

## FASHION LAW: A EFICÁCIA DA PROTEÇÃO JURÍDICA NA INDÚSTRIA DE MODA NO BRASIL E A ANÁLISE DE CASOS.

Laura Bitencourt Corrêa Meyer \*

Maurem Silva Rocha \*\*

### RESUMO

A moda é um fenômeno de grande destaque na sociedade contemporânea. No entanto, a discussão sobre as questões legais relacionadas à indústria da moda ainda está em seus estágios iniciais dentro do campo jurídico, uma vez que a legislação brasileira não trata de forma explícita as criações de moda. Entre os complexos desafios jurídicos que surgem no âmbito da moda, o presente trabalho apresenta uma especial atenção aos temas relacionados à Propriedade Intelectual, Direitos Autorais e a Propriedade Industrial. Essa atenção se justifica pela natureza criativa e singular das criações de moda, que muitas vezes são consideradas verdadeiras obras de arte. O Fashion Law, um termo de origem norte-americana, engloba a área legal que trata dos direitos relacionados aos produtos e designs desenvolvidos por estilistas e empresas especializadas. Além disso, considerando a carência de regulamentação precisa no Brasil referente ao tema em foco, no decorrer do trabalho será apresentado um exemplo concreto de situação envolvendo o Fashion Law e duas marcas conhecidas – Hermés e Village 284 - e as resoluções correspondentes aplicadas pelo sistema judiciário brasileiro, além da análise das Leis nº 9.610/98 e nº 9.279/98 e de como esse assunto está sendo discutido no cenário jurídico. Ainda, em caráter exemplificativo, será explorado outro caso jurídico que engloba duas marcas de luxo mundialmente conhecidas, a Christian Loubotin e Yves Saint Laurent. O trabalho destaca a proteção autoral como a abordagem mais apropriada para as criações de moda, promovendo a originalidade dos designers, fortalecendo o mercado e contribuindo para resolver conflitos recorrentes na Propriedade Intelectual da moda.

**Palavras-chave:** Fashion Law; Propriedade Intelectual; Direito Autoral; Propriedade Industrial; Direito; Moda; Proteção; Tribunais; Marcas.

### 1 INTRODUÇÃO

No universo da moda, diariamente produtos e mercadorias são criados e elaborados por profissionais da marca, desenvolvendo, dessa forma, tendências e referências no âmbito “*fashion*”, gerando objetos de interesse de consumo.

É notável que a indústria da moda experimentou um crescimento perceptível a partir do século XIX, alcançando um valor estimado de 2,4 trilhões de dólares em 2017, de acordo com a empresa de consultoria McKinsey & Company. No Brasil, apenas em 2017, o setor têxtil e de confecção registrou um faturamento de 45 bilhões de dólares. Diante disso, a importância social e econômica desse ramo da indústria é

---

\* Acadêmica do Curso de Direito da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS. E-mail: [laurabitencourt@hotmail.com](mailto:laurabitencourt@hotmail.com).

\*\* Orientadora, Mestre em Direito, Professora da Escola de Direito da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS. E-mail: [maurem.rocha@pucrs.br](mailto:maurem.rocha@pucrs.br).

inegável, o que justifica plenamente o interesse, o desenvolvimento e a especialização do Direito nessa área de atuação (Brasil Econômico, 2017).

Considerando a relevância do setor de vestuário como um todo, é evidente que há uma crescente preocupação jurídica em relação às questões que envolvem o mundo da moda e os profissionais que estão vinculados a este setor. Assim, é imprescindível que haja uma proteção jurídica em cima das marcas e suas criações próprias, para que seja evitado o plágio e possíveis cópias. A proteção das marcas registradas ajuda a garantir que os consumidores possam identificar facilmente a origem dos produtos e ajuda a evitar a comercialização de produtos falsificados.

O emergente campo do Direito da Moda surgiu como uma disciplina jurídica dedicada a abordar essas questões, aplicando conceitos jurídicos já existentes às problemáticas específicas relacionadas à indústria da moda. O tema Fashion Law é moderno e apresenta uma relevância social pelo seu caráter econômico e cultural. Trata-se de um assunto que, ainda, não é muito analisado e comentado no mundo jurídico, mas está em constante evolução e merece uma atenção importante dos profissionais do direito.

O Fashion Law não possui ainda uma legislação específica, mas está vinculado à proteção da Propriedade Intelectual, na lei n 9.729 de 1998 (Brasil, 1998). Ademais, a área do direito da moda não é independente, e se fundamenta em âmbitos jurídicos como o Direito Consumerista, Trabalhista e Tributário.

A Propriedade Intelectual é um conjunto de direitos que protege as criações do intelecto humano, incluindo as criações na indústria de moda. No entanto, a proteção por direitos autorais pode ser limitada, pois a lei geralmente considera que a moda é uma forma de arte funcional, o que significa que as criações são destinadas a ser usadas e, portanto, não são tão exclusivas quanto as obras de arte puramente decorativas.

No entanto, conforme será analisado no presente artigo, a Lei de Direitos Autorais é a mais adequada e cabível para a proteção dos estilistas e suas criações, uma vez que, conforme o art. 8 da legislação em comento, as criações de moda e vestuário não estão proibidas.

Por fim, tendo em vista o crescimento da indústria de moda e conflitos jurídicos, se faz de extrema importância uma proteção eficaz aos estilistas e suas criações de vestuário, a fim de evitar possíveis cópias e imitações por marcas diversas. Dessa forma, será analisado, no presente artigo, os institutos da Propriedade Intelectual, do Direito Autoral e da Propriedade Industrial, e como os tribunais brasileiros vêm aplicando essa proteção autoral para as criações de moda em diversas situações conflitantes. Além disso, será analisado dois casos envolvendo marcas de luxo conhecidas mundialmente que tiveram conflitos no âmbito jurídico, demonstrando como os tribunais atuaram diante tais situações.

## **2 DIREITO E A MODA**

O propósito do Direito é fomentar a convivência harmoniosa na sociedade, ao mesmo tempo em que protege os bens jurídicos estabelecidos pela Constituição. Portanto, o Direito deve ser empregado na resolução dos problemas emergentes no mundo, uma vez que é inevitável o surgimento de novos desafios com o passar do tempo.

É perceptível, no mundo atual, que a indústria de moda movimentou bilhões e envolve inúmeros profissionais e empresas. A moda surgiu por uma “ânsia de inovar”, cultuando o presente mas visando sempre a novidade e o futuro. Como Pereira afirma:

Traje tem sua origem etimológica (no Dicionário Houaiss, edição 2011) na palavra *trager*, do verbo trazer: trazer algo para si, que de alguma forma tem grande pertinência no que diz respeito a criar identidade, termo muito abordado por teóricos no estudo da moda (Pereira, 2012, p. 63).

De acordo com Valquiria Saboia em sua obra “Direito da Moda: uma introdução ao *fashion law*” (2020), a moda pode ser compreendida como um sistema que acompanha o vestuário e o tempo, que integra o simples uso do vestuário cotidiano a um contexto social, político, econômico e cultural.

Assim sendo, moda está presente em todos os momentos do dia a dia, não sendo somente apenas o ato de vestir uma roupa, mas sim uma junção de elementos e informações além do vestuário e acessórios, que guiam costumes e comportamentos de cada indivíduo.

Semelhante, Castilho (2009, p. 14) aborda que:

Moda é uma linguagem que articula e organiza dois sistemas de expressão complexos que poderiam também ser compreendidos individualmente, mas, como usualmente entendemos, moda é a forma de vestir e adornar o corpo segundo tendências contemporâneas, apresentadas sucessivamente ao mercado, portanto devemos incluir aqui tanto o sistema da roupa como também o sistema do corpo.

A pesquisadora de moda escocesa, Mackenzie, analisou a importância do estudo da moda:

O estudo da moda é inclusivo. Não se limita ao mundo seletivo da alta-costura, das grifes de estilistas, das revistas luxuosas. As complexas questões econômicas, políticas e culturais associadas à produção e ao consumo de modismos causam impactos em todos os setores da sociedade. Avanços na produção de vestuário foram catalisadores para a industrialização, para a urbanização e para a globalização que vem definindo a era moderna. Da mesma forma, a moda está integrada à construção e a comunicação das identidades sociais, ajudando a delinear a classe, a sexualidade, a idade e a etnia de quem a usa além de expressar as preferências culturais individuais. Os avanços da moda, bem como as frequentemente radicais reações públicas a eles, sinalizaram e ajudaram a abordar (e até erradicar) preconceitos arraigados contra mulheres, comunidades gays e lésbicas, jovens, minorias étnicas e classes trabalhadoras (Mackenzie, 2010, p. 35).

De acordo com Lipovetsky (2009, p. 24), é possível afirmar que a moda não é presente em todas as épocas nem em todas as civilizações. Um fator fundamental que contribuiu para isso é a Revolução Francesa e o surgimento da burguesia. Com a ascensão da classe burguesa, surgiu a oportunidade de exprimir-se através da aparência pessoal. Além disso, a modernidade também é significativa, sendo simultaneamente singular e plural, como uma matriz única que se manifesta de maneiras distintas ao longo do tempo e do espaço.

A industrialização colaborou com a formação da burguesia e esta, antes reprimida pelas imposições das leis suntuárias, agora podiam dispor daquele elemento importante da ascensão social: a vestimenta. (Svendsen, 2010, p. 41)

As denominadas "leis suntuárias" estiveram em vigor até o século XVI, e tinham como objeto a restrição de uso de roupas para determinadas classes sociais, uma vez as classes superiores eram detentoras do poder econômico e social. Entretanto, com o passar do tempo, a indústria se desenvolveu e o processo de criação das vestimentas se tornou mais satisfatório.

É fácil observar a forte relação entre o capitalismo e a globalização, uma vez que ambos impulsionam a busca por "mudanças" na sociedade em que vivemos atualmente. Essa conexão resulta em uma produção têxtil e divulgação mais rápidas, facilitando a criação de uma "necessidade" constante por novos produtos e desejos.

Os itens constituem recurso que permite aos integrantes da classe burguesa elevarem-se sobre seus pares. O desejo por símbolos de consumo "poderosos" torna-se um meio estimulador e faz com que agora a busca seja por exclusividade, como diz Svendsen (2010, p. 45).

Conforme explica Lipovetsky (2007), vivenciamos uma revolução consumista que transformou o sistema econômico, alterando sua base de satisfação para a arte da oferta. Atualmente, estamos em uma era de economia da variedade e da reatividade, na qual as empresas enfrentam novos critérios competitivos, como tempo, inovação e renovação de produtos.

Inovações de todos os tipos estão sendo geradas e difundidas, cada vez mais velozmente, por todas as atividades econômicas, em grande parte dos países do planeta. Novos produtos, processos e insumos: as tecnologias da informação ai estão. Novos mercados: segmentos que surgem respondendo ao lançamento de novos produtos ou espaços regionais que se abrem ao exterior. Novas formas de organização: produção Just-in-time, empresas organizadas em redes, comércio eletrônico etc. (Lastres, 1999, p. 27)

A moda está intrinsecamente ligada à busca por novidade e originalidade em suas criações, pois é essa característica que a define. Portanto, é crucial destacar a importância da criatividade dos estilistas e os recursos investidos na criação de coleções inovadoras. Essa exclusividade do produto o torna valioso no mercado consumidor e desperta um desejo intenso.

A moda, em sua essência, é uma indústria que enaltece a criatividade. A forma como as criações são exibidas desempenha um papel tão crucial quanto as próprias peças na passarela; os desfiles de moda representam a chance dos designers de causarem uma forte impressão e deixarem a sua marca na coleção como um todo.

Ainda, a moda, para além de seu caráter artístico, representa uma manifestação de alcance universal. As inovações dos designers emergem em diferentes partes do mundo e, graças às plataformas oferecidas pelas redes sociais, rapidamente alcançam uma audiência ampla. Portanto, as criações de moda são verdadeiramente um fenômeno global, já que as tendências apresentadas em suas coleções reverberam em todo o planeta.

A moda se distingue da tendência. Enquanto a moda engloba uma expressão artístico-cultural que abarca itens de vestuário e todos os outros elementos que contribuem para a aparência pessoal, as tendências se originam a partir da observação do que se torna popular na sociedade, como uma consequência direta da influência da moda (Godart, 2010, p. 37).

Nesse contexto, tendo em vista que tal mercado está em constante evolução, diversos problemas e situações de conflitos são gerados em decorrência de desacordos contratuais e de possíveis informalidades, sendo necessário o alcance do Direito e suas leis para regularizar e proteger empresas e seus funcionários de tais litígios.

Dessa forma, em decorrência da evolução do mercado da moda no mundo inteiro, se faz necessário entender a importância que o denominado “Fashion Law” possui. Tal ramo do direito foi criado e desenvolvido justamente para atender e judicializar demandas relacionadas às criações do intelecto humano, mais especificamente criações de artigos das marcas e seus estilistas.

O direito da moda nada mais é do que um novo ramo do Direito, que nasceu para utilizar a legislação com o intuito de resolver problemas relacionados à indústria *fashion*.

Em outras palavras, o fashion law é o estudo do direito consoante a realidade apresentada por essa indústria, a qual revela questões jurídicas presentes desde a obtenção de matéria-prima até problemas ambientais ligados ao incorreto descarte de resíduos têxteis. Do mesmo modo, para responder as mais diversas necessidades, é interdisciplinar, abrangendo diversos campos do direito, dentre outros, a área de propriedade intelectual e de contratos, o direito do trabalho, o direito da publicidade, o direito do comércio exterior, o direito ambiental, o direito tributário e o direito penal (Souza, 2019, p. 12.).

Por mais que o Direito da Moda não possua uma legislação específica no Brasil, ele se enquadra em diversos setores do direito, dedicando-se aos campos do Direito Civil, Direito Tributário, Direito Trabalhista, Direito Empresarial e até Direito Contratual. Entretanto, exige-se a compreensão principalmente dos princípios da Propriedade Intelectual.

De acordo com a advogada Sabine Souto (2018), o Direito da Moda aborda uma ampla gama de problemas relacionados a diversos aspectos. São questões envolvendo propriedade intelectual, trabalho escravo/infantil, pirataria, contrafação, transações comerciais nacionais e internacionais, problemas de importação e exportação, concorrência desleal, plágio, além de questões ambientais e de sustentabilidade.

No Brasil “embora ainda não existam leis específicas visando a tutela da propriedade intelectual nos produtos de moda, os Tribunais vêm, ainda que timidamente, posicionando-se a respeito desta proteção” (Fernandes, 2015, p. 389).

Para completar, Ligia Fernandes ressalta (2015) que, ao ser considerada arte, a moda estaria sob a proteção do Direito do Autor. Este, por não prever procedimento registro junto ao INPI, conferiria, ao menos em tese, proteção a um número maior de criações. Entretanto, seria uma proteção frágil, visto que dependeria de uma análise do caso concreto para determinar se houve plágio ou mera inspiração.

Atualmente, a falta de regulamentação sobre o tema gera insegurança sobre quais instrumentos jurídicos devem ser utilizados pelos profissionais que estão se especializando na área, mas muitas das decisões são fundamentadas com base na Lei da Propriedade Industrial (Brasil, 1996) e na Lei de Direito Autoral (Brasil, 1998).

O direito está presente em todas as etapas do setor da moda, desde a criação do produto pelo estilista, momento em que se necessita de uma proteção de possíveis cópias, até o momento em que o lançamento vai ao mercado. Ademais, é super importante o direito ambiental para a fiscalização do descarte dos materiais utilizados para não impactar negativamente o meio ambiente.

O Direito da Moda possui uma natureza jurídica dupla, uma vez que regulamenta as relações jurídicas entre os sujeitos de direito privado envolvidos nesse setor. Isso inclui indústrias, agências de modelos, modelos, comerciantes, designers e inventores. O direito privado é uma das principais fontes do Direito da Moda, fornecendo as bases legais e regulatórias para as atividades e transações nesse campo específico (Abreu, 2019, p. 12).

Para Bruna Homem de Souza (2020), o argumento principal é de que as criações de moda devem ser legalmente protegidas, uma vez que as cópias desestimulam a criação, enfraquecem as marcas e comprometem todas as vendas.

De acordo com Gabriel Di Blasi (1998, p. 162) a marca é “um sinal que permite distinguir produtos industriais, artigos comerciais e serviços profissionais do mesmo gênero, da mesma atividade, semelhantes ou afins, de origem diversa”

Se os consumidores conseguem reconhecer uma marca ou um estilista ao observar um produto específico, fica evidente que o estilista em questão criou uma identidade no mercado da moda, o que justifica seu direito exclusivo sobre ela.

O Fashion Law teve origem nos Estados Unidos, com a professora e pesquisadora Susan Scafidi, pioneira na área de moda e fundadora de tal matéria no curso de direito da Universidade de Fordham, no ano de 2006 (Cristina, 2020, p. 1) Segundo Susan, em seu curso, o Direito da Moda está vinculado à quatro pilares básicos, sendo eles: Propriedade Intelectual, Negócios e Finanças, Cultura do Consumidor e Direitos Civis.

A advogada, em suas palavras, salienta que “O direito da moda não foi lançado como uma mera oportunidade de marca, mas como um meio de formação de advogados, designers e de serviços jurídicos relacionados com o negócio da moda” (Scafidi, 2012, p. 16).

A evolução histórica do Fashion Law foi marcada por uma crescente especialização e regulamentação das atividades relacionadas à moda, acompanhando o desenvolvimento da indústria fashion e a crescente importância da moda na sociedade contemporânea. Ao longo dos anos, o tema expandiu-se internacionalmente devido às dificuldades enfrentadas por outros países de forma distinta. O Brasil foi um dos primeiros a adotar o Fashion Law em 2011. Com o tempo, o campo do Fashion Law ampliou-se para além da proteção das criações em si, abordando questões como trabalho infantil, trabalho análogo à escravidão, questões tributárias, societárias e ambientais, entre outras. Essas questões exigem a atuação de advogados especializados em suas respectivas áreas (Abit, 2019, p. 1).

Dessa forma, com o desenvolvimento acelerado e promissor do setor da moda e o aumento das demandas e litígios, a tendência é que daqui para frente grande parte dos escritórios de advocacia já estejam mais receptivos para esse tipo de questão.

Valquiria Saboia ressalta que:

Com o aumento de investimentos, ações e estratégias, o mundo da Moda não pode mais funcionar de maneira amadora, sem a proteção adequada de leis, contratos e dispositivos jurídicos adequados a evitar discussões e litígios. E estes já começam a surgir de modo cada vez mais perceptível (Saboia, 2020, p. 15)

Com base em tudo o que foi mencionado, fica evidente que o campo do Direito da Moda é um ramo multidisciplinar que busca fornecer suporte e resolver questões

relacionadas a esse setor, tendo a Propriedade Intelectual como elemento essencial para a resolução de conflitos.

### 3 PROPRIEDADE INTELECTUAL

Atualmente, já se pode discutir que o Direito da Moda está sedimentado como um campo de estudos importante no universo jurídico. Entretanto, por ser um campo novo, Valquiria Saboia (2020) afirma que há muito a ser explorado, mas que os estudos recentes estão ligados, com um foco maior, para as áreas da chamada propriedade intelectual, mormente no campo das marcas.

Ainda, segundo Valquiria Saboia (2020), o objetivo do Direito de Propriedade Intelectual é assegurar a exclusividade ou posse resultante da atividade intelectual em variados domínios, seja na indústria, literatura, ciência ou arte. Dessa forma, impede que pessoas externas ao processo de criação reproduzam, copiem ou utilizem o produto com finalidades comerciais, sem a autorização do detentor dos direitos intelectuais.

O principal objetivo da propriedade intelectual é proteger o produto da criação de um indivíduo da exploração não autorizada por terceiros a fim de viabilizar seu retorno econômico. A justificativa da proteção é recompensar o criador pelo tempo, esforço e dinheiro despendidos na concepção e desenvolvimento da obra, de maneira que possa explorar economicamente de forma exclusiva o resultado de sua criação, dentro de um prazo limitado, previsto legislativamente, e sujeito a limitações expressas ou não (OMPI, 2022).

As criações de moda não são meros itens de caráter utilitário, mas sim obras artísticas que resultam do esforço criativo de um profissional. Essa característica faz com que as criações de moda, chamadas de designs, sejam reconhecidas pela sua evidente originalidade, revelando a individualidade do estilista.

Considerando a desafiadora tarefa de criar algo verdadeiramente novo nesse contexto, aliada à necessidade e ao desejo de conquistar o mercado, é comum buscar inspiração em algo que já existe. No entanto, em algumas ocasiões, o limite aceitável para essa inspiração é ultrapassado, resultando em cópias que, sem dúvida alguma, devem ser repreendidas pelo direito.

Ademais, em razão do desafio de patentear apenas as peças do vestuário, as grandes marcas têm criado características exclusivas e diferenciadoras, para que se destaquem e lhe deem fácil reconhecimento, quando exibida para o comércio da moda. Dessa forma, a marca não irá, na teoria, ter ícones parecidos a outras da mesma categoria do mercado, para que seja possível garantir a sua exclusividade. Com isso, evita-se o plágio e a criação de produtos similares.

Para Hildebrando Pontes Neto (2008), o plágio representa uma infração contra o direito moral do autor, desde que a sua obra seja afetada em sua forma de expressão original, e que o indivíduo que plagiou substitua o verdadeiro autor da criação.

No Brasil, a proteção exclusiva dos titulares desses direitos pode ser assegurada através do instituto da Propriedade Intelectual, que abrange produções originadas do intelecto, de acordo com as considerações de Carla Eugenia Caldas Barros (2007, p. 50):

Para Gama Cerqueira, os direitos relativos às produções intelectuais têm por objeto invenções, desenhos e modelos industriais. Esses direitos têm caráter patrimonial e, por conseguinte, a faculdade que permite a fruição de vantagens de modo exclusivo. Também têm caráter de direito moral do autor,

inerente a sua personalidade, direito que lhe assiste ser reconhecido como tal, tendo como referência sua obra, e de vinculá-la a seu nome.

É impossível se conceber um mundo civilizado sem criações intelectuais, e, da mesma forma, inadmissível, atualmente, negar um mínimo de proteção ou até reconhecimento àqueles que, com a sua criatividade e inteligência, construíram esse mundo concreto, funcional e belo (Sabóia, 2020, p. 47).

Geralmente, as pesquisas sobre propriedade intelectual são conduzidas a partir de duas perspectivas - e no Brasil, com base em duas áreas normativas. Uma delas é o campo do direito autoral, enquanto a outra abrange a propriedade industrial.

Verifica-se, portanto, que os principais instrumentos utilizados atualmente na indústria da moda são os direitos autorais e os direitos de propriedade industrial. Esses mecanismos são aplicados como meio de proteger as criações no campo da moda, com o objetivo de proibir a falsificação de produtos e marcas que estão sob sua tutela.

Conforme Silveira (2018) afirma, a diferença de tais instrumentos é que, enquanto as obras protegidas pelo direito do autor requerem apenas originalidade como critério, as criações no campo da propriedade industrial dependem do requisito objetivo de novidade. A originalidade é compreendida subjetivamente em relação à esfera pessoal do autor, enquanto a novidade se refere a um conhecimento novo para o próprio sujeito.

Para o requisito da originalidade ser devidamente cumprido, se faz necessário constatar o mínimo de criatividade do autor ao realizar e elaborar a sua obra, como ressalta Lewicki (2006, p. 292):

É neste sentido, talvez, à luz da mudança do conceito de originalidade de subjetiva para objetiva, que se possa ler a reivindicação de um “mínimo de criatividade” que deva ser subjacente às obras protegidas. Há sim, que haver um mínimo de criatividade, mas este deve ser averiguado em comparação às obras já existentes; comparação esta que não deve ser caracterizada por uma apreciação estética, mas pura e simplesmente pela busca de diferenças palpáveis entre o novo e o já existente.

O direito autoral é o direito que o autor tem de gozar dos benefícios resultantes de sua criação própria. Bittar (2013) descreve o direito autoral como o detentor de direitos subjetivos característicos de qualquer propriedade – usar, dispor, gozar – sendo por isso que foi chamado de propriedade literária, artística e científica na história.

A Lei nº 9.610/98 (Brasil, 1998) garante a proteção dos direitos autorais e conexos, abrangendo as criações artísticas e literárias. Segundo Bittar, o Direito de Autor rege as relações legais relacionadas à criação e uso de obras intelectuais estéticas nas áreas de literatura, artes e ciências. Em resumo, o Direito Autoral protege criações com apreciação estética. A diferenciação entre itens utilitários e artísticos varia dependendo do ordenamento jurídico local. No sistema jurídico francês, a proteção abrange amplamente qualquer obra artística, independentemente de sua finalidade. Porém, no Brasil, a doutrina sugere uma separação entre o valor artístico e utilitário da obra como critério.

De fato, as obras classificadas como utilitárias não recebem proteção de direitos autorais. Enquanto as obras com natureza artística satisfazem requisitos intelectuais, sejam estéticos ou de conhecimento, as obras utilitárias ou industriais são

criadas com o propósito de servir a necessidades materiais diretas (Bittar, 2015, p. 45).

Como não existe um consenso claro sobre o que constitui arte, a distinção entre obras de arte e outras formas de criação é desafiadora. No entanto, a moda ainda não é amplamente aceita como uma forma de arte, e a discussão sobre esse assunto ainda não está completamente amadurecida.

Conforme menciona José de Oliveira Ascensão:

Nas obras de destinação utilitária temos antes de mais nada essa função, e não uma função literária ou artística. Nenhum motivo há para deixar automaticamente essas obras transpor o limiar do direito de autor. Só o poderão fazer se como o resultado de uma apreciação se concluir que, além de seu caráter utilitário, têm ainda um mérito particular, que justifica que as consideremos obras literárias ou artísticas. Considerando estas figuras, vemos que nas obras artísticas de destinação utilitária a lei reclama que sejam criação artística, o que não faz para as outras categorias de obras artísticas. Isto só pode significar uma exigência reforçada para efeitos de proteção. Não há que ser particularmente indulgente nesta avaliação. Uma criação de moda “elegante”, por exemplo, não equivale a uma criação “artística”. Quando à moda, em si, como estilo, não é protegida (Ascensão, 1997, p. 60)

A proteção trazida pelos direitos do autor é assegurada pela Lei nº 9.610/98, de Direitos Autorais (Brasil, 1998) que abarca obras artísticas, literárias e científicas.

Entretanto, conforme Otávio Afonso (2009, p. 9):

O grande desafio para o direito autoral está no avanço da tecnologia, que faz com que haja uma multiplicidade de utilização da obra protegida, numa rapidez incontrolável. O desafio está em adaptar-se este desenvolvimento tecnológico, por meio de leis modernas, que garantam categorias específicas de proteção ao direito autoral, bem como prevejam disposições que protejam os autores no exercício dos seus direitos autorais.

Em nossa legislação, o art 5, inciso XXVII, da nossa Constituição dispõe (Brasil, 1988, art 5º):

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:

XXVII - aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar.

Lucila de Castro Plácido, em seu artigo científico publicado em 2015, salienta que:

Os direitos autorais são inalienáveis e irrenunciáveis e estão amparados pela Lei 9.610-98 que garante, ao criador, a proteção das obras por ele elaboradas, na esfera dos direitos patrimoniais e morais – determinando que quem utilizar a obra deve exibir a verdadeira autoria, respeitando a qualidade e integridade do autor e de sua obra. É possível também que seja vedada a veiculação do que foi produzido, salvo se houver autorização prévia e expressa do criado (Plácido, 2015, p. 1)

Bittar (2003, p. 47) leciona que “o direito moral é a base e o limite do direito patrimonial, que por sua vez, é a tradução da expressão econômica do direito moral”.

Conforme afirma Francielle Huss Skibinski (2017), os direitos morais são extremamente importantes para a manutenção do vínculo pessoal existente entre o autor e a sua criação, sendo imprescindíveis para a manutenção dos direitos dos designers e estilistas na indústria *fashion*.

As violações dos direitos autorais podem se manifestar tanto em aspectos financeiros, ao infringir a exclusividade de uso da obra, quanto em aspectos pessoais, ao desrespeitar os direitos morais do autor (Santos, 2014, p. 155).

Os direitos do autor conferem proteção tanto aos desenhos de moda, conhecidos como croquis, quanto aos moldes. Esses desenhos artísticos não apenas expressam criatividade, mas também contêm informações técnicas essenciais para a produção industrial. Portanto, é importante enfatizar a proteção que os direitos do autor oferecem a esses elementos, que combinam arte e funcionalidade.

Em relação aos croquis, com base no artigo 7º, VIII, da Lei de Direitos Autorais, os desenhos artísticos, enquanto criações do espírito humano são amplamente protegidos. Todavia, em relação aos moldes, Francielle (2016) ressalta que há um debate em andamento sobre a proteção adequada por meio dos direitos autorais e do instituto dos desenhos industriais. No entanto, acredita-se que seja viável aplicar os direitos autorais, mesmo considerando a possibilidade de dissociar o aspecto estético do funcional. Isso significa que a proteção dos direitos autorais é igualmente adequada nesse contexto.

Segundo Bittar (2008), a proteção desses direitos é concedida com o propósito de estimular a inovação, fomentar a criatividade e impulsionar o desenvolvimento cultural e econômico da obra sob resguardo.

O progresso na indústria da moda, quando analisado à luz do direito, levanta diversas questões relacionadas à carência de regulamentação, principalmente no que tange aos direitos autorais dos criadores. As obras de moda, frequentemente interpretadas como objetos de utilidade em vez de manifestações artísticas, não são diretamente abarcadas pela Lei 9.610/98 (Brasil, 1998). A concepção utilitária das peças de moda constitui uma das principais razões pelas quais elas não desfrutam da proteção intelectual prevista por essa legislação.

Adicionalmente, a doutrina estabelece diversos critérios para que uma obra esteja sob a proteção dos direitos autorais. Esses critérios incluem, em primeiro lugar, que o autor seja uma pessoa física. Além disso, a criação a ser protegida deve ser atribuída ao autor, ser uma produção intelectual, estar registrada em um suporte tangível para servir como meio de comunicação, não infringir leis vigentes, demonstrar claramente sua originalidade e conter um grau mínimo de contribuição criativa (Barbosa, 2010, p. 434).

No entanto, a moda ainda não alcançou um consenso unânime como uma forma de expressão artística. Na verdade, a discussão sobre esse assunto não está completamente amadurecida, tendo em vista que o direito da moda está evoluindo aos poucos.

De acordo com Julia Kind de Arruda (2019, p. 19), as criações de moda não são mencionadas de forma explícita na Lei 9.610/98 (Brasil, 1998), mas também não são proibidas no artigo 8º da mesma lei. No entanto, elas se enquadram nos requisitos estabelecidos, sendo produzidas por indivíduos e representando criações intelectuais

de valor estético, resultantes de um processo criativo que valoriza a originalidade e a singularidade do designer, sendo expressas nas peças de suas coleções.

Em relação ao artigo 8º, Denis Borges Barbosa observa que esse dispositivo "detalha quais itens estão excluídos da proteção autoral", mas ressalta que a lista presente nele é "não apenas fragmentada, mas também incompleta" (Barbosa, 2013, p. 286).

Portanto, podemos inferir que a legislação brasileira deixa uma certa margem para interpretação quando se trata das obras que podem ser protegidas pelo instituto. Ao mesmo tempo, estabelece de forma clara as que não podem, embora uma parcela da doutrina defenda que o rol presente no artigo 8º não deveria ser interpretado de maneira estrita.

No que tange a Propriedade Industrial, esta está inserida na área do Direito Empresarial e é um gênero da Propriedade Intelectual, disposto na Lei 9.279 de 1996 (Brasil, 1996).

Segundo Liliana Paesani (2015, p. 35):

A Propriedade Industrial é o ramo da propriedade intelectual que trata das criações intelectuais voltadas para as atividades de indústria, comércio e prestação de serviços. O conceito de indústria é amplo e inclui toda a atividade humana geradora de bens e serviços

Semelhante, Gustavo Diniz aborda que (2019, p. 37):

O direito de propriedade industrial tem fundamento na proteção da criação original, tanto para inventos, como para o sinal distintivo da marca. Entretanto, o invento deve ser de origem técnica ou industrial, agregando-lhe o conceito de utilidade. Em outros termos, o direito de propriedade industrial é o conjunto de regras relativas aos inventos de origem técnica(a) e marcas(b), com base em novidade(c), atividade inventiva(d) e aplicação em utilidade industrial(e) (art. 8º da Lei nº 9.279/96 – LPI).

Os bens tutelados pela Propriedade Industrial englobam os modelos de utilidade, o desenho industrial, as marcas e as invenções.

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial, autarquia federal brasileira criada em 1970, é responsável por proteger os bens da Propriedade Industrial no Brasil. Ele busca incentivar novas criações, garantindo o direito de aproveitar economicamente os resultados e obter reconhecimento intelectual pelas obras criadas (Bagnato, 2016).

Ademais, além do INPI, é visível encontrar a Propriedade Industrial na Constituição Federal, no artigo 5, XXIX:

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 (Brasil, 1988).

Ao contrário do direito autoral, que é protegido desde a criação da obra, independentemente de registro, a propriedade industrial requer a patente ou registro como condição primordial para sua existência. Portanto, uma criação só passa a ser protegida pelo direito industrial ao ser patenteada ou registrada.

As invenções são amparadas pela proteção da Propriedade Industrial, por meio do instituto jurídico da patente, conforme estabelecido tanto na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (Brasil, 1988) quanto na Lei nº 9.279/96 (Brasil, 1996). Para ser considerada uma invenção, a solução a ser protegida deve atender a três requisitos fundamentais: novidade, atividade inventiva e aplicação industrial (Silveira, 2014, p. 80)

Conforme a definição de Barbosa (2003, p. 14), esses requisitos técnicos são explicados da seguinte maneira:

- a. Novidade - que a tecnologia ainda não tenha sido tornada acessível ao público, de forma a que o técnico, dela tendo conhecimento, pudesse reproduzi-la.
- b. Atividade Inventiva - que a inovação não decorra obviamente do estado da arte, ou seja, que o técnico não pudesse produzi-la simplesmente com o uso dos conhecimentos já acessíveis.
- c. Utilidade Industrial - que a tecnologia seja capaz de emprego, modificando diretamente a natureza, numa atividade econômica qualquer.

Ademais, a propriedade intelectual engloba a esfera jurídica que legalmente abarca inventores ou aqueles responsáveis pela criação de ativos intangíveis e materiais intelectuais. Por outro lado, os direitos autorais correspondem ao conjunto de direitos decorrentes da autoria de obras intelectuais.

Ao contrário da contrafação, que copia a obra de forma integral, o plágio acontece de maneira mais discreta, concentrando-se na reprodução do elemento que confere singularidade à obra. Portanto, plagiar uma criação de moda implica em eliminar o esforço criativo dos elementos que caracterizam o trabalho do estilista.

De acordo com Hermano Duval (1968, p. 101):

o problema agora é distinguir o plágio da obra nova, isto é, saber até que limite é possível utilizar a obra alheia sem incorrer em plágio; porque, se a utilização for lícita, isto é, ficar aquém deste limite, não haverá plágio, mas obra nova independente e plenamente protegível.

Para determinar se ocorreu plágio, é essencial analisar caso a caso, uma vez que a Lei 9.610/98 (Brasil, 1998) protege obras concretas, não ideias. É crucial distinguir entre uma obra inspirada e um plágio.

Lívia Barboza Maia esclarece que as inspirações, também conhecidas como "produtos inspired" na indústria da moda, têm como objetivo principal oferecer uma releitura de objetos icônicos, sem a intenção de confundir os consumidores como se fossem o produto original. Por outro lado, as réplicas visam tornar esses objetos mais acessíveis ao serem reproduzidos com materiais mais econômicos. Já as cópias, por sua vez, têm a intenção de enganar o público, sendo comercializadas como se fossem os produtos autênticos. No entanto, Maia alerta que em produtos de luxo, as cópias geralmente apresentam uma qualidade significativamente inferior, o que facilita a distinção entre o original e a versão "pirata" (Maia, 2016, p. 8).

O registro de patente busca conceder ao inventor exclusividade temporária para explorar sua invenção, sendo uma recompensa pelo investimento e tempo dedicados ao desenvolvimento da nova tecnologia. Por sua vez, o Estado utiliza as patentes como estímulo para impulsionar a economia, incentivando a utilização das inovações na indústria nacional (Labrunie; Jabur; Santos, 2007, p. 102).

No âmbito do Direito da Moda, a obtenção de um registro de patente de invenção ou modelo de utilidade, representa uma exceção à norma geral. Essa particularidade pode ser atribuída a diversos fatores, sendo o primeiro deles a disposição contida no artigo 10, inciso IV, da Lei de Propriedade Industrial (Brasil, 1996):

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;

Dado que os produtos finais da indústria da moda, como roupas, calçados e acessórios, são essencialmente criações estéticas e, em alguns casos, até mesmo considerados como obras artísticas, torna-se evidente a limitação neste contexto. Conforme a legislação nacional, tais criações não podem ser categorizadas como invenções ou modelos de utilidade, o que impossibilita seu registro por meio do instituto de patentes. Para um produto ser considerado uma invenção, é crucial que seja absolutamente inédito, ou seja, que não exista outro produto no mundo com as mesmas características. No contexto da moda, os produtos finais da indústria, como roupas, sapatos e bolsas, raramente atendem a esse critério, pois são itens comuns que, no máximo, podem apresentar formas originais e distintivas, mas raramente são totalmente novos (Oliveira, 2017, p. 20).

Assim, é visível que a Constituição Federal Brasileira não permite que nenhuma das duas formas de patentes – invenção e modelo de utilidade – seja aplicada ao direito da moda, uma vez que as criações estéticas não se enquadram nas definições de invenção ou modelo de utilidade. Isso levou à criação da Instrução Normativa nº 30/2013, que estabelece a necessidade de um relatório descritivo para revisão de pedidos de patente. Essa normativa proporcionou uma proteção provisória no âmbito judicial e administrativo pelo INPI às criações da moda.

Medeiros (2015, p. 1) distingue a inovação do modelo de utilidade por meio de um exemplo prático, expondo também a forma adequada de proteção em ambos os casos:

Para um breve modelo de como seria a aplicação dos institutos mencionados, as golas e recortes aplicados em um vestido que ofereçam um novo design à peça, tornando-a distinta dos demais vestidos, podem ser protegidas pelo registro de desenho industrial; mas se a criação for de um novo zíper que, ao fechar, se torne invisível aos olhos dos observadores, por exemplo, essa é uma melhoria à peça que poderá ser tutelada pela patente de modelo de utilidade, apesar de não ser este um design de moda propriamente dito.

A partir desse ponto, o design de moda se depara com barreiras para sua proteção através da Lei de Propriedade Industrial. Isso se deve ao fato de que o artigo 10, inciso IV, da Lei nº 9.279 de 1996 (Brasil, 1996) estipula que criações estéticas não se enquadram como invenção ou modelo de utilidade, sendo esta última a categoria que mais se aproxima dos designs de moda entre as mencionadas pelos incisos desse artigo.

Ademais, é fundamental destacar a diferença essencial entre o direito autoral e as patentes. Enquanto nas patentes se protegem inovações que demonstram atividade inventiva e aplicação industrial, excluindo expressamente as criações estéticas, no caso do direito autoral, pelo contrário, a estética é um elemento fundamental da obra a ser protegida, como Bittar (2015, p. 44) destaca:

De outro lado, considerados à luz do Direito de Autor, os conceitos de “obra literária, artística e científica” abarcam certas criações que, a rigor, não realizam objetivos estritamente identificáveis com essas noções (como as obras didáticas, as de fins recreativos e outras), especialmente as obras de caráter publicitário.

.....  
Assim, as obras que por si realizam finalidades estéticas é que se incluem no âmbito do Direito de Autor. Delas separam-se, desde logo, as de cunho utilitário (produtos para aplicação industrial ou comercial: modelos, desenhos, inventos). A dimensão estética das criações do espírito é alvo da tutela especial do direito de autor, considerando a importância de proteção da originalidade do processo criativo, da contribuição personalíssima inserida por meio dos atos de cultura que são fruto das atividades culturais, literárias e científicas, o que justifica o destaque de tratamento conferido às obras utilitárias.

Gilberto Mariot (2016) destaca mais um desafio enfrentado pelos designers de moda: a burocracia e a morosidade das agências de registro, cartórios e autarquias estatais. Ele ressalta que, no contexto brasileiro, a obtenção da aprovação de uma marca pode demandar até quatro anos, enquanto o deferimento de uma patente pode levar até oito anos, um período durante o qual o produto já se torna obsoleto. Nessa linha, Santos (2008) salienta que uma significativa parcela dos litígios levados ao judiciário não é resolvida de maneira rápida. É amplamente reconhecido que uma considerável parte dos litígios levados ao judiciário demanda rapidez na tramitação e uma análise mais detalhada, muitas vezes, inacessíveis. Em decorrência disso, observou-se que, ao não proporcionar a muitas controvérsias o tratamento necessário, o acesso à justiça restringe-se à sua aceção formal, aspecto que criticamos veementemente.

Em conclusão, o capítulo dedicado à propriedade intelectual e direitos autorais na indústria de moda demonstra a complexidade desse campo e sua importância crescente, visto que, ao analisar ambas as leis, nota-se que em nenhuma delas o design de moda é citado expressamente.

Entretanto, conforme será analisado no capítulo a seguir, em determinadas circunstâncias, tanto o direito autoral quanto o direito à propriedade industrial são amparados, mesmo na ausência do registro estipulado pela Lei nº 9.279/1996 (Brasil, 1996), em favor da preservação da propriedade industrial.

#### 4 A PROTEÇÃO JURÍDICA ÀS CRIAÇÕES DE MODA NO BRASIL

Os conflitos que envolvem estilistas de moda e empresas do setor *fashion* vêm se tornando cada vez mais comuns nos tribunais. Na maioria dos casos, esses litígios se manifestam na forma de ações indenizatórias, com o objetivo de reprimir violações e, conseqüentemente, garantir o reconhecimento da exclusividade dos produtos pelos seus criadores, bem como a valorização do trabalho realizado pelos designers.

O mundo da moda, onde a criatividade e a originalidade são altamente valorizadas, encontra desafios únicos em relação à proteção legal. A ausência de regulamentação específica no Brasil e a dificuldade de enquadrar as criações de moda nas leis tradicionais de propriedade intelectual ressaltam a necessidade de um debate mais profundo e de uma maior adequação das leis para garantir a justa proteção dos designers e de suas obras. À medida que a indústria da moda continua a se expandir e se transformar, é imperativo que a legislação evolua para acompanhar essa dinâmica, assegurando um ambiente legal justo e estimulante para a criatividade e inovação no setor da moda.

Ao analisar as leis aplicáveis no Brasil em relação aos direitos autorais, propriedade industrial e propriedade intelectual, é essencial observar como os tribunais brasileiros têm lidado com litígios provenientes da indústria da moda, especialmente nos casos de plágio.

Segundo Álvaro Loureiro Oliveira, advogado especialista em proteção da propriedade intelectual e combate à pirataria, em matéria para o *Jornal do Comércio*, afirma em outras palavras, que os estilistas devem se firmar no *trade-dress* - características da aparência visual de um produto - em razão da burocracia para realizar o registro do produto.

A melhor saída para os grandes estilistas é mesmo apostar em um estilo único, algo que identifique a marca e que faça com que ela seja desejada. As ações para combater as cópias são demoradas e não trazem compensação financeira. Recomendo patentear em caso de inovação tecnológica (Oliveira, 2007 *apud* Plácido, 2015).

Em relação aos casos concretos em que vivenciamos atualmente acerca do Fashion Law no Brasil, cabe dar destaque ao caso envolvendo as marcas Hermès e Village 284. O processo a ser examinado foi julgado na apelação nº 0187707-59.2010.8.26.0100, envolvendo a apelante Village 284 Participações e Comércio de Vestuário Ltda e os apelados Hermes International e Hermes Sellier, na 9ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo, que emitiu uma decisão com a seguinte ementa:

DIREITOS AUTORAIS. Bolsas Hermès. Ação declaratória. Reconvenção. Pedido para que a autora se abstenha de produzir, importar, exportar, comercializar produtos que violem direitos autorais da Hermès sobre as bolsas Birkin ou qualquer outro produto de titularidade da Hermès. Preliminares de cerceamento de defesa. Sentença extra petita. Ausência de nomeação à autoria e ilegitimidade passiva. Preliminares afastadas.

DIREITOS AUTORAIS. Bolsas Hermès. Ação declaratória e Reconvenção. Reconvenção procedente Bolsas Hermès constituem obras de arte protegidas pela lei de direitos autorais. Obras que não entraram em domínio público. Proteção garantida pela lei 9.610/98. A proteção dos direitos de autor

independe de registro. Autora/reconvinda que produziu bolsas muito semelhantes às bolsas fabricadas pelas rés/reconvintes. Imitação servil. Concorrência desleal configurada. Aproveitamento parasitário evidenciado. Compatibilidade da infração concorrencial com violação de direito autoral reconhecida. Dever de a autora/reconvinda se abster de produzir, comercializar, importar, manter em depósito produtos que violem os direitos autorais da Hermès sobre a bolsa Birkin ou qualquer outro produto de titularidade das rés/reconvintes. Indenização por danos materiais e morais. Condenação mantida. Recurso desprovido (São Paulo, 2016).

Resumidamente, a empresa brasileira fabricou e colocou no mercado a bolsa Village 284, apresentando um design idêntico ao da bolsa Birkin da Hermès, uma marca francesa de luxo mundialmente conhecida. Essa bolsa foi introduzida como parte da coleção intitulada "I'm not the original", traduzida como "eu não sou o original", fazendo uma alusão direta ao ato de plágio. A ação teve origem no fato de a demandante ter lançado uma nova linha de produtos denominada "I'm not the original<sup>18</sup>", as quais eram comercializadas por aproximadamente R\$ 400,00, incluindo réplicas das bolsas Birkin e Kelly, cujo valor original era em torno de R\$ 30.000,00.

Como resultado disso, a Hermès enviou uma notificação extrajudicial à rede de Fast Fashion, buscando interromper a produção e venda das réplicas de seus produtos. Após receber a notificação, a autora iniciou a mencionada ação judicial com o propósito de obter a declaração de inexistência de violação de Direitos Autorais.

O veredicto desse caso sublinha que "a reivindicação das apeladas se baseia no direito autoral, cujo enquadramento legal, é importante ressaltar, não demanda o registro da obra para assegurar proteção, conforme explicitado no art. 18 da Lei 9.610/98". Adicionalmente, salienta a possibilidade de uma dupla proteção, tanto pela Lei de Direito Autoral quanto pela Lei de Propriedade Industrial, para obras ou criações que possuam simultaneamente aspectos estéticos e utilitários. Nessa perspectiva, Bittar (2019, p. 20) esclarece:

Conjugando-se esses elementos, desde a criação, é a obra integrada ao processo econômico, possibilitando a consecução de melhores efeitos na comercialização, cada vez mais dominada pela sofisticação dos mercados. De outro lado, inseparáveis esses caracteres opera-se a proteção da obra nos dois campos citados, reunidos os requisitos legais.

Em sua decisão, expressa o relator Costa Netto (São Paulo, 2016, p. 16) que:

Nesse contexto, os artigos e acessórios de moda, uma vez originais em sua forma de expressão, são considerados criações artísticas, no mundo industrial e globalizado.

Na hipótese sub judice, as características singulares impressas nas bolsas Hermès as tornaram mundialmente conhecidas como sinônimo de elegância e de beleza. O diferencial criativo de sua forma de expressão encontra-se, fundamentalmente, na comunhão de traçados e cores que conferem às bolsas (obra final) características ímpares, que as transformaram em objeto de desejo no mercado da moda.

Esse status, mundialmente alcançado pelas criações das bolsas Hermès, merecem notório reconhecimento e proteção legal.

Portanto, a decisão judicial em São Paulo reconheceu a criação de moda como uma obra de natureza artística, destacando o processo criativo para alcançar o

resultado final, que transcende a utilidade simples como acessório. A proteção autoral foi confirmada para a bolsa, considerando a criação artística do designer durante o exercício de suas funções. A imitação realizada pela Village 284 foi identificada como uma tentativa de apropriação de um design considerado uma verdadeira obra de arte, uma vez que a bolsa Birkin não se limitava apenas à função utilitária, mas também possuía um caráter artístico distintivo. Inconformada com a decisão, a grife brasileira recorreu na forma de apelação, mas o acórdão proferido pelo Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo manteve a sentença de primeiro grau.

Dessa forma, pode-se afirmar que a sentença destaca a predominância do aspecto estético das bolsas da Hermès em comparação com as considerações funcionais que uma bolsa possa ter. Isso viabiliza a proteção por meio do instituto dos Direitos Autorais.

No âmbito do direito autoral, essa possibilidade se concretiza porque o tribunal no referido caso adotou a tese que sustenta que o rol descrito no artigo 7º da Lei 9.610/98 (Brasil, 1998), que enumera o que é suscetível de proteção pela legislação, é exemplificativo, permitindo, portanto, a inclusão de criações de moda. Além disso, foi evidenciada a dispensabilidade do registro, uma vez que o direito de desfrutar, tanto moral quanto economicamente da obra, decorre diretamente de sua própria criação e não da formalização do registro.

Adicionalmente, no que tange à propriedade industrial, o registro aparece como uma condição para a proteção, e para isso, alguns requisitos são indispensáveis, como por exemplo, a necessidade de ser algo inovador, nunca antes visto. Outrossim, outro obstáculo para a proteção do design de moda é o previsto no art. 10, inciso IV, da Lei nº 9.279/1996 (Brasil, 1996), que expõe que não se considera invenção e nem modelo de utilidade as criações estéticas. É possível que fique a cargo do julgador decidir se os designs de moda se enquadram nesta categoria e, conseqüentemente, se são passíveis de proteção ou não, causando certa insegurança jurídica.

Desse modo, percebe-se que os designs de moda não estão inteiramente desprotegidos pela legislação brasileira e pelas decisões judiciais. No entanto, a falta de clareza e especificidade nas normativas resulta em uma incerteza jurídica, uma vez que a interpretação dos artigos é deixada à discricão do julgador.

Conforme elucida Julia Kind de Arruda (2019, p. 46):

O designer de moda, como outros artistas, coloca um pouco de si em suas criações. Mesmo que a moda seja altamente influenciada pelas artes, o caráter "artístico" resultante, apesar de importante para a caracterização de uma criação de moda como algo mais do que utilitária, não significa tudo para um designer: o processo criativo envolve fases que demandam tempo e esforço, que, ao final, resultam em uma obra própria, original e individual.

Ainda, cabe trazer em caráter exemplificativo a jurisprudência do Tribunal de Justiça de Minas Gerais (Minas Gerais, 2021):

EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL. PROCESSUAL CIVIL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. VIOLAÇÃO DE DIREITOS AUTORAIS. "FASHION LAW" (DIREITO DA MODA). ALEGAÇÃO DE PLÁGIO EM CRIAÇÕES VESTUÁRIAS. PROTEÇÃO. NECESSIDADE. LEI Nº 9.610/98. REQUISITOS DE ORIGINALIDADE E INOVAÇÃO. ÔNUS DA PROVA. SISTEMA DO LIVRE CONVENCIMENTO MOTIVADO. DANOS MORAIS. DESNECESSIDADE DE COMPROVAÇÃO DO PREJUÍZO. DANO IN RE IPSA. SENTENÇA MANTIDA. I. A proteção dos direitos de autor, positivada

por meio da Lei nº 9.610/98 (LDA), está estritamente ligada ao caráter subjetivo e personalíssimo das criações do espírito, materializados pelas noções de inovação/criatividade e originalidade, conforme cláusula geral protetiva, referente a obras intelectuais que sejam "criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte".

II. Nesse norte, hialina é a vedação da Lei nº 9.610/98 de reprodução de obra sem anuência ou transferência expressa dos direitos pelo titular da mesma (artigos 28 e 29), sob pena de configurar plágio, implicando em consequências civis e criminais.

III. As criações, ou seja, a propriedade intelectual do mundo da moda, certamente estão protegidas pelos direitos do autor, na medida em que as criações refletem a arte de seus profissionais criadores, bem como que a proteção torna-se imprescindível visto que a exclusividade, na maioria das vezes, é de caráter concorrencial.

IV. O plágio, em que pese a ausência de definição legal, vem sendo entendido pela doutrina e jurisprudência, como "o ato de apresentar como de sua autoria uma obra elaborada por outra pessoa", sendo "considerada como indevida a reprodução de obra que seja substancialmente semelhante a outra preexistente" (REsp 1645574/SP, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, 3ª Turma, julgado em 14/02/2017, DJe 16/02/2017).

V. O ônus da prova incumbe ao autor, quanto ao fato constitutivo do seu direito, conforme o disposto no art. 373, I, do Código de Processo Civil. Neste sentido, tendo o requerente em sede de ação indenizatória desincumbido do seu ônus probatório, notadamente em virtude de documentos comprobatórios, a procedência do pedido inicial é medida que se impõe.

VI. O Código de Processo Civil de 2015 ratificando o entendimento do pretérito CPC de 1973 adotou referido sistema, da livre convicção, mas de maneira mais atualizada compreensão sobre a atividade jurisdicional, referendou um novo sistema da persuasão racional em que o convencimento do juiz precisa ser motivado.

VII. Em atenção à jurisprudência do Excelso Superior Tribunal de Justiça, a simples violação do direito de propriedade autoral implica o dever de ressarcir o dano, ou seja, prescinde de comprovação, pois se consubstancia na própria violação do direito.

VIII. Tendo o autor se desincumbido do ônus da prova do fato constitutivo de seu direito ao, na forma do art. 373, I, do CPC/15, e a parte requerida não se desincumbido do ônus que lhe cabia, a procedência do pedido é medida que se impõe.

Nessa caso, em síntese, o relator afirmou que as criações, ou seja, a propriedade intelectual do mundo da moda, certamente estão protegidas pelos direitos do autor, na medida em que as criações refletem a arte de seus profissionais criadores, bem como que a proteção torna-se imprescindível visto que a exclusividade, na maioria das vezes, é de caráter concorrência. Ademais, em sua decisão, Luiz Artur Hilário, relator do processo em epígrafe, ressaltou que a violação do direito de propriedade autoral implica o dever de ressarcir o dano causado ao autor da obra.

Ademais, cabe mencionar no presente trabalho um dos casos mais emblemáticos e conhecidos no mundo *fashion* que envolveu o judiciário para a análise de possível plágio, envolvendo duas das marcas de luxo mais famosas atualmente: Christian Loubotin e Yves Saint Laurent. Tal caso não é brasileiro, mas, por ter tido uma enorme repercussão no mundo da moda, é interessante o analisar.

Christian Louboutin, um designer francês de calçados, optou por estabelecer seu próprio empreendimento em Paris em 1992, após vários anos trabalhando como freelancer. Desde então, ele tem produzido sapatos caracterizados por solas

laqueadas em um distintivo tom de vermelho, que se tornou sua assinatura. De acordo com informações do "The New Yorker", Christian Louboutin registra uma venda anual de mais de quinhentos mil pares de sapatos, cujos preços variam de trezentos e noventa e cinco dólares a seis mil dólares (Collins, 2011).

Em 2011, a renomada marca de alta costura Yves Saint Laurent lançou uma linha de sapatos chamada "Cruise", apresentando todos os modelos de forma monocromática, incluindo alguns na cor vermelha. Diante disso, Louboutin iniciou uma ação judicial nos Estados Unidos, alegando violação de marca, falsa designação de origem e concorrência desleal. Em resposta, Saint Laurent argumentou que o registro da sola vermelha não era válido, pois possuía caráter funcional e não era suficientemente distintivo (Oliveira, 2018, p. 22).

Em primeira instância, o registro da marca de solados vermelhos de Louboutin foi considerado inválido, alegando-se que uma cor não pode ser registrada como marca. Louboutin recorreu, contando com o apoio da Tiffany & Co., detentora de uma marca monocromática em azul. A decisão parcialmente favorável reconheceu o "secondary meaning" dos solados vermelhos, validando o registro, mas restringindo sua aplicação a sapatos com conjunto contrastante. Saint Laurent manteve o direito de comercializar sua linha monocromática. De acordo com Valquiria Saboia (2020, p. 122) "o secondary meaning é verificado quando uma empresa faz uso daquilo que é conhecido como sinal fraco para identificar um determinado produto ou serviço".

Ademais, não há na legislação brasileira qualquer previsão sobre o secondary meaning. Mas, por outro lado, não há nada que impeça os juízes de utilizar o argumento como base em suas decisões (Saboia, 2020, p. 123).

O solado vermelho de Louboutin pode ser interpretado como um elemento ornamental inovador e único, suscetível de proteção por meio de desenho industrial. Além disso, pode ser considerado a expressão artística do talento criativo de seu designer, tornando-se passível de proteção por direito autoral. Adicionalmente, o solado pode representar, em sua forma, uma concepção distintiva associada a uma origem comercial única, vinculando-se à marca tridimensional.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante da abordagem apresentada, torna-se evidente a importância de compreender o papel significativo da moda no contexto social, sendo uma realidade intrínseca que não apenas reflete, mas também molda a sociedade. Ao reconhecer a moda como um fenômeno de ampla abrangência, surge a imperatividade de debater esse tema no âmbito jurídico. Assim como outras formas de expressão artística, a moda demanda um espaço legítimo em um ordenamento jurídico apto a protegê-la de maneira efetiva, sobretudo em relação aos aspectos que envolvem a propriedade intelectual.

Apesar de existirem instrumentos jurídicos que, em certa medida, podem conferir proteção às criações de moda, é notável que essa proteção ainda se mostra limitada. Nesse contexto, é imperioso reavaliar e aprimorar os mecanismos existentes, considerando a dinâmica única da indústria da moda, a fim de proporcionar uma proteção mais eficiente e condizente com as características particulares desse universo criativo e inovador.

Considerando esse contexto, a principal questão abordada neste estudo foi a respeito da salvaguarda jurídica das criações de moda, dada a carência de disposições legais explícitas que permitam a proteção dos designs. Mesmo diante da lacuna na legislação em relação à proteção direta das criações de moda, a jurisprudência tem aplicado a proteção autoral em situações em que fica claramente evidenciado o caráter artístico e singular da criação na moda. A reprodução não autorizada, desconsiderando a devida autoria, é considerada uma afronta ao processo criativo do designer.

A inexistência de legislação específica no Brasil acerca do Fashion Law faz com que as criações de moda não tenham a proteção jurídica necessária ao desenvolvimento da indústria da moda nacional, o que afeta os possíveis proveitos econômicos que essa proteção proporcionaria ao Brasil e, conseqüentemente, à economia mundial.

Entretanto, a ausência de legislação específica não liquida a possibilidade jurídica de proteção das criações de moda pelo direito de autor. Ainda que essa possibilidade esbarre na necessidade de um conceito de moda, o qual não se faz consensual, o processo de criação de uma criação de moda (produto/obra) demonstra que se trata de uma criação do espírito, enquadrando-se na proteção do caput do art. 7º da Lei 9.610/1998 (Brasil, 1998), bem como em seus incisos a depender da definição aplicada.

Frente a essa análise, torna-se claro que a moda representa, efetivamente, um componente de suma importância tanto no cenário social quanto artístico. Além disso, os designs de moda não apenas refletem fortes influências das artes, mas também constituem criações que resultam do árduo trabalho de profissionais dedicados.

Estes profissionais, ao buscarem a singularidade, esforçam-se para conferir originalidade e individualidade às suas obras, com o objetivo de incorporar características que permitam ao designer de moda destacar-se de maneira proeminente no competitivo mercado da moda. Essa abordagem revela a complexidade e a profundidade intrínseca à criação na moda, envolvendo não apenas influências estéticas, mas também a expressão única da visão e habilidade do designer.

Sob a influência das tendências, o ato de consumir se torna um catalisador para a disseminação de práticas plagiadoras. Afinal, é mais conveniente apropriar-se de resultados já consolidados e aceitos pelo mercado, buscando garantir o êxito nas vendas de itens de vestuário, do que empenhar esforços na contratação de uma equipe especializada dedicada à criação de designs originais. Isso se torna evidente em situações como a reprodução da icônica bolsa Birkin pela marca Village 284, caso que fora devidamente tratado e examinado no presente trabalho. Tal caso jurídico ilustra um modelo que fora lançado no mercado como legítimo produto das respectivas marcas, quando, na verdade, era cópia que desconsiderou a verdadeira autoria por trás de sua concepção.

A concessão do status de criação protegida por direitos autorais no contexto da moda tem como propósito assegurar ao designer a utilização exclusiva de sua obra. Importante salientar que esse reconhecimento não representa uma limitação prejudicial à sociedade, uma vez que a proteção abrange a obra em sua totalidade, já manifestada e tangível, e não confere um monopólio sobre ideias ou conceitos específicos ao designer. Pelo contrário, essa exclusividade pode fomentar a inventividade de outros designers de moda, proporcionando-lhes a oportunidade de

conceber peças distintas dentro de um mesmo tema, enriquecendo, assim, as opções disponíveis para o consumidor.

Em conclusão, é imperativo reconhecer que a moda constitui uma autêntica expressão artística e cultural, merecendo ser tratada como tal, visto que reflete aspectos regionais da sociedade à qual pertence. O processo criativo, intrínseco ao designer ou criador de moda, demanda esforço, trabalho e estudo na área, equiparando-se ao profissionalismo de qualquer outro praticante de sua arte, e merece ser devidamente reconhecido como tal.

#### REFERÊNCIAS

ABIT, Associação Brasileira da Indústria Têxtil e Confecção. Fashion Law: Entenda como funciona o direito da moda. São Paulo: ABIT, 05 de ago. 2019. Disponível em: <https://www.abit.org.br/noticias/fashion-law-entenda-como-funciona-o-direito-da-moda>. Acesso em: 01 out. 2023.

ABIT, Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção. Perfil do setor. São Paulo: ABIT, jan. 2023. Disponível em <http://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>. Acesso em: 07 nov. de 2023.

ABREU, Lígia. COUTINHO, Francisco. **Direito da Moda**. Vol. I. Lisboa: ASPRINT, 2019.

AFONSO, Otávio. **Direito Autoral: Conceitos Essenciais**. Barueri: Manole, 2009.

ARRUDA, Julia Kind. **Proteção Jurídica Das Criações De Moda Sob A Perspectiva Dos Direitos Autorais**. 2019.

ASCENSÃO, José de Oliveira. **Direito autoral**. Rio de Janeiro: Renovar, 1997.

BAGNATO, Vanderlei et al. **Guia Prático I: Introdução à Propriedade Intelectual**. São Paulo: AUSPIN, 2016. Disponível em: [www.inovacao.usp.br/wpcontent/uploads/sites/300/2017/10/CARTILHA\\_PI\\_bom.pdf](http://www.inovacao.usp.br/wpcontent/uploads/sites/300/2017/10/CARTILHA_PI_bom.pdf). Acesso em: 01 nov. 2023.

BARBOSA, Denis Borges. Da novidade nos desenhos industriais. **PIDCC**, Aracaju, ano 2, n. 3, p. 41-81, jun. 2013. Disponível em: [http://www.pidcc.com.br/artigos/032013/edicao\\_0302.pdf](http://www.pidcc.com.br/artigos/032013/edicao_0302.pdf). Acesso em: 1 nov. 2023.

BARBOSA, Denis Borges. Uma Introdução à Propriedade Intelectual, Editora Lumen Juris, 2ª edição, 2010.

BARBOSA, Denis Borges. **Uma Introdução à Propriedade Intelectual**. 2. ed. Revisada e Ampliada. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.

BARROS, Carla Eugenia Caldas. Manual de Direito da Propriedade Intelectual. 1ª Ed. Aracaju: Evocati, 2007, p. 50.

BITTAR, Carlos Alberto. **Direito de Autor**. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2015.

BITTAR, Carlos Alberto. **Direito do Autor**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.

BLASI, Gabriel Di et al. **A propriedade industrial**. Rio de Janeiro: Forense, 1998.

BRASIL ECONÔMICO. Indústria mundial da moda estima crescer 3,5% este ano. **Ig Economia**, [s. l.], 2 fev. 2017. Disponível em: <https://economia.ig.com.br/2017-02-02/mercado-da-moda.html>. Acesso em: 2 out. 2023.

BRASIL, **Lei 9.279 de 14 de maio de 1996**, que regula direitos e obrigações relativos à Propriedade Industrial. Lei da Propriedade Industrial. Brasília, DF: Presidência da República, 1998. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9279.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm). Acesso em: 20 nov. 2023.

BRASIL, **Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre Direitos Autorais e dá outras providências. Lei dos Direitos Autorais. Brasília, DF: Presidência da República, 1998. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9610.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm). Acesso em: 20 set. 2023.

BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 20 set. 2023.

BRASIL. Apelação Cível nº 0187707-59.2010.8.26.0100. Proteção garantida pela lei 9.610/98. A proteção dos direitos de autor independe de registro. [...]. Apelante: Village 284 Participações e Comércio de Vestuário Ltda. Apelados: Hermes International e Hermes Sellier. Relator: José Carlos Costa Netto, 17 de agosto de 2016. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/arquivos/2016/8/art20160819-08.pdf>. Acesso em: 09 nov. de 2023.

BRASIL. Apelação Cível nº 0043493-81.2013.8.13.0471. Violação de Direitos Autorais. Alegação de plágio em criações vestuárias. [...]. Apelante: Tamara Fernanda dos Santos Oliveira. Apelada: Wels Industria de Confecções Ltda – ME. Relator: Luiz Artur Hilário, 10 nov. 2021. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-mg/1317422244/inteiro-teor-1317422254>. Acesso em 20 nov. 2023.

CASTILHO, Kathia. **Moda e linguagem**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2009.

CHRISTIAN Louboutin. *In: Biography*. [s. l.]: A&E, 21 ago. 2014. Disponível em: <https://www.biography.com/history-culture/christian-louboutin>. Acesso em: 01 nov. 2023.

COLOMBET, Claude. **Grands principes Du droit d'auteur et des droits voisins dans le monde**: approche de droit compare. 1990, p. 16.

COLLINS, Lauren. **Único companheiro**. 2011. Disponível em: <https://www.newyorker.com/magazine/2011/03/28/sole-mate>. Acesso em: 12 out. 2023.

CRISTINA, Valéria. Precisamos falar sobre o Fashion Law. 2020. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/precisamos-falar-sobre-o-fashion-law/1110487708#:~:text=Conhecido%20no%20Brasil%20como%20Direito,ano%20de%202006%20%5B4%5D>. Acesso em: 02. Out 2023.

DINIZ, Gustavo Saad. **Curso de Direito Comercial**. São Paulo: Atlas, 2019.

DUVAL, Hermano. **Violações dos direitos autorais**. Rio de Janeiro: Borsoi, 1968.

FERNANDES, Ligia Durrer. Fashion Law: a proteção jurídica da moda. **Revista de Direito Empresarial**, São Paulo, v. 7, p. 389-405, jan./fev. 2015. Artigo acessado na base de dados Revista dos Tribunais Online mediante assinatura. Disponível em: <https://revistadostribunais.com.br/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad82d9b000001880ad464c0dfca9378&docguid=la89c5280a91211e4949b010000000000&hitguid=la89c5280a91211e4949b010000000000&spos=1&epos=1&td=3&context=35&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1>. Acesso em 10 set. 2023.

GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. 1. ed. São Paulo: Senac, 2010.

GROUP, Febratex. **Direito da moda**: como fazer uso das patentes de design de moda. Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://fcm.com.br/noticias/direito-da-moda-como-fazer-uso-das-patentes-de-design-de-moda/>. Acesso em: 15 set. 2023.

LABRUNIE, Jacques. **Direito de patentes: Condições legais de obtenção e nulidades**. Barueri: Manole, 2006 Disponível em: [https://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/2272/Direito\\_de\\_Patentes.pdf](https://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/2272/Direito_de_Patentes.pdf). Acesso em: 02 out. 2023.

LASTRES, Helena M. M., ALBAGLI, Sarita. **Informação e Globalização na Era do Conhecimento**. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

LEWICKI, Bruno. A historicidade do direito autoral. In: ADOLFO, Luiz Gonzaga Silva; WACHOWICZ, Marcos (coords.). **Direito de propriedade intelectual – estudos em homenagem ao Pe. Bruno Jorge Hammes**. Curitiba: Jaruá, 2006, p. 292-293.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. Tradução: Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero. **A moda e seu destino nas sociedades modernas**. Trad. de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MACKENZIE, Mairi. **Ismos para entender a moda**. São Paulo: Editora Globo, 2010.  
MAIA, Livia Barboza. A proteção do direito da moda pela propriedade intelectual. Revista da ABPI- nº 14- mar/abr 2016. p. 8. Disponível em <http://dbba.com.br/pub/A907%20Livia%20Barboza%20Maia.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2023.

MARIOT, Gilberto. **Fashion law**: a moda nos tribunais. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

MEDEIROS, Maria Clara de Miranda. **As novas possibilidades jurídicas decorrentes da relação entre Propriedade Intelectual e Direito da Moda**. 2015. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/as-novas-possibilidades-juridicas-decorrentes-da-relacao-entre-propriedade-intelectual-e-direito-da-moda/303302681>. Acesso em: 09 nov. 2023.

MÜLLER SOUTO, Sabine Mara. **Direito da moda no Brasil – Fashion Law**. 2018. Disponível em: <https://iasc.org.br/2018/11/direito-da-moda-no-brasil-fashion-law#:~:text=O%20direito%20da%20moda%20est%C3%A1,as%20realidades%20oriundas%20do%20mercado>. Acesso em: 20 out. 2023.

OLIVEIRA, Cíntia Bell. **Fashion Law e Propriedade Intelectual**: uma análise dos métodos de proteção de ativos oriundos da indústria de moda. 2018. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Direito) - Escola de Direito, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/174630/001061413.pdf?sequence=1>. Acesso em: 01 set. 2023.

OMPI e INPI. **Curso geral de propriedade intelectual à distância**: DL 101P BR. 2018. Apostila. Módulo 2. p.03.

OMPI. **Curso Avançado em Direitos Autorais e Direitos Conexos**. OMPI, 2022.

OSMAN, Bruna Homem de Souza. **Fashion law**: desconstrução do direito da moda o Brasil. 2017. 103 f. Dissertação (Direito Político e Econômico) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo. Disponível em: <https://adelpa-api.mackenzie.br/server/api/core/bitstreams/4656ce4b-4db5-4679-b05a-7ca9d7672689/content>. Acesso em: 12 out. 2023.

PAESANI, Liliana. **Manual da Propriedade Intelectual**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

PEREIRA, Dalmir Rogério. **Alinhaves entre traje de cena e moda: estudos a partir de Gabriel Villela e Ronaldo Fraga**. Dissertação de Mestrado. Departamento de Artes Cênicas CAC ECA USP. São Paulo, 2012.

- PLÁCIDO, Lucila de Castro. Fashion law: a relevância jurídica da moda. **Âmbito Jurídico**, São Paulo, 1 mar. 2015. Disponível em: [http://www.ambitojuridico.com.br/site/?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=15833&revista\\_caderno=27](http://www.ambitojuridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=15833&revista_caderno=27). Acesso em: 19 nov. 2023.
- PONTES NETO, Hildebrando. Aspectos sobre plágio. ADOLFO, Luiz Gonzaga Silva; MORAES, Rodrigo (coord.). **Propriedade Intelectual em Perspectiva**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008. p.131-149.
- SABOIA, Valquiria. **Fashion law**: uma introdução ao fashion law. 1. ed. São Paulo: Giostri Editora, 2020.
- SANTOS, Manoel J. P. Contrafação e Plágio como violações de Direito Autoral, 2014.
- SANTOS, Ricardo Goretti. **Acesso à justiça e mediação: ponderações sobre os obstáculos à efetivação de via alternativa de solução de conflitos**. 2008. 285 f. Dissertação (Mestrado em Direitos e Garantias Fundamentais) - Programa de Pós-Graduação em Direitos e Garantias Fundamentais, Faculdade de Direito de Vitória, Vitória, 2008. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/teste/arqs/cp075887.pdf>. Acesso em: 20 out. 2023.
- SCAFIDI, Susan. Fiat Fashion Law! The Launch of a Label - and a New Branch of Law. In: SILVANIC, M. (Ed.). **Navigating Fashion Law: Leading Lawyers on Exploring the Trends, Cases, and Strategies of Fashion Law**. Coletânea Inside the Minds, Estados Unidos da América: Aspatore Books, 2012. p. 7-18.
- SILVEIRA, Newton. **Propriedade Intelectual**: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial, abuso de patentes. 5. ed. Barueri: Manole, 2014.
- SILVEIRA, Newton. **Propriedade Intelectual**: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial, título de estabelecimento, abuso de patentes. São Paulo: Manole, 2018.
- SKIBINSKI, Francielle Huss. O fashion law no direito brasileiro. Revista da ABPI – Associação Brasileira da Propriedade Intelectual, Rio de Janeiro, v. 148, p. 54-67, maio/junho, 2017. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/o-fashion-law-no-direito-brasileiro/1340516844>. Acesso em: 15 set. 2023.
- SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira de. (Coord.). **Fashion Law**: direito da moda. 1 rev. ampl. Belo Horizonte: Editora D'Plácido, 2019.
- SVENDESEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.