – todos esses pequenos detalhes que eu fiz, eles fizeram”²⁴. Quando ela viu a peça no *website*, havia mais de 400 comentários de compradores, e muitos mais podem ter comprado. Garcia, sendo uma defensora da *slow fashion*²⁵, havia feito apenas quatro peças, que levaram de 10 a 15 horas para serem feitas.

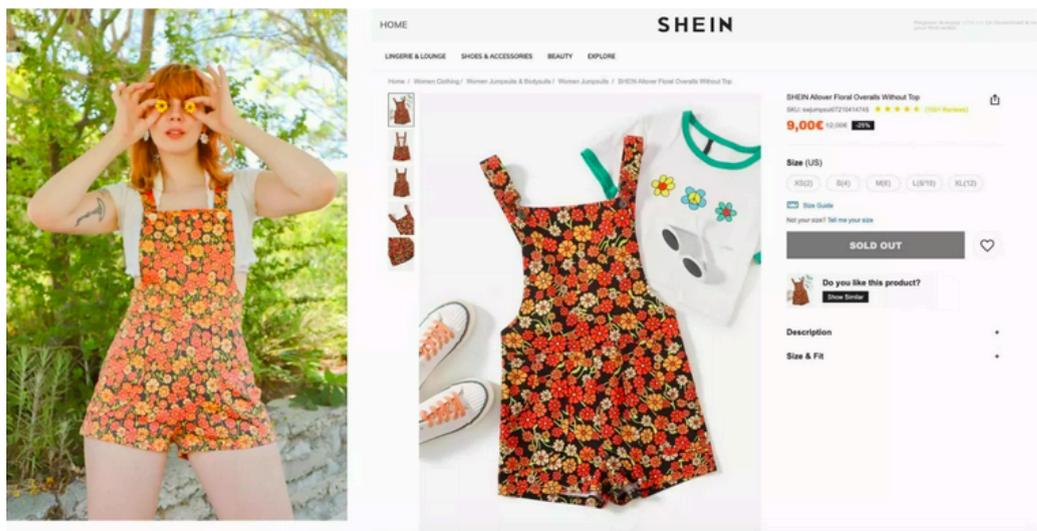
Figura 5: Na esquerda, design de Larissa Martinez. Na direita, peça idêntica disponível na Shein para compra.

²² A ultra *fast fashion* se trata de um padrão de consumo ainda mais rápido que o da já conhecida *fast fashion*, pois os produtos são fabricados, consumidos e descartados de uma forma ainda mais rápida, chegando a ser quase descartáveis. O advento das redes sociais, assim como a popularização da empresa chinesa Shein, são apontados como grandes fomentadores desse tipo de consumo.

²³ TIME. **Shein Faces Lawsuit Over Copyright Infringement. Here's What to Know**. Julho, 2023. Disponível em: <https://time.com/6295035/shein-lawsuit-copyright-infringement/>. Acesso em 17 de jan. de 2024.

²⁴ THE GUARDIAN. **'Details I made, they made' – designers hit back at Shein's imitation game**. Setembro, 2023. Disponível em: <https://www.theguardian.com/business/2023/sep/02/details-i-made-they-made-designers-hit-back-at-sheins-imitation-game>. Acesso em 18 de jan. de 2024.

²⁵ *Slow fashion* é aspecto da moda sustentável que caracteriza um modelo de produção e de consumo oposto da *fast fashion*, pois defende a fabricação de roupas e vestuário em respeito às pessoas, ao meio ambiente e aos animais.



Fonte: Melanie Wilbur/Erikson Law Group

Figura 6: Na esquerda, peça da Shein. Na direita, peça de Tracy Gracia



Fonte: The Guardian.

A designer, então, entrou em contato com a Shein, mas não teve resposta. Ela foi às redes sociais relatar o ocorrido, e a empresa chinesa retirou o anúncio. Porém, pouco tempo depois, outra cópia de seus designs foi encontrada, dessa vez ainda mais idêntica. Garcia alega que entrou em contato novamente, mas ainda está na espera de uma resposta.

Figura 7: Na esquerda, vestido da Shein. Na direita, vestido de Tracy Garcia.



Fonte: The Guardian.

Esses são apenas alguns dos diversos casos relatados nos últimos anos que ocorrem devido à falta de regulação eficaz para a proteção dos designs, e pouco é feito para evitar que tal prática pare de ocorrer. Há, porém, quem defenda a imitação como fomentadora da inovação na indústria da moda.

Nesse sentido, os professores Raustiala e Sprigman (2006) apresentaram a Teoria do Paradoxo da Pirataria. Para eles, a baixa proteção da propriedade intelectual pode trazer vantagens para a indústria da moda, pois gera inovação nesse mercado, através de um regime de livre apropriação, em que as cópias não seriam maléficas aos designers. Funciona da seguinte forma: os produtos antes exclusivos, após serem amplamente copiados, começam a se tornar ultrapassados, estimulando novas criações.

Assim, argumenta-se que a proteção dos designs das criações de moda seria desnecessária e poderia prejudicar esse equilíbrio, ao impedir o ciclo de inovação. Segundo os autores, a moda cresce porque os consumidores se cansam rapidamente de suas roupas e compram roupas novas. A moda não pode contar com melhorias tecnológicas para tornar os produtos antigos obsoletos. Em vez disso, baseia-se na cópia, que espalha estilos rapidamente por todos os níveis da sociedade.

Porém, até mesmo a doutrina a favor da relativização dos direitos de propriedade intelectual afirma que as cópias, ainda que precisem existir, devem ser limitadas, pois seu uso desenfreado seria um empecilho ao desenvolvimento da indústria, obtendo um resultado diverso do pretendido, ou seja, impediria a inovação (RAUSTIALA; SPRINGMAN, 2006).

Fato é que, ainda que existam argumentos sobre sua necessidade, as cópias sempre serão vistas de forma negativa pelo criador original. Até mesmo Coco Chanel, que dizia ser a

cópia uma consequência do sucesso, juntou-se com a designer concorrente Madeleine Vionnet para processar a copista Suzanne Laneil na década de 30 do século XX, que havia copiado quase 50 peças²⁶.

Ademais, no cenário atual, é quase impossível que os designers consigam ser pioneiros no mercado, ainda mais se forem independentes. Na era da Internet, devido à disseminação das redes sociais e o conseqüente aceleração de tendências, a produção de produtos copiados é realizada quase que em conjunto com as criações originais.

Por vezes, as imitações chegam às lojas antes de os originais chegarem. E aí está o problema: o sucesso de uma designer depende do poder que suas roupas têm de chamar a atenção. Se imitações, mesmo que sejam precárias, aparecerem primeiro, o poder será perdido. Isso faz com que se perca o suposto equilíbrio defendido pelo Paradoxo da Pirataria. Diante desse contexto, faz-se necessário que sejam traçadas medidas mais eficazes para a proteção do design das criações de moda.

²⁶ LA TIMES. Vive le knockoff. Disponível em: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2007-oct-10-oe-dilberto10-story.html>. Acesso em 18 de jan. de 2024.

4 O DIREITO DA MODA NA PRÁTICA: modelos de proteção estrangeiros e estudos de casos

4.1 Modelos norte-americano e francês

Com o objetivo de alcançar uma maior proteção aos designs das criações de moda no Brasil, é cabível analisar os modelos implantados em dois dos mercados considerados mais desenvolvidos na indústria da moda, isto é, o dos Estados Unidos e o da França, que possuem modelos extremamente contrastantes, ocasionando num interessante debate doutrinário sobre qual seria o modelo mais apropriado para a indústria.

Nos Estados Unidos, os designs de moda não são amparados diretamente por direitos autorais ou outras formas de proteção por propriedade intelectual. Alguns até mesmo acreditam que a indústria da moda se beneficia pela falta de proteção jurídica e defendem o Paradoxo da Pirataria, como observado no capítulo anterior.²⁷

Nesse sentido, de acordo com a atual interpretação das regras de direitos autorais nos Estados Unidos, essas são aplicáveis para obras originais, fixadas em qualquer meio tangível. De início, esse conceito poderia abranger também os designs de moda, se não fosse pela exceção que impede a proteção por direitos autorais para obras consideradas utilitárias (CARVALHO, 2018).

Tal exceção foi fixada pela primeira vez no caso *Mazer vs. Stein*²⁸, concernente à proteção aplicável a elementos decorativos em lustres e lâmpadas. No caso, determinou-se que as obras de perícia artística são protegidas por direitos autorais, mas limitadas à sua forma, e não aos aspectos mecânicos e utilitários.

Assim, aplicando nos casos de peças de moda, um design que seja aplicado de forma independente a uma peça de roupa ou acessório é protegido por direitos autorais, mas não o design da roupa ou do acessório em si, tendo em vista que esse não pode ser separado do seu aspecto utilitário de ser vestido ou usado. Estampas originais, por exemplo, podem ser protegidas porque podem tecnicamente existir separadas de uma roupa, bem como a roupa ainda funcionaria sem a estampa.

²⁷ Ver 2.3.

²⁸ MAZER vs. STEIN, 347 U.S. 201 (1954). Disponível em: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/347/201/>. Acesso em 26 de jan. de 2024.

Desse modo, logotipos, estampas originais e nomes de marcas são muito mais fáceis de proteger (estas protegidas pelo direito marcário), mas não os designs em si. Isso faz com que a cópia dos designs de moda seja legal no direito norte-americano. Raustila e Sprigman (2012) afirmam:

As marcas de moda são fortemente vigiadas; é ilegal copiar nomes de marcas como Gucci ou Marc Jacobs, e advogados caros processam agressivamente aqueles que tentam. Mas os designs subjacentes das roupas podem ser copiados livremente. As empresas tanto em alta como em baixa no mundo da moda copiam os designs umas das outras. Alguns apenas se inspiram ou “referenciam” a projetos existentes. Outros copiam de forma muito mais descarada. Mas toda a cópia é gratuita e legal. (RAUSTILA; SPRIGMAN, 2012, tradução nossa).

Por essa lógica, a cópia de uma tendência ocasiona no esgotamento de seu aspecto de novidade e, em consequência, de seu apelo comercial. De modo geral, o ciclo de vida de um produto de moda segue quatro fases: a introdução da tendência e sua adoção, o crescimento de sua aceitação por parte do público, a maturação e, por fim, a sua obsolescência (RAUSTILA; SPRIGMAN, 2006). Porém, o rápido esgotamento da novidade acelera esse processo cada vez mais, proporcionando, para pesquisadores como Raustila e Sprigman, a inovação no mercado.

Importante frisar que essa visão não é unânime e nem prevalente na indústria, pois muitos criadores continuam buscando por maior proteção das suas criações. Desde 2007, os representantes da indústria da moda dos EUA tentam suprir a limitação na proteção dos designs de moda existente no regime norte-americano de direitos autorais com a introdução de um regime específico de proteção, com a submissão de projetos de lei ao Congresso dos Estados Unidos, como o *Design Piracy Prohibition Act* e o *Innovative Design Protection and Piracy Prevention Act*²⁹.

Nesse cenário, os projetos, no geral, pretendiam estender a proteção por direitos autorais para abranger roupas, bolsas, sapatos e até mesmo armações de óculos. Todavia, todos os projetos até o momento foram rejeitados pelo Congresso. Nos Estados Unidos, atualmente, os designs de moda permanecem fora do âmbito de proteção, fazendo com que as criações de moda no país sejam vulneráveis a serem copiadas.

Em contraponto ao modelo norte-americano, há o modelo francês, considerado um dos mais extensivos no que tange a proteção atribuída aos designs de moda. Na França, o *Code de*

²⁹ S. 1957. Disponível em: <https://www.govtrack.us/congress/bills/110/s1957>. Apresentado em 02.08.2007, rejeitado.

H. R. 2196. Disponível em: <https://www.govtrack.us/congress/bills/111/hr2196>. Apresentado em 30.04.2009, rejeitado.

H. R. 2511. Disponível em: <https://www.govtrack.us/congress/bills/112/hr2511>. Apresentado em 13.07.2011, rejeitado.

la Propriété Intellectuelle estende de forma expressa a proteção por direitos autorais aos designs:

Art. L112-2 - Os itens seguintes, em particular, são considerados obras de arte do espírito e sob o domínio que estão a causar: (...) 14° - Criações das indústrias sazonais de vestuário e artigos de moda. Indústrias que, em virtude das exigências da moda, muitas vezes renovam a forma de seus produtos, notadamente a confecção de vestidos, peles, roupas de íntimas, bordados, moda, sapatos, luvas, artigos de couro, fabricação de tecidos de notável novidade ou de uso especial em alta moda, corte e costura, os produtos dos fabricantes de artigos de moda e de calçados e fabricação de tecidos para estofados devem ser consideradas indústrias sazonais. (*Code de la Propriété Intellectuelle*, tradução livre. Disponível em: https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006278875. Acesso em 18.02.2024).

Com essa premissa, a estrutura de proteção por direitos autorais tem base na Convenção de Berna, e a proteção é conferida de forma automática, isto é, independe de registro, sendo seu prazo de duração estendido durante toda a vida do autor, bem como os 70 anos seguintes. Por este motivo, pode-se afirmar que o modelo francês para a proteção dos designs de moda é verdadeiramente efetivo, concedendo ao designer a segurança de que sua criação estará de fato protegida.

Nesse contexto, percebe-se que a proteção não é um obstáculo no caminho da inovação, pelo contrário: sendo o berço da alta costura, a França é consolidada como um dos maiores e mais importantes mercados de moda de todo o mundo (em especial no mercado de luxo), e muito se deve à proteção rígida concedida aos designs de moda no país (SCAFIDI, 2006).

À luz dessa conjuntura, observa-se que o debate sobre qual seria o modelo de proteção mais adequado para a indústria da moda é complexo, especialmente no que tange a manutenção do equilíbrio da inovação presente no mercado e a proteção devida aos designers, cabendo examinar qual seria o melhor caminho para o ordenamento jurídico brasileiro.

4.2 Análise da jurisprudência brasileira

Ao trazer a análise da proteção dos designs de moda para o contexto brasileiro, nota-se que a jurisprudência sobre a temática ainda é incipiente, mas as decisões disponíveis proporcionam indícios da posição predominante adotada pelas cortes nacionais. Faz-se pertinente, então, analisar alguns casos notórios envolvendo a indústria da moda que passaram pelo ordenamento jurídico brasileiro.

4.2.1 Hermès vs. Village 284

Um dos casos mais comentados (e pioneiros) na jurisprudência brasileira do direito da moda, sem dúvidas, é o caso Hermès vs. Village 284, julgado pela 24ª Vara Cível de São Paulo. Trata-se do processo nº 583.00.2010.187707-5, no qual consta como parte autora a empresa Village 284 Participações e Comércio de Vestuário Ltda. e como réis a Hermès Internacional e a Hermès Sellier. Nesse âmbito, a empresa Village 284 é uma marca brasileira de *fast fashion*, ao passo que a Hermès é uma marca de luxo francesa com produtos altamente cobiçados, mas de acesso extremamente restrito, o que resulta em preços exorbitantes.

No ano de 2010, a Village 284 lançou uma linha de produtos chamada "*I'm not the original*" (em português, "eu não sou a original"), sob a justificativa de homenagear grandes marcas e tornar certas tendências mais acessíveis. Na coleção, estavam contidas réplicas das bolsas Birkin e Kelly, ambas produtos da marca Hermès e de modelos bastante reconhecidos. As bolsas eram quase iguais, sendo a única diferença o material utilizado: enquanto as réplicas foram fabricadas com moletom, tecido composto de algodão, as originais eram feitas de couro.

Figura 8: Na esquerda, bolsa Birkin (Hermès). Na direita, bolsa da Village 284.



Fonte: Fashion Network. Disponível em:

<https://br.fashionnetwork.com/news/hermes-processa-a-grife-brasileira-284.147243.html>.

Diante do ocorrido, a Hermès encaminhou uma notificação extrajudicial à 284, para que esta não continuasse a produzir e comercializar as réplicas. A 284, então, apresentou a ação judicial do processo em comento, para que fosse declarada a inexistência de violação de

direitos autorais e concorrência desleal, sob a alegação de estar no exercício de suas atividades sociais.

Por conseguinte, a Hermès apresentou reconvenção com pedido de antecipação dos efeitos da tutela. Por meio de duas liminares concedidas pelo Juiz da 24ª Vara Cível de São Paulo, foi determinado à autora/reconvinda que se abstinhasse de produzir, importar, exportar, manter em depósito e comercializar as réplicas.

De forma sucinta, os argumentos apresentados pela 284 foram: (a) alegação de falta de condições da ação, argumentando que as rés/reconvintes não haviam anexado um título de propriedade que comprovasse a titularidade sobre o design das bolsas; (b) contestação da legitimidade da Hermès Sellier, indicando que o criador da bolsa é Jean-Louis Dumas e a ausência de prova de cessão dos direitos autorais; (c) negação de violação a qualquer direito, baseando-se na alegação de que o prazo de proteção por Desenho Industrial já teria expirado e que, por ser fabricada industrialmente, a criação em questão não poderia ser protegida pelo Direito Autoral; e (d) a refutação da configuração de concorrência desleal, argumentando a inexistência de aproveitamento parasitário e de prejuízos (BARREIRA, 2014). Em contrapartida, a Hermès defendeu a ocorrência de infração às normas de Direito de Autor e concorrência desleal, solicitando a condenação da Village 284.

Dessa maneira, a sentença foi proferida em maio de 2011, na qual o Juiz confirmou as liminares deferidas para a proibir a produção e comercialização dos produtos e, ainda, condenou a autora/reconvinda ao pagamento de indenização por danos materiais e morais, por entender que houve a ofensa aos direitos autorais das rés/reconvintes e prática comercial desleal. A Village 284 entrou com recurso de apelação, o qual foi negado provimento em 2016³⁰. Ainda, o processo chegou ao Superior Tribunal de Justiça, em sede de Agravo no Recurso Especial, que não foi conhecido em 2022³¹, diante da ausência de prequestionamento.

Com esse caso, percebe-se que a jurisprudência nacional tem dado alguns passos no caminho da proteção das criações de moda através do direito autoral, ao tratar o assunto com mais frequência. Contudo, é válido pontuar que o desfecho para o titular do design das bolsas poderia ter sido mais rápido e seguro se houvesse uma disposição específica na lei, com a proteção através do desenho industrial também, e não apenas pelo direito autoral.

4.2.2 João Batista Castilhos da Rocha vs. Arezzo

³⁰ O acórdão na íntegra pode ser lido em <https://www.migalhas.com.br/arquivos/2016/8/art20160819-08.pdf>.

³¹ A ementa da decisão pode ser lida em <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/stj/1474304073>.

Em 2003, João Batista Castilhos da Rocha, artesão gaúcho, ajuizou ação em face da empresa Arezzo, varejista de bolsas e sapatos. Há mais de 30 anos, o artista criava peças de couro utilizando técnicas de marchetaria, com inspiração *hippie*, fixando desenhos em bolsas e carteiras (PEDROSO, 2015), e seu trabalho chegou até mesmo a ser veiculado na Europa.

Nos autos do processo, que tramitou sob o nº 10500849804 na Vara Cível do Foro Regional Partenon, em Porto Alegre/RS, João Batista alegou que, em um dia de exposições num mercado Brique da Redenção em Porto Alegre, uma representante da Arezzo o abordou em busca de inspiração para a coleção primavera-verão de 2002/2003 da marca.

Então, a representante chegou a adquirir tiras de couro com a presença de elementos distintivos do trabalho do artista, com o objetivo de submetê-las ao exame da direção criativa da Arezzo. Logo após, a representante o informou que o trabalho havia sido aceito pela equipe e levou mais amostras para o laboratório. Quando aprovada a participação de João Batista na coleção e ele começou a trabalhar no projeto, questionou sobre seus direitos autorais, mas o assunto foi ligeiramente desviado.

Desse modo, novas encomendas foram atendidas, uma das quais o autor entregou com suas próprias ferramentas. Contudo, em seguida, a representante não voltou a entrar em contato. Anos se passaram, e João Batista foi surpreendido ao saber que seu trabalho estava presente no catálogo internacional da empresa varejista sendo amplamente comercializado, mesmo sem qualquer autorização. Logo, dentre outros pedidos, em sede de liminar, requereu a suspensão imediata da produção e comercialização de todas as mercadorias com referência às suas obras, bem como postulou a condenação da ré ao pagamento de indenização por danos morais e materiais, prevista no art. 103 da Lei nº 9.610/1998, por violação aos seus direitos autorais.

Na contestação, a parte ré alegou que o trabalho do artista não poderia ser totalmente elevado ao status de forma artística, por se tratar de trabalho manual, que visava o uso prático e prestado à utilização massificada, como artigos de vestuário e acessórios. Para a empresa, foi realizada apenas uma releitura de itens do estilo *hippie*, sem se enquadrar em criação particular de João Batista. Ainda, elencou outros produtos de marcas diversas em que foram empregadas técnicas semelhantes às do autor.

Na Apelação Cível nº 70034888503 interposta, o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul chegou à conclusão de que os inventos de João valiam-se da condição de obra intelectual, consoante disposição do art. 7º, VII e VIII da Lei nº 9.610/98. No Acórdão, sustentou-se que a Arezzo fez uso da individualidade e originalidade presentes na obra do

autor sem qualquer consentimento, acarretando no dever de indenizar. Interessante citar argumentos do Relator:

(...) Em verdade, a conduta da requerida caracteriza-se muito mais como "plágio" do que "contrafação". No primeiro, conforme entendimento consolidado, a pessoa apresenta como sua obra de terceiro, sem fazer qualquer menção à fonte criadora. Já no segundo, há reprodução mecânica para fins de proveito econômico, sem autorização do criador. Embora as diferenças sejam tênues, no caso, **é de plágio que se trata, porque houve reprodução da obra artística de outrem, sem autorização e nem ressalva da autoria** (grifo nosso) (TJ-RS – Apelação Cível: 70034888503 RS, Relator: Des Carlos Cini Marchionatti, Data de Julgamento: 02/06/2010, 20ª Câmara Cível, Data de Publicação: 15/06/2010).

Diante disso, em segunda instância, o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul concluiu a favor de João Batista, dispondo que suas criações possuíam condição de obra intelectual, conforme o art. 7º, VII e VII da Lei de Direitos Autorais, tendo em vista que a proteção concedida é ao conjunto da obra, pois a sua confecção é feita por meio de criação intelectual própria e individual. A Arezzo foi condenada ao pagamento de R\$30.000,00 (trinta mil reais) a título de danos morais e de R\$12.000,00 por danos materiais. Inconformada, interpôs Recurso Especial, o qual não foi admitido, tendo a decisão transitado em julgado no ano de 2010.

Com o caso em questão, é possível averiguar a clara necessidade em assegurar maior proteção aos criadores, sobretudo aos artistas e estilistas menores, que estão mais vulneráveis a serem copiados por empresas já consolidadas no mercado da moda, já que estas possuem maior quantidade de recursos para auferir lucro sobre as criações.

4.2.3 IMB Têxtil Ltda. vs. C&A Modas Ltda.

No presente caso, a parte autora alegou que a C&A estava utilizando em seus produtos (no caso, roupas íntimas femininas) os mesmos desenhos (carinhas animadas) que havia desenvolvido e comercializava através da marca Puket P Tech, caracterizando concorrência desleal e violação de direito autoral.

No entanto, as decisões de primeiro e segundo grau³² refutaram tal possibilidade, por concluir que não haveria originalidade, e sim uma tendência do mercado. Ademais, pontuou-se que a confecção da Puket tratava apenas de mera ideia, não sendo possível a proteção pelo direito autoral. De acordo com a perícia realizada:

³² Apelação Cível nº 9111351-15.2006.8.26.0000, 3ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo.

(...) No caso em tela, não se verificou a cópia de uma “carinha de expressão” da requerente em nenhuma calcinha produzida e/ou comercializada pela requerida. **O que se verifica é que a requerida, assim como a requerente e demais empresas do ramo, utilizou-se de outras “carinhas de expressão” para estampar produtos por ela produzidos, em completa consonância com a tendência da moda.** (...) tendo em vista existência de diversas empresas comercializando produtos apresentando o que parece ser uma tendência de “carinhas com expressões” em uma situação de coexistência mercadológica, podemos afirmar que estamos diante de um fenômeno de concorrência de mercado. (grifos nossos) (BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Apelação com Revisão 9111351-15.2006.8.26.0000. IMB Têxtil Ltda. e C&A Modas Ltda. São Paulo, 31.05.2011).

Dessa maneira, verifica-se o raciocínio interpretativo pelo qual caracteriza a cópia ilegal apenas a reprodução do exato desenho elaborado pelo suposto criador original (o que não ocorreu no caso em questão, pois os desenhos eram apenas similares). A cópia da mesma tendência ou do mesmo conceito não é suficiente para caracterizar a cópia ilegal, abrindo margem para os produtos *inspired*, discutidos anteriormente³³.

Por meio dessa interpretação, o criador original da tendência é indiferente, pois todo o mercado é livre para utilizá-la e comercializá-la. Já a violação da concretização da ideia é, de fato, protegida por direitos autorais, ainda que não tenham sido os criadores originais do conceito (CARVALHO, 2018). Tal compreensão está em consonância com o Superior Tribunal de Justiça, que consolidou o entendimento de que "estilos, métodos ou técnicas não são objetos de proteção intelectual"³⁴, ou seja, é necessário se tratar da concretização de uma criação única, com potencial visivelmente artístico, para ser passível de proteção pelo direito autoral.

4.2.4 *Loungerie vs. Hope*

³³ Ver 2.3.

³⁴ RECURSO ESPECIAL. OFENSA AOS ARTS. 458 E 535, I E II, DO CPC. INEXISTÊNCIA. LITIGÂNCIA DE MÁ-FÉ. PENALIDADES MAL APLICADAS. DIREITOS AUTORAIS. ESTILOS, MÉTODOS OU TÉCNICAS. INEXISTÊNCIA DE PROTEÇÃO. 1. Não ofende o Art. 535 do CPC o acórdão que, embora rejeitando os embargos de declaração, examinou todas as questões pertinentes. 2. Não é nula, por falta de fundamentação, sentença na qual o juiz declina completamente os motivos de seu convencimento. 3. A aplicação de penalidades por litigância de má-fé exige dolo específico, perfeitamente identificável a olhos desarmados, sem o qual se pune indevidamente a parte que se vale de direitos constitucionalmente protegidos (ação e defesa). **4. Estilos, métodos ou técnicas não são objetos de proteção intelectual (Art. 8º, I e II, da Lei 9.610/98).** O que se tem sob guarida legal são as obras resultantes da utilização de estilos, métodos ou técnicas. (grifo nosso) (STJ - REsp: 906269 BA 2006/0248923-0, Relator: Ministro HUMBERTO GOMES DE BARROS, Data de Julgamento: 16/10/2007, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJ 29/10/2007 p. 228).

Julgado pela Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça (STJ) em outubro de 2021, o Recurso Especial nº 1.942.690/SP tratou do litígio entre a Wacoal America INC. e a Loungerie S/A em face da Hope do Nordeste LTDA.

Nessa conjuntura, a empresa Loungerie alegou que a Hope estava comercializando imitações de suas peças da linha *Embrace Lace*, desenvolvidos e produzidos pela Wacoal e vendidos pela Loungerie. Ainda, afirmou também que a Hope divulgou declarações falaciosas sobre uma suposta parceria comercial, no intuito de fazer parecer que seus produtos eram legítimos. Na petição inicial, constava que os itens da coleção em questão eram caracterizados por uma renda floral diferenciada, possuindo um design singular.

Figura 9: Na esquerda, peça comercializada pela Loungerie. Na direita, peça da Hope.



Fonte: JOTA.info / Reprodução do processo.

Nesse sentido, a ação foi ajuizada em maio de 2017 perante a 27ª Vara Cível da Comarca de São Paulo. As partes autoras requereram a abstenção da empresa ré em comercializar os produtos em questão, juntamente ao pedido de indenização por danos morais e materiais. Sustentaram a violação ao seu direito autoral, por força dos arts. 7º, VIII³⁵ e 18³⁶ da Lei de Direitos Autorais e ato de concorrência desleal com base no art. 195, III e V³⁷ da Lei de Propriedade Industrial, em função da publicação de informações falsas sobre uma suposta

³⁵ Art. 7º São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como:

VIII - as obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia e arte cinética.

³⁶ Art. 18. A proteção aos direitos de que trata esta Lei independe de registro.

³⁷ Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem:

III - emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem;

V - usa, indevidamente, nome comercial, título de estabelecimento ou insígnia alheios ou vende, expõe ou oferece à venda ou tem em estoque produto com essas referências.

colaboração entre as marcas e a venda de peças que remetem características típicas e particulares das vendidas pela Loungerie.

Na contestação, a Hope argumentou que não havia infringido direitos autorais, pois os designs apresentavam características que estavam em consonância com as tendências do mundo da moda. Ademais, defendeu que a proteção atribuída aos objetos ornamentais de fabricação industrial teria que ocorrer por meio do registro de desenho industrial, à luz da Lei nº 9.279/96, o que não foi feito pelas autoras.

Nesse âmbito, a sentença julgou parcialmente procedentes os pedidos, para condenar a Hope a (a) se abster de comercializar os produtos que incorporem elementos distintivos da linha *Embrace Lace* desenvolvida pelas partes autoras, sob pena de multa diária; (b) promover a destruição de todos os produtos em questão, sob pena de multa diária; e (c) ao pagamento de reparação por danos materiais, cujo valor deverá ser apurado em liquidação de sentença.

É relevante salientar que o Juiz de primeiro grau reconheceu que a semelhança dos produtos era capaz de gerar confusão visual e desvio de clientela. Logo, a Loungerie teve seu pleito deferido baseando-se no uso indevido do conjunto-imagem (*trade dress*) alheio por parte da Hope, que o reproduziu sem autorização.

Entretanto, em segunda instância, a Hope obteve a reforma da sentença³⁸, e o acórdão declarou a inaplicabilidade da Lei de Direitos Autorais na indústria da moda e conseqüentemente no caso em questão, estabelecendo a necessidade de registro do desenho industrial, o que não foi realizado, de modo que a semelhança nos produtos retrataria a tendência do segmento mercadológico: “embora haja semelhanças, sendo os desenhos dos bordados rendados considerados o principal elemento distintivo entre as linhas das partes e contendo diferenças significativas, não há se falar em imitação, principalmente por se considerar que não há registro do desenho industrial e o movimento é cíclico”, apontou o Desembargador José Araldo da Costa Telles, relator do caso.

Na mesma linha, compreendeu que não houve violação ao *trade dress*, pois não houve demonstração de que a linha *Embrace Lace* seria a vestimenta das autoras da ação. Interessante pontuar, ainda, que o Relator nomeou a Lei de Propriedade Industrial como mais apropriada à proteção dos negócios da moda, mais especificamente o artigo 95, que trata do desenho industrial: "há lei mais apropriada à proteção dos negócios da moda — concepção, estampas, modelagem, acessórios etc. , qual seja, a Lei de Propriedade Industrial".

³⁸ Apelação Cível nº 1043901-02.2017.8.26.0100, 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial do Tribunal de Justiça de São Paulo.

Em decorrência, a Loungerie recorreu do acórdão, mas teve seu recurso desprovido pela 3ª Turma do STJ. Aduziu violação aos arts. 7º, 8º, 18 e 29, I e VI, da Lei de Direitos Autorais e aos arts. 2º, V, 86 e 195, III, da Lei de Propriedade Industrial. Alegou que o rol constante do artigo 7º da Lei de Direitos Autorais é meramente exemplificativo, sendo incontroverso que o design, estampas de vestuário e similares possuem proteção de direitos autorais. Dispôs, ainda, que não seria possível afastar a proteção à concorrência desleal em razão da não incidência da Lei de Direitos Autorais ou da ausência de registro de desenho industrial, pois a criação intelectual possui o direito à proteção da utilização desautorizada.

Não obstante o desprovimento do recurso especial, o acórdão fixou pontos importantes na discussão da propriedade intelectual aplicada às criações da indústria da moda, como o reconhecimento de que o rol de obras intelectuais protegidos pela Lei de Direitos Autorais é meramente exemplificativo e que o sistema jurídico brasileiro atesta o amparo ao conjunto-imagem pois sua imitação encontra óbice na repressão à concorrência desleal. Veja-se a ementa:

RECURSO ESPECIAL. PROPRIEDADE INTELECTUAL E CONCORRÊNCIA DESLEAL. AÇÃO DE ABSTENÇÃO DE USO E INDENIZATÓRIA. PEÇAS DE VESTUÁRIO ÍNTIMO FEMININO. POSSIBILIDADE, EM TESE, DE INCIDÊNCIA DA LEI 9.610/98. DIREITO AUTORAL. AUSÊNCIA DE VIOLAÇÃO. ORIGINALIDADE NÃO CONSTATADA. CONCORRÊNCIA DESLEAL. VIOLAÇÃO DE TRADE DRESS. DISTINTIVIDADE. AUSÊNCIA. CONFUSÃO NO PÚBLICO CONSUMIDOR NÃO VERIFICADA. SÚMULA 211/STJ. SÚMULA 284/STF. SÚMULA 7/STJ.

1. Ação ajuizada em 11/5/2017. Recurso especial interposto em 11/3/2021. Autos conclusos ao gabinete da Relatora em 22/6/2021.
2. O propósito recursal consiste em definir se a recorrida deve se abster de comercializar peças de vestuário que se assemelham à linha de produtos fabricada pelas recorrentes, bem como se tal prática é causadora de danos indenizáveis.
3. **São passíveis de proteção pela Lei 9.610/98 as criações que configurem exteriorização de determinada expressão intelectual, com ideia e forma concretizadas pelo autor de modo original.**
4. **O rol de obras intelectuais apresentado no art. 7º da Lei de Direitos Autorais é meramente exemplificativo.**
5. **O direito de autor não toma em consideração a destinação da obra para a outorga de tutela. Obras utilitárias são igualmente protegidas, desde que nelas se possa encontrar a exteriorização de uma “criação de espírito”.** Doutrina.
6. Os arts. 95 e 96 da Lei 9.279/96 não foram objeto de deliberação pelo Tribunal de origem, de modo que é defeso o pronunciamento desta Corte Superior quanto a seus conteúdos normativos (Súmula 211/STJ). Ademais, as recorrentes sequer demonstraram de que modo teriam sido eles violados pelo acórdão recorrido, o que atrai a incidência da Súmula 284/STF.
7. **A despeito da ausência de expressa previsão no ordenamento jurídico pátrio acerca da proteção ao trade dress, é inegável que o arcabouço legal brasileiro**

confere amparo ao conjunto-imagem sobretudo porque sua imitação encontra óbice na repressão à concorrência desleal. Precedentes.

8. Para configuração da prática de atos de concorrência desleal derivados de imitação de *trade dress*, não basta que o titular, simplesmente, comprove que utiliza determinado conjunto-imagem, sendo necessária a observância de alguns pressupostos para garantia da proteção jurídica (ausência de caráter meramente funcional; distintividade; confusão ou associação indevida, anterioridade de uso).

9. Hipótese concreta em que o Tribunal de origem, soberano no exame do conteúdo probatório, concluiu que (i) há diferenças significativas entre as peças de vestuário comparadas; (ii) o uso de elementos que constam da linha estilística das recorrentes revela tão somente uma tendência do segmento da moda íntima feminina; e (iii) não foi comprovada a prática de atos anticoncorrenciais que pudessem ensejar confusão no público consumidor.

10. Não sendo cabível o revolvimento do acervo fático e das provas produzidas nos autos em sede de recurso especial, a teor do entendimento consagrado na Súmula 7/STJ, é de rigor o desacolhimento da pretensão recursal.

RECURSO ESPECIAL PARCIALMENTE CONHECIDO E NÃO PROVIDO. (grifo nosso) (REsp n. 1.943.690/SP, relatora Ministra Nancy Andrihgi, Terceira Turma, julgado em 19/10/2021, DJe de 22/10/2021.)

Sob esse prisma, ainda que o desfecho tenha sido desfavorável para as partes autoras, é possível notar que o julgado aborda questões de grande relevância na discussão da proteção dos designs de moda. De início, a confirmação feita pela Ministra Nancy Andrihgi de que tais produtos podem ser tutelados por meio da Lei de Direitos Autorais cria um precedente acerca de um assunto que era ainda muito controverso. Em seguida, positiva-se que as obras utilitárias também são passíveis de proteção, desde que nelas se encontre a exteriorização de uma criação de espírito. Enfim, reitera a proteção já difundida pelo STJ por meio do instituto do *trade dress*.

Apesar disso, concluiu-se que não restou configurada a violação ao *trade dress*, pois seria necessário demonstrar a confusão ou associação indevida entre as peças, a anterioridade do uso do conjunto-imagem e sua a distintividade frente aos concorrentes. Logo, entendeu-se que não foi concretizada a concorrência desleal, devido a ausência de registro do desenho industrial. Observe-se trecho da argumentação:

Assim, dado o contexto dos autos – em que as recorrentes deixaram de pleitear o registro de desenho industrial para seus produtos –, era ônus que lhes incumbia comprovar tanto a anterioridade do uso quanto a distintividade do conjunto-imagem, na medida em que, ausentes tais circunstâncias, não se pode falar que a utilização de elementos estéticos semelhantes, que se presume estarem em domínio público, configure concorrência desleal (REsp n. 1.943.690/SP, relatora Ministra Nancy Andrihgi, Terceira Turma, julgado em 19/10/2021, DJe de 22/10/2021).

No que se refere às violações aos arts. 95 e 96 da Lei de Propriedade Industrial, essas não foram analisadas, pois as recorrentes não as suscitaram no tribunal de origem, motivo

pelo qual as alegações não foram conhecidas pela falta de prequestionamento. Por fim, a ministra Nancy Andrighi ressaltou que não é possível o reexame, em sede de recurso especial, dos fatos e das provas produzidas nos autos, por incidência da súmula 7 do STJ.

À vista do exposto, infere-se que este é um julgado de máxima relevância para a jurisprudência nacional do direito da moda, tal como para os esforços em busca de maior tutela das criações de moda no país. Embora o caso apresente alguns avanços para maior amparo nesta indústria, como é perceptível através da não taxatividade do rol das obras protegidas pela Lei de Direitos Autorais, evidencia-se a necessidade de avaliar outros caminhos para regular o mercado da moda: a proteção através de mais de um diploma jurídico, isto é, uma dupla proteção no ordenamento jurídico brasileiro.

4.3 A possibilidade de dupla proteção às criações de moda através do desenho industrial e do direito autoral

A partir da análise da jurisprudência apurada, verifica-se que a ausência de legislação específica sobre o *Fashion Law* compromete a segurança jurídica e a eficaz tutela dos direitos dos criadores de moda do país. É cabível, então, estudar a possibilidade das criações desse setor serem protegidas duplamente: por meio do registro de desenho industrial, previsto na Lei 9.279/96, e pelo regime de direito autoral, presente na Lei 9.610/98.

Nesse ângulo, é interessante pontuar que o design de uma peça pode ser composto por dois elementos principais: a estampa e o design propriamente dito, no sentido de sua forma, estrutura e modelagem. A proteção das estampas ocorre com maior facilidade, pois o seu caráter artístico e aspecto ornamental são mais aparentes, além de não estar relacionado com a utilidade das peças criadas (ARAÚJO, 2018).

Porém, a situação torna-se mais complexa no que diz respeito ao design, pois apenas a criação original pode estar sujeita à proteção. No entanto, na prática, é difícil que um design alcance de fato a originalidade na sua forma. Isso ocorre porque a maioria das peças é feita a partir de um repertório padrão: as roupas são fabricadas através de um padrão de mangas, bainhas, botões, bolsos, pregas e outros aspectos (ARAÚJO, 2018), por exemplo.

No que concerne ao desenho industrial, é necessário o preenchimento de três requisitos específicos: a novidade, a originalidade e a possibilidade de produção em escala industrial. Este último é facilmente preenchido pelo setor da moda, tendo em vista seus números expressivos: o mercado da moda nacional terminou 2023 com 6,55 bilhões de peças

comercializadas, segundo estimativa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

Logo, resta claro que a discussão quanto ao amparo do design de moda pelo registro industrial se concentra nos dois outros requisitos, isto é, a novidade e a originalidade. Porém, como já debatido, os elementos sujeitos a estes requisitos são diminutos dentro dos designs de moda, dada sua forma padrão. Então, para alcançar uma maior gama de proteção, o artigo 97 da Lei 9.279, em seu parágrafo único, garante a possibilidade de que se obtenha esses requisitos através da combinação de elementos já conhecidos. Com isso, leva-se mais em consideração a aplicação do desenho do que sua forma isolada.

A relativização dos requisitos de novidade e originalidade, de fato, facilita a proteção através do registro do desenho industrial. Contudo, o artigo 97 da Lei 9.279, ainda assim, não tem a intenção de proteger aspectos funcionais da roupa, tais quais o corte e as dimensões, pois o desenho industrial não protege a forma necessária comum ou vulgar do objeto, o que prejudica a tutela dos designs de moda, já que estes estão diretamente atrelados a sua função de vestir. Observa-se que a proteção através do registro de desenho industrial é possível, mas não atinge a integralidade.

Passa-se, então, à análise do amparo pelo direito autoral. De acordo com o artigo 7 da Lei 9.610, são obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro. No âmbito da forma, a tutela pelo direito autoral é ainda mais complexa do que pelo desenho industrial, pois requer, além da originalidade, um caráter artístico. Isso leva a proteção intelectual das obras de moda serem realizadas, em maior parte, pelo desenho industrial, deixando o direito autoral para casos mais específicos. Porém, é possível verificar, eventualmente, hipóteses em que os designs preencham os requisitos de ambos os regimes, estando aptos a um sistema de dupla proteção.

Dentro do ordenamento jurídico brasileiro, considera-se admissível que um determinado design, revestido de caráter artístico, faça jus à tutela de ambos institutos, fortalecendo a gama de proteção. Uma questão, entretanto, é definir o caráter artístico. Para Newton Silveira (2012), o que indica o valor artístico de uma obra é o seu caráter expressivo, individualmente ligado à forma, afastando o caráter meramente ornamental. Logo, o elemento central ensejador da tutela autoral repousa sobre a expressividade da criação, que pode até mesmo ser esteticamente desagradável (ARAÚJO, 2018).

Em vista disso, Silveira ressalta, ainda, que um mesmo suporte material pode acumular criações de diversos gêneros, e a proteção escolhida não irá depender

necessariamente da natureza de tal suporte. Com isso, entende-se que a distinção entre a criação artística e a produção industrial não deve ser levada como um impasse ao reconhecimento de direito de autor sobre um bem que, ao mesmo tempo, seja um produto industrial.

Ademais, a Lei de Direito Autoral e a Lei de Propriedade Industrial não impedem, se satisfeitos os devidos requisitos, o reconhecimento de acumulação em uma criação desses dois meios de proteção, permitindo a aplicação de ambos em seu favor. Tratam-se de regimes que, embora distintos, possuem campos de atuação próximos, sendo até mesmo complementares em certo ponto, criando uma zona de interseção sobre a qual podem residir as criações de moda.

Quanto às vantagens obtidas da dupla proteção, além de um campo de tutela mais vasto, há alguns benefícios práticos. Observa-se que, enquanto o direito autoral não submete a proteção a qualquer formalidade, o desenho industrial está condicionado ao seu registro, que possui natureza constitutiva de direitos (ARAÚJO, 2018). Este registro está condicionado a uma série de requisitos, incluindo a existência de prazos e do pagamento das respectivas retribuições, sob pena de caducidade.

Por sua vez, a proteção pelo direito autoral independe de formalidades e nasce com a própria criação, não estando sujeita ao recolhimento de anuidades ou até mesmo o seu uso efetivo (SILVEIRA, 2012). Então, aberta a possibilidade de um regime de dupla proteção, é possível evitar que determinadas obras de design percam o direito de proteção em decorrência do não cumprimento de alguma das formalidades previstas na Lei 9.279/96, como, por exemplo, a não divulgação de sua criação antes do pedido de registro ou o pagamento de alguma das retribuições, pois as criações poderão ser amparadas pelo direito autoral.

Pontua-se também que a proteção pelo direito autoral é muito mais rápida que a do desenho industrial, tendo em vista que o processo deste último se estende por um período de tempo maior, inadequado a um setor que está em constante mudança. Outra questão é a de que a proteção através do direito autoral, por força de convenções internacionais, se estende aos demais países participantes dessas, sem necessidade de observar formalidades (ARAÚJO, 2018).

A proteção pela LPI, contudo, alcança apenas os limites do Estado em que foi concedida, devendo o requerente se sujeitar a novas formalidades para obter a proteção em outros países, como o devido pagamento de retribuições em cada um deles. Para o mercado da moda, pelo seu caráter fortemente internacionalizado, a tutela apenas pelo registro do desenho industrial se mostra inviável e ineficiente em razão da burocracia excessiva, sendo essa

perfeitamente sanável pelo regime de dupla proteção, em virtude do alcance universal dado ao direito autoral.

Por conseguinte, pode-se concluir que o ordenamento jurídico brasileiro permite a possibilidade de um regime de dupla proteção para os designs de moda, através do registro do desenho industrial e do direito autoral, caso atenda simultaneamente aos requisitos de ambos os institutos jurídicos. Um regime de dupla proteção oferece uma abordagem vantajosa ao fornecer camadas adicionais de segurança e salvaguardas para os criadores: em que pese um instituto jurídico falhar, estará resguardado pelo outro, facilitando a singularidade de suas criações no competitivo mundo da moda.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho se dedicou a analisar as formas de proteção dos designs de moda vigentes no ordenamento jurídico brasileiro e em responder como fortalecer tal proteção, através da abordagem do direito internacional da propriedade intelectual e seus vínculos com o *Fashion Law*, destacando-se o direito autoral e o desenho industrial, com o objetivo de examinar os principais caminhos para este fim e de comparar as vantagens e limitações dos diferentes modos de proteção, identificando as situações em que cada um pode ser mais adequado, bem como investigando casos práticos envolvendo a tutela do design de moda, destacando os desafios enfrentados pelos profissionais da indústria.

A moda é um importante aspecto da expressão cultural da sociedade e seu mercado representa uma parcela significativa da economia mundial, incluindo no Brasil, onde este setor está cada vez mais em crescimento, ocasionando numa série de questões jurídicas envolvendo o tema e no aumento do interesse pelo campo de estudo do *Fashion Law*. Os vínculos entre o direito de propriedade intelectual e o direito da moda são evidenciados pela necessidade de uma abordagem específica para a proteção dos elementos visuais e estilísticos distintivos no cenário da moda. Logo, devido a competitividade intensa, as rápidas mudanças nas tendências e a necessidade de proteger a inovação para sustentar a posição na indústria, faz-se necessária a garantia dos direitos dos designers.

Conforme exposto ao longo do texto, observa-se que a proteção das criações de moda pode ser realizada pelo direito autoral e pela propriedade industrial, por meio das marcas, patentes e dos desenhos industriais. Verificou-se que a proteção, como vem sendo realizada, apresenta lacunas que acarretam na disseminação de produtos *inspired*, isto é, que se inspiram na peça original e tentam reproduzir um resultado similar, muitas vezes sendo praticamente cópias, pois a linha entre o que é *inspired* e o que é imitação é extremamente tênue, de modo a dificultar uma proteção eficaz do design.

Através de casos práticos, conclui-se que a jurisprudência brasileira tem dado passos consideráveis no caminho da proteção das criações de moda através do direito autoral, como nos casos *Hermès vs. Village 284* e *João Batista Castilhos da Rocha vs. Arezzo*. Porém, em outros casos, como *IMB Têxtil Ltda. vs. C&A Modas Ltda*, entendeu-se que o direito autoral não foi configurado, por se tratar apenas de uma ideia, e não da concretização desta. Já no caso *Loungerie vs. Hope*, o direito autoral também não restou caracterizado, mas sob o

argumento de que a proteção em questão deveria ser feita pelo registro de desenho industrial, o que não foi realizado.

Portanto, demonstrou-se a possibilidade de conferir às criações de moda um sistema de dupla proteção jurídica, com a cumulação dos regimes de desenho industrial e de direito autoral, caso atenda simultaneamente aos requisitos de ambos. Com isso, quando um instituto jurídico falhar, estará resguardado pelo outro caminho, de forma a aumentar o leque de proteção aos designers de moda. Conclui-se, então, que a compreensão e a aplicação adequadas do direito de propriedade intelectual desempenham um papel fundamental na proteção efetiva para os designers no dinâmico mundo da moda.

REFERÊNCIAS

- ABRÃO, Eliane Y. **Direitos de autor e direitos conexos**. São Paulo: Editora do Brasil, 2002.
- ANDRADE, Gustavo P. O trade dress e a proteção da identidade visual de produtos e serviços. **Revista da ABPI**, Rio de Janeiro, n. 112, maio-jun. 2011.
- AFONSO, Otávio. **Direito autoral: conceitos essenciais**. Barueri: Manole, 2009.
- ALVES, Rita Cardoso. **A concorrência desleal**. 2014. Tese de Doutorado.
- ARAUJO, Cristiano Reis. **Desenho Industrial e Direito Autoral: a Possibilidade de Dupla Proteção do Design de Moda no Ordenamento Jurídico Brasileiro**. In ROSINA, Mônica Steffen Guise, et alli. *Fashion Law: Direito e Moda no Brasil*. São Paulo: Thomson Reuters, 2018, pg. 131-153.
- BARBOSA, Denis Borges. **A propriedade intelectual no século XXI: estudos de direito**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2009.
- BARBOSA, Denis Borges. **Direito de autor: questões fundamentais de direito de autor**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2013.
- BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.
- BARONE, Daniela Marcos. **A proteção internacional do segredo industrial**. 2009. Dissertação (Mestrado em Direito Internacional) - Faculdade de Direito, University of São Paulo, São Paulo, 2009. doi:10.11606/D.2.2009.tde-19112009-133733. Acesso em: 2023-09-23.
- BARREIRA, Rebeca Ellen Cândido. **O direito autoral e a proteção das criações de moda: um estudo do caso Village 284 vs. Hermes**. 2014. 49 f., il. Monografia (Bacharelado em Direito)—Universidade de Brasília, Brasília, 2014.
- BASSO, Maristela. **O direito internacional da propriedade intelectual**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2000.
- BEZERRA, Matheus F. **Manual de Propriedade Intelectual**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017.

BOFF, Salete Oro. **Propriedade intelectual: marcos regulatórios**. Erechim: Deviant, 2018.

BRASIL. **Decreto nº 75.699 de 06 de maio de 1975**. Convenção de Berna para a Proteção das Obras Literárias e Artísticas (Revista), de 24/07/1971. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1970-1979/d75699.htm. Acesso em 24 de agosto de 2023.

BRASIL. **Lei nº 9.279 de 14 de Maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 1996. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm. Acesso em 24 de agosto de 2023.

BRASIL. **Lei nº 9.610, de 19 de Fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm. Acesso em 20 de setembro de 2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Apelação com Revisão 9111351-15.2006.8.26.0000**. IMB Têxtil Ltda. e C&A Modas Ltda. São Paulo, 31.05.2011

CARVALHO, Thaís Lina. **Proteção da Moda por Propriedade Intelectual e Inovação: Diálogo Entre os Modelos Francês e Estadunidense**. In ROSINA, Mônica Steffen Guise, et alli. Fashion Law: Direito e Moda no Brasil. São Paulo: Thomson Reuters, 2018, pg. 93-104.

CERQUEIRA, José da Gama. **Tratado de propriedade industrial**. Vol. I. Da propriedade industrial e do objeto de direitos. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2012.

CHAVES, Antonio. **Criador da obra intelectual: direito de autor, natureza, importância e evolução**. São Paulo: LTr, 1995.

COELHO, Fábio Ulhôa. **Curso de Direito Comercial - direito da empresa**. 16. ed. V.1. São Paulo: Saraiva: 2019.

CUP. **Convenção da União de Paris**. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/legislacao/CUP.pdf>. Acesso em 20 de agosto de 2023.

FURTADO. Lucas Rocha. **Sistema de propriedade industrial no direito brasileiro**. Brasília: Brasília Jurídica, 1996.

GODART, Frédéric. **Sociologia da Moda**. São Paulo: Senac, 2010.

INPI. **Diretrizes de análises de marcas**. Dezembro, 2012. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/legislacao/inpimarcas_diretrizes_de_analise_de_marcas-versao_20121211.pdf. Acesso em 11 de jan. de 2024.

LIMA, Humberto Alves de Vasconcelos. **Propriedade intelectual no século XXI: em busca de um novo conceito e substrato teórico**. Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.8, n.1, 1º quadrimestre de 2013. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791.

SCAFIDI, Susan. Intellectual property and fashion design. **Intellectual property and information wealth**, v. 1, n. 115, 2006.

SILVEIRA, C. **Bancos de Dados Originais e não-Originais**. Trabalho apresentado no Congresso Internacional da Propriedade Intelectual Mercosul e ALCA, ASPI – Associação Paulista da Propriedade Intelectual, Águas de Lindóia, Outubro 2003.

SILVEIRA, João Marcos. **A proteção jurídica dos segredos industriais e de negócio**. Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro, São Paulo, v. 40, n. 121, p. 151, jan./mar. 2001.

SILVEIRA, Newton. **Direito de autor no design**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

SOARES, José Carlos Tinoco. **Tratado de propriedade industrial**. São Paulo: Jurídica Brasileira, 1988.

STATISTA. Fashion - Worldwide Highlights. Disponível em: <https://www.statista.com/outlook/emo/fashion/worldwide>. Acesso em 02 de março de 2024.

WIPO. **WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use**. Wipo Publication n. 489. Disponível em: www.wipo.int/about-ip/en/iprm. Acesso em 25 de agosto de 2023.

OMPI – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL. **PATENTSCOPE**. 2020. Disponível em: patentscope.wipo.int. Acesso em 25 de agosto de 2023.

WORLD TRADE ORGANIZATION. **TRIPS AGREEMENT**. Disponível em: https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/trips_e.htm#preamble. Acesso em 25 de agosto de 2023.

FACHIN, Luiz Edson. **Teoria crítica do direito civil**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Renovar, p. 221, 2012.

FONSECA, Claudemir. ARBITRAGEM E MEDIAÇÃO COMO UMA FERRAMENTA ÚTIL NAS DISPUTAS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL. **REVISTA JURÍDICA DIREITO, SOCIEDADE E JUSTIÇA**, [S. l.], v. 8, n. 11, 2021. Disponível em: <https://periodicosonline.uems.br/index.php/RJDSJ/article/view/6196>. Acesso em: 24 set. 2023.

GIACCHETTA, André Z. SANTOS, Matheus C. **A proteção do design das criações de moda pela propriedade intelectual**: Breve análise do panorama atual de proteções e reflexões sobre a necessidade de proteção específica para o design das criações de moda. In ROSINA, Mônica Steffen Guise, et alli. *Fashion Law: Direito e Moda no Brasil*. São Paulo: Thomson Reuters, 2018, pg. 25-50.

PONTES NETO, Hildebrando. **Aspectos sobre o Plágio**. In: propriedade intelectual em perspectiva. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

MATOS, Larissa Pontes Dias. **Os produtos “inspired” : violações à propriedade intelectual sob a perspectiva do Direito da moda**. 68 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) — Universidade de Brasília, Brasília, 2022.

MOISÉS, Maria Luísa Lopes. **Fashion law: classismo e insegurança jurídica no Brasil**. 2021. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/prefix/15286>. Acesso em 08 de jan. de 2024.

NUNES, Maria Augusta S. N.; PINHEIRO-MACHADO, Rita. Propriedade Intelectual, Empreendedorismo e Busca de Informação Tecnológica para a Informática na Educação. In: PIMENTEL, Mariano; SAMPAIO, Fábio F.; SANTOS, Edméa O. (Org.). **Informática na Educação**: ambientes de aprendizagem, objetos de aprendizagem e empreendedorismo. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2021. (Série Informática na Educação, v.5) Disponível em: <http://ieducacao.ceie-br.org/empreendedorismo>.

PEDROSO, Denise Abdalla Freire. **Direito Autoral na Moda**: Visão Jurisprudencial. Artigo publicado na Revista da ABDI, número 136 de Maio/Junho de 2015 (p. 17/19)

PIMENTEL, Luiz Otavio. **Las funciones del derecho mundial de patentes**. Argentina: Advocatus, 2000.

RAUSTIALA, Kal. SPRIGMAN, Christopher. The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design. **Virginia Law Review**, Vol. 92, p. 1687, 2006, UCLA School of Law Research Paper No. 06-04, Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=878401>.

RAUSTILA, Kal. SPRIGMAN, Christopher. **The Knockoff Economy**: How Imitation Sparks Innovation. Kindle Edition. Reino Unido: Oxford University Press.

THAINES, Aleteia Hummes. **As indicações geográficas no ordenamento jurídico brasileiro**. Erechim: Editora Deviant, 2018.

MAIA, Livia Barboza. A Proteção do Direito da Moda pela Propriedade Intelectual. **Revista da ABPI**, n. 14, março/ abril 2016. Disponível em: <https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/a907-livia-barboza-maia-1.pdf>

MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES. **Acordo Trips**. Disponível em: <https://www.gov.br/mre/pt-br/delbrasomc/brasil-e-a-omc/acordo-trips>. Acesso em 30 de agosto de 2023.

QUINELATO, Pietra Daneluzzi. 2020. **Uma Perspectiva da Moda no Tempo e do Surgimento do Fashion Law**. Fashion Law: o Direito está na Moda. São Paulo: Singular, 2020.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

VARELLA, M. D. **Propriedade intelectual de setores emergentes**. São Paulo: Atlas, 1996.

VIEIRA, W. C. **Propriedade intelectual: uma perspectiva histórica**. Livro Negociações Internacionais e propriedade intelectual no agronegócio. Viçosa – MG, DER/UFV. 2001

XAVIER, Vinicius de Almeida. **As possibilidades de proteção ao trade dress**. v. 41 n. 2 (2015): Direito Privado: Direito Empresarial, Direito do Consumidor e Direito Civil. DOI: <https://doi.org/10.15448/1984-7718.2015.2.13642>.