



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
NÚCLEO DE PRÁTICA JURÍDICA
COORDENAÇÃO ADJUNTA DE TRABALHO DE
CONCLUSÃO DE CURSO
MONOGRAFIA JURÍDICA**

A PROPRIEDADE INTELECTUAL NO FASHION LAW
VIOLAÇÕES MULTIDIRECIONAIS NA INDÚSTRIA DA MODA

ORIENTANDA – KAROLINNE BIZZINOTTO DE NAZARETH
ORIENTADOR – PROF. ME. FERNANDO GOMES RODRIGUES

GOIÂNIA-GO
2026

KAROLINNE BIZZINOTTO DE NAZARETH

A PROPRIEDADE INTELECTUAL NO *FASHION LAW*

VIOLAÇÕES MULTIDIRECIONAIS NA INDÚSTRIA DA MODA

Monografia Jurídica apresentada à disciplina
Trabalho de Curso II, da Escola de Direito,
Negócios e Comunicação da Pontifícia
Universidade Católica de Goiás (PUC GOIÁS).
Prof. Orientador – Me. Fernando Gomes
Rodrigues

GOIÂNIA-GO

2026

KAROLINNE BIZZINOTTO DE NAZARETH

A PROPRIEDADE INTELECTUAL NO *FASHION LAW*
VIOLAÇÕES MULTIDIRECIONAIS NA INDÚSTRIA DA MODA

Data da Defesa: 20 de maio de 2026

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Me. Fernando Gomes Rodrigues Nota

Examinador Convidado: Prof. Me. Júlio Anderson Alves Bueno Nota

Não goste de tendências. Não deixe moda te dominar, você decide quem é, o que quer expressar
pela maneira como se veste e pela maneira como vive.
(Gianni Versace)

Agradeço aos meus pais, pelo incentivo constante e pelo apoio incondicional em toda a minha vida,
por me proporcionarem tudo o que tenho hoje e por me ensinarem a ser a mulher que me tornei.
À minha mãe, Kênia, por me apresentar a esse ramo pelo qual sou tão apaixonada, e ao meu pai,
Mauro, por ser um excelente ouvinte.
Ao meu gatinho, Ferrugem, pelas horas em que permaneceu sentado em meu colo enquanto
escrevia este trabalho, e à minha cachorrinha, Laurinha (*in memoriam*), por ter sido minha fiel
companheira até este momento da minha vida.
Ao meu orientador, Professor Fernando, pela paciência e pelos ensinamentos ao longo deste
trabalho.
Finalmente aos meus amigos, em especial às minhas melhores amigas Ísys e Luiza, pelas ajudas e
pelas fases (boas e ruins) compartilhadas na graduação e por me guiarem até o momento em que
estou hoje.

RESUMO

A presente monografia examina a aplicação da propriedade intelectual no âmbito do Fashion Law, com ênfase nas violações multidirecionais que permeiam a indústria da moda brasileira. Adotou-se o método dedutivo, com pesquisa qualitativa de natureza bibliográfica e documental, fundamentada na Lei n.º 9.610/1998, na Lei n.º 9.279/1996 e em acórdãos relevantes do Tribunal de Justiça de São Paulo. Verificou-se que os instrumentos de proteção disponíveis — direito autoral, desenho industrial, marcas e repressão à concorrência desleal — apresentam limitações estruturais diante da natureza híbrida das criações de moda. A análise de casos concretos demonstrou que as violações não se restringem à relação binária entre fast fashion e grandes grifes, configurando um padrão multidirecional que afeta todos os estratos da indústria, com impactos desproporcionais sobre os criadores independentes. Concluiu-se que a tutela jurídica opera de forma seletiva, condicionada à capacidade econômica dos agentes, e que a consolidação do Fashion Law como campo especializado representa um avanço necessário para a adequação do sistema normativo às especificidades do setor.

Palavras-chave: Fashion Law; propriedade intelectual; violações multidirecionais; fast fashion; direito autoral.

ABSTRACT

This monograph examines the application of intellectual property within the scope of Fashion Law, with an emphasis on the multidirectional violations that permeate the Brazilian fashion industry. The deductive method was adopted, with qualitative research of a bibliographic and documentary nature, based on Law No. 9.610/1998, Law No. 9.279/1996, and relevant case law from the São Paulo Court of Justice. It was found that the available protection mechanisms—copyright, industrial design, trademarks, and repression of unfair competition—present structural limitations in light of the hybrid nature of fashion creations. The analysis of concrete cases demonstrated that violations are not limited to a binary relationship between fast fashion and major luxury brands, but rather constitute a multidirectional pattern affecting all levels of the industry, with disproportionate impacts on independent designers. It was concluded that legal protection operates selectively, conditioned by the economic capacity of the agents, and that the consolidation of Fashion Law as a specialized field represents a necessary advancement for adapting the legal system to the specificities of the sector.

Keywords: Fashion Law; intellectual property; multidirectional violations; fast fashion; copyright.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Patente de Modelo de Utilidade- MU8202191-0/ *Lingerie Brazilian Secret* (Molde aperfeiçoado para modelar glúteos)

Figura 1.2- descrição do modelo patenteado

Figura 2- Tecido estampa losangos Gucci

Figura 3 – logotipo da Calvin Klein- marca nominativa

Figura 4 – logotipo da Nike- marca figurativa

Figura 5 – logotipo da Giorgio Armani- marca mista

Figura 6 – registro nº 822174413 da Kipling Apparel Corp- marca tridimensional

Figura 7 - Bolsa Birkin da Hermès

Figura 8 - Bolsa da Village 284

Figura 9 - Bolsa Kelly 25 da Hermès

Figura 10 - Vestido *Jungle Dress* da Versace

Figura 11 - Vestido da *Fashion Nova*

Figura 12 - Variações de blusas com a estampa Barroco da Versace

Figura 13- Vestido da *Fashion Nova*

Figura 14 - Bolsa assinada pelo designer Alexandre Pavão

Figura 15 - Bolsa da Schutz

Figura 16 - Demonstração da Tuesday Bassen de cópia feita pela Zara

Figura 17 - Demonstração da *Crywolf Clothing* de cópia feita pela Zara

Figura 18 - Conjunto de autoria de Maria Bernadete Conte

Figura 19- Brinco da coleção Purangaw de H. Stern

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIT - Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção

CDMD - Comissão de Direito da Moda

LPI - Lei de Propriedade Industrial

INPI - Instituto Nacional de Propriedade Intelectual

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	6
1 EVOLUÇÃO DA MODA E A CONSOLIDAÇÃO DO <i>FASHION LAW</i>.....	7
1.1 CONTEXTO HISTÓRICO DA MODA E TRANSFORMAÇÕES PRODUTIVAS	7
1.2. DIREITO NO CONTEXTO DA MODA.....	10
1.2.1. <i>Fashion Law</i> no Brasil.....	12
2 A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NA INDÚSTRIA DA MODA...14	
2.1 APLICAÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NO SETOR DA MODA.....	15
2.1.1 A tutela das criações de moda pelo direito autoral.....	16
2.1.1.1 A delimitação legal e as lacunas na proteção.....	18
2.1.2 A proteção pela propriedade industrial.....	19
3 CASOS CONCRETOS DE VIOLAÇÃO NA INDÚSTRIA DA MODA.....24	
3.1 <i>FAST FASHION</i> VERSUS MARCAS DE GRIFE.....	25
3.2 <i>FAST FASHION</i> VERSUS PEQUENOS DESIGNERS.....	29
3.3 MARCAS DE GRIFE VERSUS PEQUENOS DESIGNERS.....	32
3.4 A VIOLAÇÃO MULTIDIRECIONAL E A ESTRUTURA HIERÁRQUICA DO MERCADO.....	35
CONCLUSÃO.....	37
REFERÊNCIAS.....	39

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como tema central a análise da propriedade intelectual no âmbito do Fashion Law, concentrando-se nas violações multidirecionais que permeiam a indústria da moda contemporânea. O objetivo geral desta investigação é examinar a eficácia do ordenamento jurídico brasileiro na proteção das criações intelectuais do setor, analisando como os institutos dos Direitos Autorais e da Propriedade Industrial são aplicados para salvaguardar a exclusividade e a identidade das marcas em um mercado globalizado, dinâmico e altamente competitivo.

A relevância deste estudo fundamenta-se no fato de que a moda transcende a mera utilidade funcional, se consolidando como uma forma de expressão artística e um pilar econômico estratégico. No entanto, o problema de pesquisa que motiva este trabalho reside na fragilidade das fronteiras entre a inspiração legítima e a cópia não autorizada. No cenário atual, marcado pelo fenômeno do *fast fashion* e pela aceleração dos ciclos de consumo, observa-se uma crescente dificuldade em obter tutela jurisdicional efetiva para designs que possuem uma natureza híbrida. Diante dessa realidade, é de se questionar em que medida os mecanismos de proteção vigentes no Brasil são capazes de coibir violações que ocorrem de forma multidirecional, afetando desde o pequeno criador autoral até as grandes grifes de luxo, e também quais são os limites do aproveitamento parasitário nesse ecossistema.

Referente aos procedimentos metodológicos, esta pesquisa adota o método de abordagem dedutivo, partindo das normas gerais de propriedade intelectual para a análise de casos específicos do setor da moda. A investigação é de natureza qualitativa, utilizando-se dos procedimentos técnicos de revisão bibliográfica e análise documental. O referencial teórico compreende o exame da lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96), da Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.610/98), além do estudo de doutrina especializada e da análise de acórdãos relevantes, como os que discutem o *trade dress* e a concorrência desleal no Tribunal de Justiça de São Paulo e tribunais superiores.

Este trabalho está estruturado em três seções principais, na primeira seção, trataremos da gênese e da autonomia do *Fashion Law*, situando a moda como objeto de proteção jurídica e discutindo sua evolução histórica. Na segunda seção, analisamos os principais institutos jurídicos de proteção, com ênfase nas

especificidades do registro de marca, do desenho industrial e do direito do autor aplicados ao vestiário. Por fim, a terceira seção dedica-se ao exame das violações multidirecionais e dos conflitos de propriedade intelectual na prática, apresentando reflexões sobre a necessidade de uma interpretação jurídica que acompanhe as transformações tecnológicas e produtivas da indústria da moda.

1 EVOLUÇÃO DA MODA E A CONSOLIDAÇÃO DO *FASHION LAW*

O presente capítulo tem como objetivo contextualizar a evolução histórica da moda e compreender as transformações nos modelos produtivos do setor, com destaque para o surgimento do *fast fashion*, bem como sua relação com a consolidação do *Fashion Law*. Para tanto, se faz necessário uma análise que parte do entendimento da moda enquanto fenômeno social, econômico e cultural, atravessando os principais marcos históricos que influenciaram na sua forma de produção e consumo. A partir dessa construção teórica, busca demonstrar como a intensificação dos ciclos produtivos e a dinâmica contemporânea contribuíram para o agravamento das problemáticas jurídicas relevantes, especialmente no que se refere à autoria, à proteção das criações e à necessidade de uma tutela jurídica mais adequada no âmbito da indústria da moda.

1.1 CONTEXTO HISTÓRICO DA MODA E TRANSFORMAÇÕES PRODUTIVAS

É imprescindível compreender o conceito de Moda sob uma perspectiva social antes de adentrar a análise jurídica do setor. A moda em si vai além do simples conceito estético, ela se constitui como uma reflexo das transformações da sociedade, da cultura e da economia a cada período histórico.

Nesse sentido, a moda pode ser entendida como um conjunto de práticas e costumes predominantes em grupos específicos da sociedade, que se variam conforme o tempo e o contexto cultural que estão inseridos.

Sob essa ótica, ela desempenha uma simbologia relevante, onde os indivíduos expressam sua identidade, personalidade, valores, religião, posicionamento profissional e o pertencimento social. O vestuário vai atuar como um

meio de linguagem não verbal, capaz de transmitir intenções, preferências e características da pessoa que o utiliza, sendo fundamental para a criação de relações sociais e de vivência em grupo. Conforme aponta Mackenzie (2010, p.35), a moda integra a construção e a comunicação das identidades sociais, contribuindo para a delimitação de aspectos como classe, gênero, idade e etnia, além de revelar preferências culturais individuais.

Partindo da afirmação de que a moda constitui-se como forma de expressão de identidade humana, mostra-se impossível dissociar o ser humano do seu meio social, uma vez que a sociedade exerce uma influência direta sobre os seus comportamentos e escolhas. Dessa forma, a moda atua como um elo entre o indivíduo e a situação social, estabelecendo um sentimento de pertencimento e diferenciação.

Nesse contexto, a moda pode ser concebida como fenômeno social que promove interações entre indivíduos, ao destacar traços estéticos em uma sociedade determinada por poder e capital simbólico (Lipovetsky, 1989).

Assim, é evidente que a moda se encontra em constante mudança, adaptando-se às necessidades, valores e realidades de cada época, funcionando como o espelho da sociedade em seu desenvolvimento.

No período que engloba desde a pré-história até a Idade Média, as vestimentas tinham como fim, predominante, a função utilitária, voltadas a proteger o corpo contra os fatores climáticos, como frio, calor, chuvas e também contra a exposição do corpo. De início, a utilização de peles de animais e tecidos rudimentares decorreu da necessidade de sobreviver, desprovido de qualquer valor estético. Estudos antropológicos demonstram o uso de instrumentos como agulhas feitas de osso em períodos ainda mais remotos.

Somente a partir do Renascimento, entre os séculos XV e XVI, foi observada uma mudança significativa na percepção das vestimentas, que passaram a ser valorizadas também pelo seu caráter estético. Na Idade Média, entretanto, o vestuário ainda respeitava padrões de classe social, por exemplo, por meio de normas que restringiam o uso de certas cores e tipos de tecidos somente a classe da nobreza.

Com o desenvolvimento do mercantilismo, teoria econômica que promoveu profundas transformações na organização social europeia, substituiu-se o modelo feudal por um sistema baseado na circulação de mercadorias e no uso da moeda. Com esse novo arranjo econômico teve-se a ascensão social da burguesia, composta sobretudo por comerciantes, refletindo diretamente na forma como as roupas

passaram a ser produzidas, consumidas e valorizadas. A burguesia buscava imitar o estilo dos nobres como forma de se afirmar socialmente, investindo em roupas, joias e acessórios como símbolo de status social, aumentando a demanda por costureiros e artesões especializados.

Nesse cenário, as vestimentas passaram a traduzir o modo dos indivíduos de pensar, agir e posicionar socialmente. Conforme observa Pollini (2007), as roupas e escolhas estéticas passaram a expressar a vida interior das pessoas, sendo a novidade e a mudança elementos cada vez mais valorizados. A aparência e o estilo se tornam o centro para a construção da identidade social, consolidando a moda como instrumento de distinção e pertencimento (Lipovetsky, 1989).

Com o começo a Revolução Industrial, entre os séculos XVIII e XIX, a moda sofre profundas transformações na sua estrutura. A produção que era baseada no trabalho de artesãos, feita totalmente à mão, passou a ser, com o tempo, substituída pela produção mecanizada, impulsionada pelo surgimento das máquinas a vapor. Esse novo sistema de produção permitiu um aumento significativo da produção das mercadorias e a ampliação dos lucros, modificando de forma decisiva os padrões de consumo da sociedade.

Ainda no âmbito da indústria da moda, esse período revolucionário foi marcado, simultaneamente, pela consolidação da Alta-costura em Paris - produção caracterizada por peças feitas sob medida por costureiras e alfaiates – e pela expansão da produção em massa de um vestuário padronizado. Nisso resultou na formação de dois modelos distintos de varejo: as lojas especializadas, voltada para um público específico, e as lojas de departamento, destinadas para atender às massas consumidoras.

A expansão da produção em massa no setor de vestuário transformou profundamente o sistema de consumo, que passou a ser uma cultura marcada pela velocidade, pelo dinamismo e pela descartabilidade. Nesse contexto, as empresas passaram a buscar constantemente pela renovação de seus produtos para acompanhar as aceleradas tendências, o que levou ao desenvolvimento de um novo modelo produtivo: o *Fast fashion*, expressão que surgiu em meados de 1980.

O *Fast fashion*, ou “moda rápida”, caracteriza-se por um sistema de produção contínuo e acelerado, no qual as coleções são renovadas de forma recorrente, permitindo que essas tendências de consumo cheguem mais rápido aos consumidores e com preços mais acessíveis. Esse modelo foi inicialmente adotado

pelas varejistas europeias e, com o tempo, foi difundido no Brasil por grandes redes, em muitas vezes com parceria de estilistas renomados.

Este sistema de produção de moda é diferente do modelo tradicional por não limitar seus lançamentos a ciclos semestrais, operando em fluxos constantes de criação, produção e consumo (Cietta, 2010).

Embora esse modelo tenha contribuído para a democratização do acesso à moda, também intensificou determinadas problemáticas já presentes no setor, especialmente aquelas relacionadas à reprodução de criações e à dificuldade de proteção da autoria. Importa destacar, contudo, que tais questões não se originam exclusivamente do *fast fashion*, mas se inserem em uma lógica estrutural mais ampla da indústria da moda, marcada pela constante circulação de referências e pela valorização da novidade.

Dessa forma, o *fast fashion* deve ser compreendido não como causa isolada dos conflitos jurídicos, mas como um elemento que potencializa dinâmicas já existentes, tornando mais visíveis as limitações dos instrumentos tradicionais de proteção jurídica.

1.2 O DIREITO NO CONTEXTO DA MODA

Os primeiros indícios de iniciativas de proteção jurídica para criações no setor da moda encontram-se na Europa do século XVIII. Registros históricos indicam que um dos primeiros pedidos formais de proteção legal aconteceu na cidade de Lyon, na França, em 1787, por meio de um decreto da coroa francesa que estendeu mecanismos de tutela aos produtores de seda em todo o território nacional. No mesmo período, com a concorrência no setor têxtil se intensificando, o Reino Unido adotou instrumentos normativos que asseguravam proteção a diferentes tipos de fábricas, como a de algodão, *cotton* e linho (Quinelato, 2020).

Os primeiros fundamentos do *Fashion Law* surgem da necessidade de combater práticas recorrentes de cópia e pirataria que passaram a afetar significativamente a indústria da moda:

A indústria da costura francesa respondeu ao aumento das cópias e piratarias de duas formas, uma delas dando a proteção intelectual para os signos e as marcas originais, e a segunda, através do licenciamento desses designs para fabricantes respeitados, nacionais ou estrangeiros. Além disso, os estilistas

franceses podiam se apoiar em duas leis, a de direitos autorais de 1793, emendada em 1902, e a de design industrial de 1806, emendada em 1909. Esse entendimento foi reafirmado pela Corte nas primeiras décadas do século 20, em casos de estilistas conhecidos como Jenine Paquin, Madeline e Gabrielle Coco Chanel (Quinelato, 2020).

Enquanto a França avançava na consolidação de normas voltadas à proteção da moda, os Estados Unidos da América adotaram uma postura mais restritiva quanto à criação de normas específicas para o setor, em razão da forte atuação de grandes redes varejistas no seu mercado. A única iniciativa legislativa mais expressiva voltada à proteção textil foi o denominado *Kahn Act*, promulgado em 1913, segundo Lucas e Bretas (2015):

Enquanto a França desenvolveu uma indústria de moda criativa e intelectual com leis de propriedade e demais proteções bastante avançadas, os Estados Unidos, se tornou um refúgio para projetos piratas que resistiram tenazmente para introduzir leis que protegem a moda. Embora a legislação dos EUA previsse patentes de design a partir de 1842, as normas rigorosas impediam o registro da maioria dos desenhos de moda. Em 1882 com a negação de uma patente para uma empresa de manufatura de seda galvanizado a indústria começou a fazer lobby para a proteção, mas sem êxito... em 1913 para alteração da Lei de Direitos Autorais para seguir o modelo francês e permitir o registro de desenhos de moda ao lado das "belas artes", em seguida, a proteção proporcionou na verdade, a única concessão legislativa ou judicial dos EUA para proteção de têxteis ou vestuário durante as primeiras décadas do século XX, Propriedade Intelectual e Design de Moda 119 1913 foi o Kahn Act, que se destinava a proteger os designers europeus que recusaram a enviar os seus trabalhos para o iminente Panamá-Pacific International. Exposição sem primeiras garantias requeridas contra a pirataria americana.

Conforme ressalta Regina Souza (2019), o debate acerca da necessidade de uma regulamentação mais específica surgiu, de forma mais ampla, nos Estados Unidos, devido à ausência de proteção adequada aos artigos de vestuário, que por serem considerados em grande parte como utilitários, são excluídos tradicionalmente da aba da propriedade intelectual.

Nesse contexto, a relativa ausência de mais regulamentações específicas acerca dos direitos e deveres dos indivíduos que integram o universo da moda, aliada a uma falta de uniformidade de normas e conceitos, contribuiu para o aumento expressivo de litígios envolvendo direitos autorais e de propriedade industrial nas últimas décadas, favorecendo o crescimento de cópias e práticas plagiárias.

Diante dessa necessidade de conferir mais segurança jurídica à designers, marcas e empresas do setor, se consolidou o atual conhecido segmento jurídico, ainda

em crescimento, *Fashion Law* ou Direito da Moda. Segundo a definição apresentada por Scafidi (2012 apud Osman, 2017), o *Fashion Law* abrange o conjunto de questões jurídicas relacionadas ao estilo, contemplando todo o processo de criação até a chegada ao consumidor final de uma peça de vestuário. Ele trata-se de um campo interdisciplinar com bases como a propriedade intelectual, os negócios, as finanças, o comércio internacional, a regulamentação governamental, bem como culturas, como a de consumo, abrangendo também setores relacionados, como a indústria têxtil, as mídias, áreas de beleza e de fragrâncias.

Apesar de relevante e de grande alcance, o Direito da Moda não é um ramo jurídico autônomo, inexistindo uma legislação específica que regulamenta integralmente as demandas da indústria da moda (Lino et al., 2019). Assim, na resolução de conflitos nesse setor é demandada a aplicação de diferentes áreas do Direito, como o civil, empresarial, o tributário e o consumerista.

Nesse cenário é de se destacar, também, a contribuição da citada advogada e professora Susan Scafidi, que impulsionou o desenvolvimento do *Fashion Law* a partir da criação do blog *CounterfeitChic*, que foi destinado a discutir as convergências entre o direito e a indústria da moda. Com essa iniciativa o tema ganhou notoriedade e resultou, posteriormente, na fundação da *Fashion Law Institute*, em parceria com a estilista Diane von Furstenberg e o *Council of Fashion Designers of America*, pioneira na consolidação acadêmica e prática desse ramo do direito.

Assim, a partir da consolidação do *Fashion Law* no âmbito internacional, especialmente nos EUA e na Europa, torna-se imprescindível analisar como esse ramo jurídico se estruturou, em outros contextos, notadamente no Brasil. Considerando as especificidades do mercado nacional, bem como a relevância econômica da indústria têxtil e de confecção, o Direito da Moda passa a ganhar ainda mais espaço no ordenamento jurídico brasileiro, ainda que de forma gradual e não sistematizada.

1.2.1 *Fashion Law* no Brasil

Compreendidos o conceito de moda, a formação da *fast fashion* e o surgimento do *Fashion Law* no âmbito internacional, é possível analisar o processo de consolidação do Direito da Moda no contexto brasileiro. A institucionalização desse

novo campo jurídico no Brasil acompanha, ainda que tardiamente, as transformações históricas da indústria têxtil e do setor vestuário deste país.

No setor vestuário brasileiro, a manufatura passou a se estruturar de duas distintas formas: a produção sob medida e a produção em massa de vestuário industrial padronizado. Durante esse período, o Brasil apresentava uma grande dependência de produtos importados, uma vez que o seu desenvolvimento era insuficiente e precário para atender a própria demanda. A Europa, especialmente a França, dominava o mercado da moda e influenciava nos padrões estéticos adotados no país, não se falando na época de uma moda genuinamente brasileira, mas sim de reprodução de modelos estrangeiros. Somente a partir de 1930, com o advento da segunda fase do Modernismo, também como a “Geração de 30”, onde se aprofundou na busca por uma identidade brasileira, valorizando temas e cenários regionais, conhecida passou-se a observar adaptações dessas referências internacionais à realidade nacional, como por exemplo a atuação de Mena Fiala, importante criadora de vestidos de noiva, que contribuiu para a consolidação de uma identidade própria na moda brasileira (Navalon,2008).

A relevância do *Fashion Law* no Brasil é evidente, sobretudo, pela expressividade econômica do mercado têxtil e de confecção. Esse setor possui um papel fundamental na arrecadação de tributos e na geração de empregos, sendo o segundo maior empregador da indústria de transformação. Atualmente responde por aproximadamente 4,4% do faturamento da produção da indústria brasileira de transformação (ABIT,2024)

Além disso o Brasil ocupa posição de referência no cenário internacional em segmentos específicos da moda, como moda praia, jeanswear e homewear, tendo crescido também nos segmentos de fitness e lingerie. A indústria têxtil brasileira, presente há quase dois séculos, representa cerca de 9,7% do total de trabalhadores alocados na produção industrial e alcançou um faturamento de R\$203,9 bilhões em 2023, sendo também a maior Cadeia Têxtil completa do Ocidente.

Em 2016, Deborah Portilho propôs a criação da Comissão de Direito da Moda (CDMD) no âmbito da OAB- Seccional do Rio de Janeiro (OAB/RJ), da qual permanece à frente até os dias atuais. Segundo a autora, a integração entre moda e direito, aliada ao seu caráter internacional, é essencial para se enfrentar os desafios presentes enfrentados pela indústria da moda. O principal obstáculo, contudo,

consiste na difusão e reconhecimento deste ramo jurídico como uma área autônoma de estudo e atuação jurídica (Portilho, 2019).

No contexto contemporâneo, o Brasil conta com uma diversidade de grupos de pesquisa, instituições de ensino e entidades voltadas ao estudo e à disseminação do Direito da Moda. Destacam-se, entre eles, o Instituto Brasileiro de Negócios e Direito da Moda (IBNDM), cursos e projetos desenvolvidos pelas IBMEC e a Fundação Getúlio Vargas, as Comissões de Direito da Moda da OAB nos estados de Goiás, Minas Gerais, Paraíba, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Rondônia, Santa Catarina, São Paulo e Distrito Federal. Ademais, a Faculdade Santa Marcelina e a Universidade Presbiteriana Mackenzie, por meio de programas de pós-graduação, têm contribuído para a formação acadêmica de profissionais nesta área (Daneluzzi, 2019).

Cumprе ressaltar que, em razão da sua relativa novidade, o Direito da Moda no Brasil ainda está na fase de se consolidar, marcado por um desenvolvimento legislativo lento. Nesse contexto, a consultoria jurídica especializada se mostra essencial para assegurar atividades legalizadas do setor e a efetiva proteção dos direitos dos envolvidos (André, 2019).

Assim, o Fashion Law no Brasil se estrutura como resposta às demandas de um mercado dinâmico e em constante transformação, no qual os conflitos envolvendo propriedade intelectual se intensificam não apenas em razão de modelos produtivos específicos, mas em decorrência da própria lógica de funcionamento da indústria da moda.

2 A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NA INDÚSTRIA DA MODA

A indústria da moda se desenvolve baseada na rápida circulação e renovação de tendências ao mesmo tempo em que exige constante inovação. Esse cenário cria um verdadeiro paradoxo, no qual a originalidade é valorizada, mas frequentemente reproduzida em larga escala, tornando complicada a distinção entre inspiração legítima e violação de direitos.

Diante desse contexto, a proteção jurídica das criações de moda se revela um desafio complexo, que requer a análise dos instrumentos oferecidos pelo sistema de propriedade intelectual. No ordenamento jurídico brasileiro, essa proteção se

estrutura principalmente em dois eixos, o Direito Autoral de a Propriedade Industrial, cada um com seus fundamentos, requisitos e limitações próprias.

2.1 APLICAÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NO SETOR DA MODA

A indústria da moda é caracterizada por seu fluxo contínuo, que está sempre em constante renovação de estilos, produtos e tendências. Nesse cenário, artigos que se destacam por um certo período rapidamente perdem a sua relevância, em questão de meses, sendo substituídos por novas propostas de estéticas e de consumo. Esse movimento em ciclos, marcado pela ascensão e decadência de determinados estilos, é comumente denominado de tendência, que constitui um dos pilares da competitividade nesse setor.

A busca pelo diferente, novo, atual, dentro desse setor incentiva empresas, marcas e designers a criarem e desenvolverem peças criativas, com originalidade e identidade própria, capazes de atrair o público alvo consumidor e se destacarem em meio a gama de opções de produtos disponíveis no mercado. Além de só peças de vestuário, diversos outros elementos assumem um papel importante nesse processo de diferenciação, como marcas, logotipos, padrões estéticos e outros sinais distintos utilizados para identificar produtos e empresas neste setor.

Conforme ensina Pimentel (2012), a propriedade intelectual é em um conjunto de princípios e regras jurídicas que regulam a aquisição, o uso, o exercício e a perda de direitos sobre ativos intangíveis utilizados no comércio, tendo como objeto os elementos diferenciadores a novidade, originalidade e distinguibilidade, que respectivamente diferenciam quanto ao tempo, autor e objeto, visando evitar a ocorrência da concorrência desleal.

Nesse sentido, a propriedade intelectual vai se diferenciar da propriedade material tradicional¹, uma vez que esta incide sobre bens tangíveis, e aquela se refere

¹ Art. 1228 do Código Civil/2002: O proprietário tem a faculdade de usar, gozar e dispor da coisa, e o direito de reavê-la do poder de quem quer que injustamente a possua ou detenha.

§ 1º O direito de propriedade deve ser exercido em consonância com as suas finalidades econômicas e sociais e de modo que sejam preservados, de conformidade com o estabelecido em lei especial, a flora, a fauna, as belezas naturais, o equilíbrio ecológico e o patrimônio histórico e artístico, bem como evitada a poluição do ar e das águas.

a bens imateriais/intangíveis, derivados da criatividade humana e frequentemente vinculados à personalidade do criador.

A doutrina jurídica costuma dividir a propriedade intelectual em dois grades ramos: o Direito Autoral e a Propriedade Industrial. O primeiro tem por finalidade a proteção de obras literárias, artísticas e científicas, cuja principal característica reside na expressão criativa do autor. Já o segundo ramo, da propriedade industrial, abrange a proteção de invenções, marcas, desenhos industriais e outros elementos utilizados na atividade econômica e comercial (SILVEIRA,2012).

No cenário internacional, esses dois ramos são disciplinados por importantes normas jurídicas, dentre as quais é de se destacar a Convenção de Berna, de 1886, que é voltada à proteção dos direitos autorais, e a Convenção de Paris, de 1883, que trata da proteção da propriedade industrial. No Brasil, a proteção da propriedade intelectual encontra respaldo na Constituição Federal² quanto em legislações específicas, como a Lei nº 9.610/98, que regula os direitos autorais, e a lei nº 9.279/96, que regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.

Nesse contexto, observa-se que a propriedade intelectual desempenha um papel fundamental na proteção de criações intelectuais e na promoção de inovações, garantindo, assim, o direito de explorar economicamente obras e criações aos seus titulares. No âmbito da indústria da moda, essa proteção assume especial relevância, uma vez que grande parte do valor agregado dos produtos está ligado diretamente à criatividade, aos designs e à identidade das marcas. Contudo, a aplicação desses instrumentos jurídicos ao setor *fashion* apresenta certos desafios, especialmente diante do dinamismo do mercado e das dificuldades de se enquadrar determinadas criações nos requisitos legais de proteção, questão que será analisada nos tópicos seguintes.

2.1.1 A tutela das criações de moda pelo direito autoral

² 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:

(...)

XXIII - a propriedade atenderá a sua função social;

O Direito Autoral, disciplinado pela Lei nº 9.610/98, configura-se como um ramo jurídico de natureza especial, voltado à proteção das obras intelectuais enquanto manifestações do espírito humano. Trata-se de um sistema que reconhece e resguarda a relação entre o autor e a sua criação, tanto no aspecto econômico quanto no pessoal, atribuindo-lhe um regime jurídico próprio.

Diferentemente de outros institutos, a proteção autoral independe de registro, surgindo no momento que a obra é exteriorizada. Esse aspecto revela-se particularmente relevante no mundo da moda, em que a criação se materializa de forma rápida e dinâmica, muitas vezes sem qualquer formalização prévia. Ainda assim, a aplicação do Direito Autoral às criações de moda não ocorre de forma automática, sendo necessário analisar requisitos legais, e sobretudo, as peculiaridades inerentes ao setor.

Nesse contexto, importa destacar que a tutela autoral incide sobre a forma exteriorizada da criação, e não sobre a ideia só em si. Conforme leciona Otávio Afonso, “o direito de autor protege apenas as formas de expressão das ideias e não as ideias propriamente ditas”, sendo indispensável que estas se materializem em algo perceptível. Essa distinção mostra-se especialmente relevante no campo da moda, uma vez que tendências, conceitos estéticos e referências culturais não são passíveis de apropriação exclusiva. O que se protege juridicamente é a forma concreta pela qual tais elementos se manifestam, como ocorre, por exemplo, em estampas, desenhos e composições visuais originais.

Sob essa perspectiva, a obra intelectual pode ser entendida como o resultado da atividade criativa humana dotada de expressão sensível. Conforme sustenta Bittar (2012), trata-se de criação marcada por “esteticidade”, elemento essencial para sua caracterização e consequente proteção jurídica. No entanto, ao se transpor essa lógica para o universo da moda, surge uma dificuldade relevante na prática.

Isso porque, embora as criações de vestuário frequentemente apresentem valor estético, esse valor nem sempre se dissocia de sua função utilitária. Como observa Yasmin Pasini Rodrigues (2022), a problemática está justamente no fato de que desfiles de moda, em regra, “não possuem esteticidade de forma exclusiva”, sendo majoritariamente considerados artigos utilitários. É justamente nesse ponto que se evidencia uma das maiores fragilidades do sistema, pois essa característica híbrida

limita a incidência total do Direito Autoral, dificultando o reconhecimento de determinadas criações como obras protegidas.

Apesar disso, não se pode ignorar que o processo criativo na moda envolve significativa carga intelectual e sensível. Nesse sentido, Moura (2008) destaca que tanto a arte quanto o design e a moda resultam da interferência do conhecimento humano sobre a matéria, associada à dimensão estética, o que reforça seu potencial enquadramento como criação intelectual.

Além da dimensão criativa, a proteção autoral também desempenha relevante função econômica. Conforme apontam Cristina Oliveira e Kaleo Guaraty, a proteção das criações está diretamente relacionada ao incentivo à inovação, uma vez que “a queda do benefício econômico causado pela cópia prejudica o incentivo à inovação”, funcionando a reprodução indevida como uma externalidade negativa no processo criativo.

Dessa forma, ainda que existam limitações quanto à aplicação do Direito Autoral no setor da moda, sua relevância não pode ser afastada. Trata-se de um instrumento essencial para garantir o reconhecimento da autoria, como também, a integridade e a exploração econômica das criações, especialmente em um cenário marcado pela reprodução acelerada de tendências.

2.1.1.1 A delimitação legal e as lacunas na proteção

A Lei nº 9.610/98, em seu art. 7º, apresenta um rol exemplificativo de obras intelectuais protegidas. Ainda que este não mencione expressamente as criações de moda, é possível, por meio de uma interpretação extensiva, enquadrá-las como produções intelectuais, especialmente quando dotadas de organização estética própria, conforme o último inciso deste artigo.

Entretanto, a própria legislação, ao delimitar o que pode ou não pode ser protegido, especialmente à luz do art. 8º, deixa evidente que nem todos os elementos da moda encontram respaldo na tutela autoral. Aspectos como cortes básicos, modelagens tradicionais e funcionalidades estruturais frequentemente escapam dessa proteção.

Essa limitação reforça ao demonstrar que o direito autoral, isoladamente, não é capaz de abarcar a complexidade das criações do setor *fashion*, revelando a necessidade de articulação com outros mecanismos jurídicos.

2.1.2 A proteção pela propriedade industrial

Enquanto o Direito Autoral se volta à proteção da expressão criativa, a Propriedade Industrial, regulada pela lei nº 9.279/96, é focada na aplicação prática, técnica e mercadológica das criações.

No setor da moda, esse sistemas se revela essencial para a proteção de elementos que não se enquadram na lógica autoral, oferecendo instrumentos como patentes, desenhos industriais, marcas e repressão à concorrência desleal.

A efetivação desses direitos depende, em regra, de registro perante o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), o que traz desafios adicionais, como custos elevados e demora processual, fatores que nem sempre se compatibilizam coma dinâmica acelerada da moda.

As patentes destinam-se à proteção de invenções e modelos de utilidade, desde que atendam aos requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial. No universo da moda, sua aplicação acaba sendo mais restrita, sendo mais voltada, principalmente, a soluções técnicas inovadoras, como mecanismos de fechamento ou tecidos tecnológicos. Enquanto a invenção representa uma solução inédita, o modelo de utilidade refere-se ao aperfeiçoamento da funcionalidade de algo que já existe.



Figura 1- Patente de Modelo de Utilidade- MU8202191-0/ *Lingerie Brazilian Secret* (Molde aperfeiçoado para modelar glúteos)

Patente de Modelo de Utilidade - MU8202191-0
Título: *Lingerie Brazilian Secret* (Molde aperfeiçoado para modelar glúteos)
 A *Brazilian Secret*, desenvolvida por Ana Cláudia Neves Moreira e Naira Beatriz Candiago, é uma lingerie moderna que dá o efeito de bumbum empinado.
 Com recorte anatômico e feita em microfibra, é exclusiva porque consegue agregar este efeito de bumbum empinado em uma lingerie com formato de tanga que para acompanhar as tendências da moda é confeccionada em diversas cores, estampas e rendas.
Titular: Top Idéias Participações Ltda
Inventoras: Ana Cláudia Neves Moreira / Naira Beatriz Candiago
Fonte: www.braziliansecret.com.br

Figura 1.2- descrição do modelo patentead³

³ Fonte: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/patentes/materiais-de-consulta-e-apoio/inventando-o-futuro.pdf>

Apesar da sua relevância, a utilização desse instrumento é bem limitada no setor da moda, especialmente em razão do tempo necessário para a concessão do registro, que pode tornar a proteção ineficaz diante da rapidez com que as tendências ficam obsoletas.

O desenho industrial, previsto no art. 95 da LPI⁴, constitui um dos instrumentos mais relevantes para a moda, por proteger formas ornamentais aplicadas nos produtos.

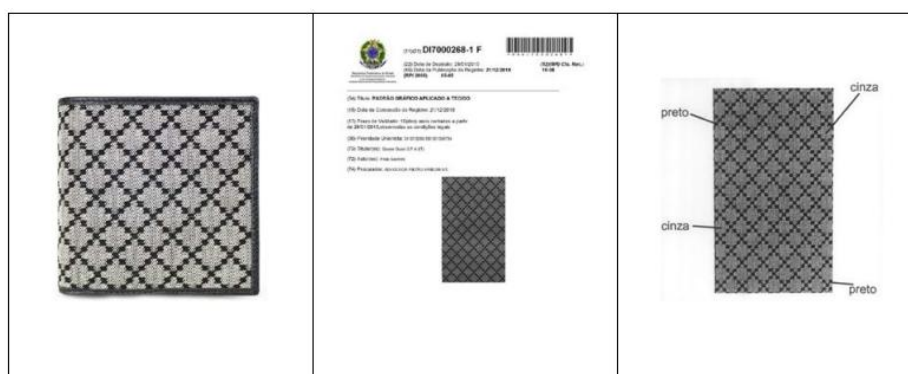


Figura 2- Tecido estampa losangos Gucci

a) Carteira; b) Registro do DI 6200626-6; c) Pedido de Registro nº 905202317 para a marca figurativa⁵

Essa modalidade abrange elementos como cortes, estampas, linhas e acabamentos, desde que sejam novidades e detenham originalidade. No entanto, sua aplicação também encontra limitações quando se trata de peças com uma estrutura funcional que já são padronizadas, como peças de roupas básicas.

Além disso, a proteção tem limites de prazos específicos, sendo necessário que o autor requeira o registro em até 180 dias após a divulgação da criação, sob pena de perda do direito. Embora o desenho industrial seja, em tese, o mecanismo mais adequado para o setor, sua efetividade é reduzida pela rigidez dos requisitos e novamente pela velocidade do mercado, que faz com que designers independentes se sintam desestimulados a utilizarem este mecanismo.

⁴ BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Lei de Propriedade Industrial. 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.”

⁵ Fonte: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/a-academia/arquivo/dissertacoes/SOUZADEborahPortilhoMarquesde2015.pdf>

As marcas desempenham papel central na indústria da moda, sendo responsáveis por identificar e diferenciar produtos no mercado. Mais do que sinais distintos, elas representam a identidade da marca e estabelecem vínculos com o consumidor.

A legislação brasileira permite proteção a diversos tipos de marcas, incluindo nominativas, figurativas, mistas e tridimensionais. Essas últimas se destacam pela sua proteção a forma do produto como um elemento distintivo, desde que não seja meramente funcional.



Figura 3 – logotipo da Calvin Klein- marca nominativa



Figura 4 – logotipo da Nike- marca figurativa



Figura 5 – logotipo da Giorgio Armani- marca mista⁶

⁶ Figura 3, figura 4, figura 5- Fonte: Google Images

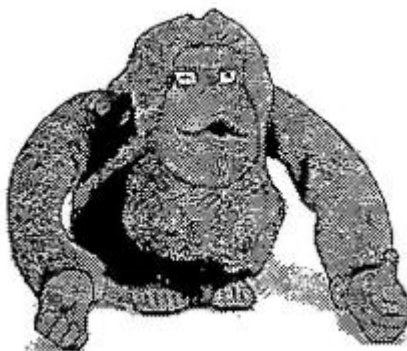


Figura 6 – registro nº 822174413 da Kipling Apparel Corp- marca tridimensional⁷

Diferentemente de outros mecanismos, a proteção marcária pode ser renovada indefinidamente, tornando-a uma das formas mais eficazes de proteção inseridas nesse setor. Não é por acaso que grandes marcas concentram os seus esforços nesta proteção, uma vez que é mais facilmente comprovada a violação de um sinal distintivo do que de um designe ou de uma modelagem.

Complementarmente, a repressão à concorrência desleal, prevista no art. 195 da LPI⁸, atua na proteção contra práticas que comprometem a lealdade concorrencial, mesmo que não violem um direito registrado.

⁷Fonte: <https://busca.inpi.gov.br/pePI/servlet/MarcasServletController?Action=detail&CodPedido=1280794>

⁸ BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Lei de Propriedade Industrial. Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem:

I - publica, por qualquer meio, falsa afirmação, em detrimento de concorrente, com o fim de obter vantagem;

II - presta ou divulga, acerca de concorrente, falsa informação, com o fim de obter vantagem;

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

IV - usa expressão ou sinal de propaganda alheios, ou os imita, de modo a criar confusão entre os produtos ou estabelecimentos;

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;

VI - substitui, pelo seu próprio nome ou razão social, em produto de outrem, o nome ou razão social deste, sem o seu consentimento;

VII - atribui-se, como meio de propaganda, recompensa ou distinção que não obteve;

VIII - vende ou expõe ou oferece à venda, em recipiente ou invólucro de outrem, produto adulterado ou falsificado, ou dele se utiliza para negociar com produto da mesma espécie, embora não adulterado ou falsificado, se o fato não constitui crime mais grave;

IX - dá ou promete dinheiro ou outra utilidade a empregado de concorrente, para que o empregado, faltando ao dever do emprego, lhe proporcione vantagem;

X - recebe dinheiro ou outra utilidade, ou aceita promessa de paga ou recompensa, para, faltando ao dever de empregado, proporcionar vantagem a concorrente do empregador;

XI - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de conhecimentos, informações ou dados confidenciais, utilizáveis na indústria, comércio ou prestação de serviços, excluídos aqueles que sejam de conhecimento público ou que sejam evidentes para um técnico no assunto, a que teve acesso mediante relação contratual ou empregatícia, mesmo após o término do contrato;

No setor da moda, esse instrumento é frequentemente usado para coibir a imitação do chamado conjunto-imagem (*trade dress*⁹), que engloba elementos visuais capazes de identificar marca ou produto.

A concorrência desleal deixa evidente a complexidade da proteção na moda, pois atua justamente nas zonas indefinidas, cinzentas, lacunosas, do sistema jurídico. Nesse cenário, observa-se que tanto grandes marcas quanto empresas de *fast fashion* podem se beneficiar, ou ser prejudicadas, por essa flexibilidade, reforçando a natureza multidirecional das violações desse setor.

3 CASOS CONCRETOS DE VIOLAÇÃO NA INDÚSTRIA DA MODA

Os instrumentos de proteção da propriedade intelectual analisados na seção anterior, o direito autoral e a propriedade industrial, constituem a estrutura jurídica disponível para a tutela das criações de moda no ordenamento brasileiro. Contudo, como se buscará demonstrar, a aplicação destes instrumentos ao setor *fashion* encontra um campo cheio de lacunas e com paradoxos que não podem ser ignorados. A dinâmica acelerada do mercado, a estrutura hierárquica da indústria e a fragilidade dos criadores independentes diante de marcas grandes e dominantes tronam a proteção, na prática, seletiva e insuficiente.

As violações que caracterizam o setor da moda não seguem uma direção única, tampouco se limitam à relação binária entre o *fast fashion* na figura de agressor e as grandes grifes como vítimas. Ao contrário, conforme se verificará a partir da análise dos casos concretos que seguem, as violações atravessam todos os estratos da indústria, configurando o que se pode denominar de violações multidirecionais. Assim, a presentes seção se organiza em três partes relacionadas – *fast fashion* versus marcas de grife (3.1), *fast fashion* versus designers independentes (3.2) e

XII - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de conhecimentos ou informações a que se refere o inciso anterior, obtidos por meios ilícitos ou a que teve acesso mediante fraude; ou

XIII - vende, expõe ou oferece à venda produto, declarando ser objeto de patente depositada, ou concedida, ou de desenho industrial registrado, que não o seja, ou menciona-o, em anúncio ou papel comercial, como depositado ou patenteado, ou registrado, sem o ser;

XIV - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de resultados de testes ou outros dados não divulgados, cuja elaboração envolva esforço considerável e que tenham sido apresentados a entidades governamentais como condição para aprovar a comercialização de produtos. Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa

⁹ Expressão de origem estrangeira utilizada para designar o conjunto de elementos visuais e sensoriais que caracterizam a apresentação de um produto ou serviço no mercado.

marcas de grife versus designers independentes (3.3) -, culminando na análise crítica da estrutura hierárquica do mercado e de suas implicações jurídicas (3.4).

3.1 FAST FASHION VERSUS MARCAS DE GRIFE

O modelo produtivo do *fast fashion*, caracterizado pela renovação contínua de coleções e pela redução dos ciclos criativos, gera uma pressão estrutural sobre a indústria da moda que ultrapassa a simples competição comercial.

Conforme demonstra Cietta (2010), ao contrário do sistema tradicional, que acontece em fluxos semestrais de lançamento, o *fast fashion* funciona em ciclos constantes e permanente de criação, produção e consumo, tornando economicamente mais viável a reprodução de designs já validados no mercado, e, portanto, com um risco comercial bem menor. Essa lógica de apropriação do trabalho criativo alheio como forma de estratégia para minimizar custos e riscos configura a base estrutural dos conflitos neste eixo.

Do ponto de vista jurídico, as grifes afetadas pelas cópias de seus designs recorrem, em regra, aos instrumentos da propriedade industrial, especialmente em relação ao registro de marca e ao desenho industrial, previstos na Lei nº 9.279/96, além do instituto do *trade dress*, entendido como o conjunto de elementos visuais e sensoriais que conferem identidade visual distintiva a um produto ou marca. A preferência por esses mecanismos em detrimento da proteção autoral deve-se, em grande parte, a maior objetividade dos requisitos de comprovação, o que facilita a demonstração de titularidade e anterioridade em juízo.

O caso Hermès *versus* Village 284, julgado pelo Tribunal de Justiça de São Paulo, constitui um dos precedentes mais relevantes do *Fashion Law* brasileiro, não apenas pelo resultado, mas sobretudo pela linha jurídica adotada. Em 2010, a empresa brasileira lançou a linha “*I’m Not Original*”¹⁰, que era composta por bolsas em moletom que reproduziam, com elementos estilizados, os modelos de bolsas Birkin e Kelly. Após tentativa frustrada de resolução de forma extrajudicial, a grife francesa

¹⁰ Em tradução livre, eu não sou a/o original

ajuizou ação judicial perante a 24ª Vara Cível de São Paulo, sustentando violação de direitos autorais, concorrência desleal e aproveitamento parasitário¹¹.



Figura 7- Bolsa Birkin da Hermès

Figura 8- Bolsa da Village 284¹²

O ponto mais significativo da decisão¹³ está no reconhecimento pelo tribunal, de que as bolsas Birkin e Kelly ultrapassam a mera funcionalidade utilitárias delas, sendo qualificadas como obras de arte protegidas pela Lei nº 9.610/98. Tal entendimento representa uma mudança relevante, pois admite a incidência da proteção do direito autoral em produtos tradicionalmente embarcados no âmbito da propriedade industrial. Além disso, o tribunal identificou a existência de aproveitamento parasitário, caracterizado pela exploração da reputação e do prestígio da marca Hermès para aumentar a comercialização dos produtos da ré. A Village 284 foi condenada a abster-se de produzir, importar, exportar, manter em depósito e comercializar os produtos questionados, ao pagamento de indenização por danos materiais e morais, e ao pagamento de multa diária de R\$ 10.000,00 por descumprimento (TJSP, APL 0187707-59.2010.8.26.0100, Rel. Des. Costa Netto, j. 16/08/2016).

¹¹ O aproveitamento parasitário caracteriza-se pela reprodução de fórmulas bem-sucedidas com a finalidade de obtenção de lucro facilitado. Para tanto, vale-se de elementos que compõem o ativo imaterial das empresas, como o nome empresarial, a expressão de fantasia, as marcas, bem como segredos industriais e comerciais, entre outros.

¹² Figura 7, figura 8- Fonte: <https://www.migalhas.com.br/quentes/244232/mantida-decisao-que-proibiu-a-284-de-vender-bolsas-similares-as-da-hermes>

¹³ SÃO PAULO. Tribunal de Justiça. Apelação Cível nº 0187707-59.2010.8.26.0100. Relator: Des. Costa Netto. Julgado em 16 set. 2016.



Figura 9- Bolsa Kelly 25 da Hermès¹⁴

É importante destacar que o fato da empresa brasileira ter utilizado a expressão “*I’m Not Original*” não foi suficiente para afastar a ilicitude da sua conduta. Ao contrário, foi interpretado como um elemento indicativo da intenção consciente de da empresa de se apropriar do designe consagrado das bolsas, reforçando o dolo concorrencial. Assim, o caso evidencia que, mesmo quando há tentativa de ressignificação ou paródia, a reprodução de elementos que são distintivos pode configurar violação jurídica, especialmente quando utilizada para a exploração econômica da criação alheia.

No cenário internacional, o litígio entre Versace e *Fashion Nova* reforça a existência de um padrão de argumentos reiterados nos casos envolvendo fast *fashion*. A grife italiana alegou que a *Fashion Nova* reproduzia deliberadamente designs icônicos, entre eles o “*jungle dress*” utilizado por Jennifer Lopez no Grammy Awards de 2000 e estampas registradas como ‘Barocco-57’ e ‘Pop Hearts’, peças icônicas muito conhecidas no mercado. Em sua defesa a *Fashion Novas* argumentou que os elementos utilizados, como padrões geométricos e combinações de cores, seriam de uso comum na indústria, não existindo no caso originalidade suficiente para justificar proteção jurídica.

¹⁴ Fonte: <https://www.bolsasdeluxo.com.br/comprar/bolsa-hermes-kelly-25-aco-prateado-vermelha/vermelha-25/2294>



Figura 10 - Vestido *Jungle Dress* da Versace

Figura 11 - Vestido da *Fashion Nova*¹⁵



Figura 12 - Variações de blusas com a estampa Barroco da Versace¹⁶



Figura 13 - Vestido da *Fashion Nova*¹⁷

¹⁵ Figura 10, figura 11- Fonte: <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/53581/1/donatella-versace-fashion-nova-copyright-lawsuit-over>

¹⁶ Fonte: <https://www.farfetch.com/br/style-guide/trends-subcultures/estampas-versace/>

¹⁷ Fonte: <https://br.fashionnetwork.com/news/Versace-processa-fashion-nova-por-plagio,1163893.html>

Esse argumento revela a recorrente estratégia de tentar diluir a originalidade da obra inserindo-a em um repertório coletivo genérico. Trata-se de uma linha defensiva que transporta o debate da cópia para o da suposta banalidade dos elementos criativos, buscando afastar a tutela jurídica destes elementos. No entanto, tal linha de argumentação ignora que a originalidade, no contexto da moda, muitas vezes se manifesta na combinação específica de elementos, e não só em sua individualidade isolada.

Dessa forma, o caso demonstra que o conflito não se limita à reprodução literal de peças, mas envolve disputas mais complexas sobre os limites da originalidade e da proteção jurídica no setor *fashion*. A repetição desse tipo de argumento em diferentes jurisdições reforça o caráter estrutural da controvérsia.

A análise dos casos apresentados revela uma tensão estrutural: embora as grifes disponham de recursos para litigar e frequentemente obtenham decisões favoráveis, a morosidade do processo judicial vai contra a velocidade do mercado. Muitas vezes, a coleção copiada já foi totalmente comercializada antes de haver uma decisão final, de modo que a vitória no judiciário não vai trazer uma efetiva reparação econômica. Portanto, a proteção mostra-se juridicamente possível, porém operacionalmente limitada.

3.2 FAST FASHION VERSUS PEQUENOS DESIGNERS

Se no eixo anterior a vítima das práticas de cópia era a marca de grife, com recursos para reagir judicialmente, neste eixo a relação se torna mais desigual. O designer independente, que atua em pequena escala, não dispõe de uma estrutura jurídica, raramente registra formalmente as suas criações e, geralmente, não possui recursos financeiros para processar grandes empresas. Essa desigualdade não é periférica, mas central já que a violência não persiste apenas pela falta de proteção, mas também pela impossibilidade prática de exercê-la.

Embora a Lei 9.610/98 estabeleça que a proteção autoral independe de registro, a ausência de documentos formais dificulta a comprovação de autoria e anterioridade da criação. Designers independentes usualmente não possuem registros, esboços datados ou contratos que evidenciem seu processo criativo, o que compromete a viabilidade de demandar judicialmente num futuro. Como observa

André Mendes Espírito Santo, advogado especializado em Fashion Law, “as marcas de *fast fashion* fazem muito isso”, e os estilistas menores “são afetados diretamente quando existe um caso de plágio”, mas sem prova robusta da criação original, a demanda judicial raramente avança com sucesso (MENDES, ConJur, 2014).

O caso do Designer independente Alexandre Pavão evidencia claramente a distância entre a existência do direito e sua efetiva tutela. O designer Pavão desenvolve, desde 2014, bolsas autorais com uma estética própria que se baseia a utilização de cordas náuticas e mosquetões, elementos que construíram a identidade visual da sua marca. Em 2020, uma grande empresa nacional lançou produtos com muita semelhança estética dos produtos do designer, reproduzindo não só elementos isolados, mas sim todo o conjunto distintivo da criação.

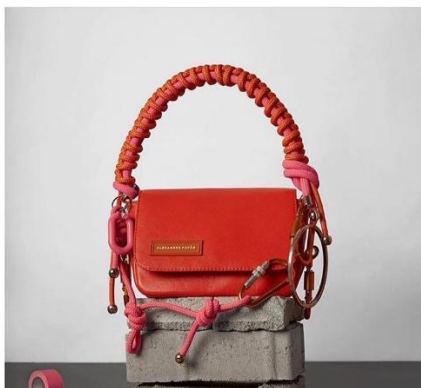


Figura 14- Bolsa assinada pelo designer Alexandre Pavão¹⁸



Figura 15- Bolsa da Schutz¹⁹

¹⁸Fonte: <https://www.alexandrepavao.com/?srsltid=AfmBOoqJi9r8qvUoCGZ7dhkgmefxRvR7QNSelnOCpuAeMwoJ9Bayy-QN>

¹⁹ Fonte: <https://www.diariodecuiaba.com.br/ilustrado/quem-e-alexandre-pavao-designer-de-bolsas-nada-basicas-hits-com-os-jovens/701616>

Diante da ausência de recursos para litigar, o designer recorreu às redes sociais, onde expôs o caso e deslocou o conflito para o campo midiático, onde denunciou a apropriação. A grande repercussão gerou uma resposta da empresa, que buscou uma solução extrajudicial. No entanto, é precisamente nesse desfecho que se revela o problema estrutural: não houve reconhecimento formal da autoria, tampouco indenização pelos prejuízos sofridos.

Sob perspectiva jurídica, o caso sugere que, embora houvesse potencial para enquadrar como violação de direito autoral ou concorrência desleal, a ausência de provas documentais robusta e a desigualdade de recursos inviabilizaram a judicialização. Assim, a resolução do conflito ocorreu fora das instituições jurídicas, evidenciando que está havendo uma substituição da prática do direito pela pressão social, que embora eficaz em alguns casos pontuais, não oferece segurança nem previsibilidade.

Os casos envolvendo a Zara e designers independentes no cenário internacional reforça a natureza sistêmica dessa dinâmica. Em diversas outras situações, artistas e criadores pequenos denunciaram a reprodução ilegal de suas obras por uma empresa global que tem grande capacidade produtiva e distributiva. Apesar da existência de indícios relevantes de apropriação, os conflitos não chegaram a evoluir para demandas no judiciário.



Figura 16 - Demonstração da Tuesday Bassen de cópia feita pela Zara²⁰

²⁰ Fonte: <https://br.fashionnetwork.com/news/Zara-acusada-de-plagio-por-ilustradora-americana,716959.html>



Figura 17- Demonstração da Crywolf Clothing de cópia feita pela Zara²¹

O elemento central desses não é apenas a ocorrência das cópias em si, mas sim impossibilidade prática de enfrentá-las juridicamente. Os próprios designers declararam não possuírem recursos financeiros para arcar com custos de representação legal, o que transforma o direito à proteção uma mera prerrogativa formal. Nesse contexto, a ausência de judicialização não indica inexistência de violação, mas sim um bloqueio estrutural ao acesso à justiça.

Dessa forma, esses episódios deixam o campo da suposição e passam a constituir evidências empíricas de um padrão onde a tutela jurídica da propriedade intelectual na moda opera de maneira desigual, sendo realmente acessível apenas para os agentes *fashion* com maior capacidade econômica.

As consequências dessa dinâmica são profundas. No plano econômico, a produção em grandes escalas pelas empresas de *fast fashion* inviabiliza a competitividade do designer original. No plano simbólico, há a perda da identidade criativa, elemento essencial para um designer independente consolidar a sua marca no mercado da moda. Assim, a violação não fica somente no âmbito jurídico, mas compromete a existência econômica e criativa desses profissionais.

3.3 MARCAS DE GRIFE VERSUS PEQUENOS DESIGNERS

²¹ Fonte: https://vejasp.abril.com.br/coluna/pop/designers-independentes-estao-acusando-a-zara-de-plagiar-modelos-de-broches-criados-por-artistas/#google_vignette

Contrário ao previamente percebido, de que grandes marcas ocupam apenas o polo de vítimas, verifica-se que elas também podem atuar como agentes de apropriação indevida. Nesse eixo, há a inversão de papéis, as grifes passam a figurar como potenciais violadoras ao se apropriarem de criações de designers independentes ou de referências culturais sem o devido reconhecimento.

Nas doutrinas destaca-se o conceito de “apropriação”, que se distingue do plágio²² e da contrafação²³, no qual, trata-se da incorporação de elementos culturais o criativos alheios no processo de criação, sem necessariamente reproduzir integralmente a obra, mas ainda assim sem atribuir ou compensar crédito às criações (ODY, 2022). Essa prática resulta na invisibilização do criador original, especialmente em contextos culturais periféricos.

O caso envolvendo Maria Bernadete Conte e a joalheria H. Stern apresenta uma das discussões mais sofisticadas da jurisprudência brasileira em matéria de criação na moda. Após apresentar seu portfólio à empresa de joias, contendo peças inspiradas na cultura dos povos originários brasileiros, a designer teve sua proposta recusada. Posteriormente, a empresa lançou uma coleção com elementos significativamente semelhantes aos apresentados previamente pela artista.



²² Plágio consiste na apropriação indevida de obra intelectual alheia, apresentada como de autoria própria, sem a devida atribuição ao verdadeiro criador. Nessa hipótese, há violação aos direitos morais do autor, especialmente no que se refere ao reconhecimento da autoria. Trata-se, portanto, de afronta à paternidade da obra e à honra do autor, configurando verdadeira fraude intelectual ao induzir o público em erro quanto à sua origem.

²³ Contrafação refere-se à reprodução, imitação ou utilização não autorizada de obra protegida por direitos autorais ou por propriedade industrial, como marcas e patentes, geralmente com finalidade lucrativa. Nesse caso, a violação recai sobre os direitos patrimoniais do titular, notadamente o direito exclusivo de exploração econômica da criação. São exemplos recorrentes a pirataria de softwares, a comercialização de produtos falsificados e a reprodução ilegal de obras literárias e musicais.



Figura 18 - Conjunto de autoria de Maria Bernadete Conte

Figura 19 - Brinco da coleção Purangaw de H. Stern²⁴

A controvérsia central residuiu na dificuldade de comprovar que houve cópia direta, uma vez que os elementos utilizados – referências culturais indígenas- não são por si só exclusivos da designer. Diante dessa complexidade, o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul adotou um critério probabilístico, reconhecendo que seria estatisticamente improvável a coincidência entre as criações, especialmente considerando o contrato prévio que as partes tiveram (ODY, 2022).

Esse raciocínio do tribunal representa um avanço interpretativo relevante, pois flexibiliza a exigência de prova direta da cópia, adequando-a às particularidades do processo criativo na moda. Ao admitir a análise de contexto, o acesso prévio da empresa e a semelhança substancial, o tribunal amplia as possibilidades de tutela jurídica em situações nas quais a reprodução não é exatamente literal, mas sim conceitual.

Mesmo quando há fundamento jurídico, a desigualdade de recursos impacta diretamente no litígio. Grandes marcas possuem equipes especializadas e capacidade de prolongar as disputas judiciais, o que pode inviabilizar para os designers independentes as demandas continuadas das suas peças. Como observa André Mendes, as grandes marcas são seletivas em sua litigiosidade: “um produto

²⁴ Figura 18 e 19

Fonte: https://www.trf4.jus.br/trf4/controlador.php?acao=pagina_visualizar&id_pagina=4004

que lhe é muito caro, que é muito característico, vai na Justiça” (MENDES, ConJur, 2014). Essa seletividade, no entanto, não beneficia o criador independente que figure como parte contrária, onde, para ele, qualquer litígio com uma grande grife implica custos desproporcionais ao resultado em potencial.

Dessa forma, observa-se uma contradição estrutural: os mesmos instrumentos jurídicos que protegem as grifes contra as empresas de *fast fashion* também podem ser utilizados contra os criadores menores. A proteção jurídica, portanto, não é neutra, mas reflete as desigualdades do próprio mercado.

3.4 A VIOLAÇÃO MULTIDIRECIONAL E A ESTRUTURA HIERÁRQUICA DO MERCADO

A análise dos três eixos apresentados permite identificar que as violações na indústria da moda não se configuram como eventos isolados ou desvios pontuais de conduta, mas como manifestação de uma lógica estrutural que atravessa todo o setor. Independentemente da posição ocupada, seja como *fast fashion*, marca de grife ou designer independente, é de se observar uma recorrência da mesma estratégia, que é a apropriação do trabalho criativo alheio para redução de custos, mitigar riscos e acelerar a inserção do artigo de moda no mercado. Nesse contexto, a violação deixa de ser exceção para se tornar elemento funcional da dinâmica da moda.

Essa constatação torna insuficiente qualquer leitura linear da problemática. A indústria da moda organiza-se em uma estrutura hierárquica na qual os agentes não ocupam posições fixas de vítima ou agressor, mas sim transitam entre esses polos conforme a relação analisada. O *fast fashion* copia a grife; a grife por sua vez apropria de referências culturais ou de criações independentes; e o designer independente, situado na base da estrutura, figura predominantemente o lado mais hipossuficiente das relações. Lipovetsky (1989) já apontava que a moda funciona, em sua essência, por um diálogo entre a imitação e a distinção, as grifes criam o novo para distinguir-se, os inferiores imitam para aproximar-se, e os superiores criam novamente para restabelecer a distância. O que a análise jurídica acrescenta é que essa relação não apenas é tolerada pelo sistema legal, mas, em muitos casos, é por ele facilitada. A

violação, portanto, é multidirecional, mas seus efeitos não são proporcionais, eles se intensificam na medida em que se deslocam para as cadeias produtivas inferiores.

Essa assimetria revela que o elemento central do problema não é apenas a existência das violações, mas a distribuição desigual de poder dentro do mercado. A estrutura hierárquica determina quem pode copiar com o menor risco, quem pode utilizar a esfera jurídica para reagir e, sobretudo, quem possui condições de transformar uma criação em capital econômico e simbólico. Nessa lógica, a proteção jurídica não opera em um campo neutro, mas sim interage diretamente com essas desigualdades, e muitas vezes acaba por reforçá-las.

É nesse ponto que se insere o debate proposto por Hemphill e Suk (2009), segundo o qual a cópia desempenharia um papel positivo na indústria da moda, por estimular a renovação constante das tendências. De fato, sob a perspectiva das grandes marcas, a difusão acelerada de estilos pode funcionar como um motor para novas inovações constantes. Contudo, essa leitura apresenta uma limitação quando confrontada com a realidade dos agentes que não estão no topo da hierarquia daquela indústria. Para os designers independentes, que não dispõem de grandes estruturas para acompanhar os ciclos acelerados e constantes de reinvenções, a cópia não impulsiona a sua criatividade, e sim compromete a sua própria viabilidade econômica. Assim, o que se apresenta como dinamismo para alguns, configura-se como um mecanismo de exclusão para outros.

Ademais, a insuficiência da tutela jurídica não advém exclusivamente de falhas na aplicação das normas existentes, mas de uma falta de adequação da estrutura entre o modelo jurídico e o que se pretende regular nessa área. As legislações de propriedade intelectual foram criadas a partir de uma lógica individualista e rígida de proteção, com pressupostos que não se verificam na indústria da moda, marcada pela sua velocidade de circulação das tendências, pela fluidez dos processos criativos e pela profunda desigualdade entre os agentes econômicos ((OLIVEIRA; BRUCH, 2018 apud ODY, 2023)).

Tem-se como resultado a formação de um sistema que, embora universal na sua forma, produz efeitos materialmente circunstanciais. A mesma norma que permite à grande marca proteger o seu *trade dress* com eficácia, não realiza com o mesmo sucesso a proteção ao designer independente que sequer dispõe de meios

para documentar adequadamente sua criação. A tutela jurídica, nesse sentido, não apenas falha em corrigir distorções do mercado como também contribui para a sua reprodução.

Diante desse cenário, a superação dessas limitações não depende, necessariamente, da criação imediata de novos instrumentos legislativos, mas da construção de uma abordagem jurídica capaz de dialogar com as especificidades desse setor. A consolidação do *Fashion Law* como campo autônomo representa, nesse contexto, um movimento relevante, ao permitir o desenvolvimento de interpretações, estratégias e práticas jurídicas mais sensíveis à dinâmica própria da indústria da moda.

Compreender a violação como fenômeno multidirecional e estrutural é, portanto, o passo inicial para deslocar o debate de uma perspectiva centrada em casos isolados para uma análise do sistema como um todo. Somente a partir dessa mudança de enfoque será possível construir uma tutela jurídica que não apenas reconheça a existência do direito, mas seja efetivamente capaz de garanti-lo em um mercado marcado por profundas desigualdades.

CONCLUSÃO

A presente pesquisa teve como objetivo analisar a aplicação da propriedade intelectual no âmbito do *Fashion Law*, com foco na investigação das violações existentes na indústria da moda e na forma como estas se manifestam dentro de sua estrutura produtiva. Ao longo do desenvolvimento do trabalho, buscou-se demonstrar que, embora o ordenamento jurídico disponha de instrumentos voltados à proteção das criações, tais mecanismos revelam-se, na prática, limitados diante das especificidades do setor.

Inicialmente, a análise da evolução da moda permitiu compreender que a dinâmica contemporânea do mercado é o resultado de um processo contínuo de transformações sociais, econômicas e produtivas. Nesse contexto, modelos como o *fast fashion* contribuíram para intensificar a velocidade de circulação das tendências e, como consequência, evidenciou fragilidades já existentes no sistema de proteção jurídica, sem serem, porém, sua causa exclusiva.

Em seguida, ao examinar os instrumentos da propriedade intelectual aplicáveis à moda, verificou-se que tanto o direito autoral quanto a propriedade industrial apresentam limitações estruturais quando colocados a frente da natureza híbrida das criações do setor, que transitam entre o caráter estético e utilitário. Tal inadequação normativa dificulta a proteção efetiva das obras e contribui para a recorrência de conflitos envolvendo autoria, originalidade e concorrência desleal.

A análise dos casos concretos evidenciou que as violações na indústria da moda não se restringem a um único sentido, tampouco a uma relação linear entre agente violador e vítima. Ao contrário, constatou-se a existência de um padrão multidirecional de apropriação, no qual redes de *fast fashion* até grandes grifes e designers independentes ocupam diferentes posições dentro da estrutura hierárquica marcada por disparidades profundas.

Nesse cenário, restou demonstrado que o principal problema não reside só na ocorrência das violações em si, mas na forma geral de desigualdade de como o sistema jurídico responde a elas. A efetividade da tutela da propriedade intelectual mostra diretamente condicionada à capacidade econômica e estrutural dos agentes envolvidos, tornando-se, muitas vezes, inacessível àqueles situados nas camadas mais vulneráveis do mercado, especialmente os designers independentes.

Dessa forma, conclui-se que a proteção jurídica na indústria da moda, embora formalmente existente, não se concretiza de maneira uniforme, operando de forma seletiva e, por vezes, contribuindo para a manutenção das assimetrias já presentes no setor. A violação nesse contexto, deixa de ser excepcionalmente um desvio para se configurar como elemento inerente à lógica de funcionamento da indústria.

Por fim, evidencia-se que a superação dessas limitações não depende exclusivamente da criação de novos instrumentos normativos, mas da construção de uma abordagem jurídica mais sensível às particularidades do setor *fashion*. A consolidação do Fashion Law como campo de estudo e prática jurídica representa, assim, um passo relevante nesse processo, ao possibilitar interpretações mais adequadas à realidade da moda.

Compreender a violação como fenômeno estrutural e multidirecional permite deslocar o debate de uma perspectiva centrada em casos isolados para uma análise mais ampla do sistema, sendo este um passo essencial para o desenvolvimento de uma tutela jurídica que não vai apenas reconhecer direitos, mas

que seja verdadeiramente efetiva e capaz de garanti-los em um mercado que é caracterizado por seu dinamismo, desigualdade e complexidade.

REFERÊNCIAS

ABIT TÊXTIL E CONFECÇÃO. Perfil do setor. 2024. Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor> Acesso em: 09 outubro 2025.

ALCAZAR, Larissa Cristina Braga. Qual o limite entre plágio e inspiração no mundo da moda? Orientadora: Verônica Lagassi. 2022. 65 f. Monografia (Bacharelado em Direito) – Faculdade Nacional de Direito, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

ANDRÉ, Luana Otoni de Paula. O direito e a moda. Migalhas, 2019. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/294655/o-direito-e-a-moda>. Acesso em: 24 de maio de 2025.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Planalto. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 04 de maio de 2025.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Planalto. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm>. Acesso em: 04 de março de 2026.

BRASIL. Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Planalto. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9610.htm>. Acesso em: 04 de março de 2026.

CONVENÇÃO de Paris para Proteção da Propriedade Intelectual. 7 de julho de 1883. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/cup.pdf>. Acesso em: 04 de maio de 2025.

CONVENÇÃO de Berna para a Proteção das Obras Literárias e Artísticas. 9 de julho de 1886. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1970-1979/d75699.htm>. Acesso em: 04 de maio de 2025.

CIETTA, Enrico. A revolução do *fast fashion*: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

DOMINGUES, Juliana Oliveira. 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

HEMPHILL, C. Scott; SUK, Jeannie. The Law, Culture, and Economics of Fashion. *Stanford Law Review*, [s. l.], v. 61, n. 5, p. 1147-1197, mar. 2009.

LINO, Larissa Pereira *et al.* *Fashion Law: o Direito aplicado à moda*. Migalhas, 2019. De peso. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/depeso/310653/fashion-law-o-direito-aplicado-a-moda>>. Acesso em: 04 de maio de 2025.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LUCAS, André Rafael Monteiro; BRETAS, Hugo Ribas. *Direito e moda: As formas de registro de marcas e patentes*. Disponível em: <http://revistas.newtonpaiva.br/letras-juridicas/?p=1607>. Acesso em: 23 agosto 2025.

MACKENZIE, Mairi. *...ismos para entender a moda*. 1. Ed. São Paulo: Editora Globo, 2010.

MENDES, André. **Direito da Moda é ramo jurídico em ascensão no Brasil**. [Entrevista cedida a] Brenno Grillo. Consultor Jurídico, 9 mar. 2014. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2014-mar-09/entrevista-andre-mendes-coordenador-direito-moda-lo-baptista/>. Acesso em: 04 março 2026.

NAVALON, Eloize. *Design de moda: interconexão metodológica*. 2008. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2008.

ODY, Lisiane Feiten Wingert. *Relações entre Fashion Law e o Direito da Arte, do Autor e da proteção de patrimônio cultural*. Revista Jurídica Luso-Brasileira, ano 9, n. 6, p. 1329–1367, 2023.

OSMAN, B. H. S. *FASHION LAW: DESCONSTRUÇÃO DO DIREITO DA MODA NO BRASIL*, (p. 96-103). Dissertação – Mestrado em Direito Político e Econômico – universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://dspace.mackenzie.br/bitstream/handle/10899/24055/Bruna%20Homem%20de%20Souza%20Osman.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 19 junho 2025

POLLINI, Denise. *Breve História da Moda*. São Paulo: Claridade, 2007.

PORTILHO, Deborah. *Fashion Law: Entenda como funciona o direito da moda*. [Entrevista cedida a] ABIT, 05. ago. 2019. Disponível em: <https://www.abit.org.br/noticias/fashion-law-entenda-como-funciona-o-direito-da-moda>. Acesso em: 25 de maio de 2025.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça. *Apelação Cível nº 0187707-59.2010.8.26.0100*. Apelante: Village 284 Participações e Comércio de Vestuário Ltda. Apelados: Hermes International e Hermes Sellier. Relator: Des. Costa Netto. São Paulo, 16 de setembro de 2016. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cposg/show.do?processo.codigo=RI0011IQ10000&conversatio nId=&paginaConsulta=1&localPesquisa.cdLocal=-1&cbPesquisa=NMPARTE&tipoNuProcesso=UNIFICADO&dePesquisa=village+284&uuidCaptcha=&pbEnviar=Pesquisar>. Acesso em 03 de março de 2026.

SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira de (coord.). *Fashion Law: direito da moda*. 1. ed. rev. e aum. Belo Horizonte: D' Plácido, 2019. p. 11. apud LOURENÇO, Juliana Margarida. *Fashion Law: a proteção dos produtos do segmento moda no brasil*. 2021. 78 f. Monografia (Especialização) - Curso de Direito, Centro Universitário Curitiba, Curitiba, 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/13612/2/FASHION%20LAW%20A%20PROTECC%20A7A%20CC%830%20DOS%20PRODUTOS%20D0%20SEGMENT0%20MODA%20N0%20BRASIL.pdf>. Acesso em: 10 março 2025.