



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
NÚCLEO DE PRÁTICA JURÍDICA
COORDENAÇÃO ADJUNTA DE TRABALHO DE CURSO
ARTIGO CIENTÍFICO

DIREITO DA MODA E A NECESSIDADE DE REGULAÇÃO

ORIENTANDA: MARIA EULÁLIA BAÚ MARTINS DE OLIVEIRA
ORIENTADORA: PROFA: M. ROBERTA CRISTINA DE MORAIS SIQUEIRA

GOIÂNIA-GO
2022

MARIA EULÁLIA BAÚ MARTINS DE OLIVEIRA

DIREITO DA MODA E A NECESSIDADE DE REGULAÇÃO

Artigo Científico apresentado à disciplina Trabalho de Curso II, da Escola de Direito , Negócios e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás Prof. (a) Orientadora: M. Roberta Cristina de Moraes Siqueira.

GOIÂNIA-GO
2022

MARIA EULÁLIA BAÚ MARTINS DE OLIVEIRA

DIREITO DA MODA E A NECESSIDADE DE REGULAÇÃO

Data da Defesa: 21 de novembro de 2022

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Profa.: M. Roberta Cristina de Moraes Siqueira Nota

Examinadora Convidada: Profa.: M. Larissa Priscilla P. J. R. Breatro Nota

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	05
1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA	07
1.1 EVOLUÇÃO NO MUNDO	09
1.2 EVOLUÇÃO NO BRASIL	11
2 AUSÊNCIA DE NORMAS ESPECÍFICAS	14
3 NECESSIDADE DE NORMA ESPECÍFICA	16
CONCLUSÃO	19
REFERÊNCIAS	22

DIREITO DA MODA E A NECESSIDADE DE REGULAÇÃO

Maria Eulália Baú Martins De Oliveira¹

Introdução: Se originariamente o Direito e a Moda não se relacionavam, na atualidade esta ciência encontra-se em ascensão e aplica-se à áreas temáticas entre as quais destaca-se o Direito da Moda. O estudo a respeito do tema promove discussões sobre a necessidade de regulamentação jurídica do *Fashion Law*, para que se torne um ramo autônomo do direito com normas próprias o que objetiva à prevenção de lesões jurídicas e à promoção do tema. **Objetivo:** Identificar o papel do Direito da Moda para o direito material com a perspectiva de posicionar esta ciência como a possibilidade de conectar o mundo acadêmico ao mundo profissional. **Materiais e Método:** Trata-se de uma pesquisa bibliográfica realizada por meio de consulta eletrônica de artigos a partir dos descritores “Direito da Moda”, “*Fashion Law*” e “necessidade de norma específica.” **Resultados:** Percebeu-se que esta ciência configura-se como uma maneira de contribuir para o desenvolvimento de ações em direito, em especial para o direito privado, que poderá, por meio de norma específica, implementar e avaliar o impacto das ações propostas. **Conclusão:** O presente estudo pretende despertar a importância de uma adequada análise do tema com vistas à melhoria do Direito da Moda e conseqüentemente do mundo jurídico. Espera-se, assim, que o desenvolvimento de pesquisas em Direito da Moda possa ir além dos limites das avaliações bibliográficas, tornando-se um ramo autônomo e eficaz.

Palavras-chave: Direito da Moda. *Fashion Law*. Necessidade de norma específica.

¹ Graduanda de Direito da PUC Goiás. Email: mariaeulalia60@gmail.com

INTRODUÇÃO

O interesse no eixo de investigação que estuda a relação entre direito e moda inserida no *Fashion Law* tem por finalidade responder não apenas as questões operacionais relativas ao papel desta ciência para o direito, mas abordar as formas e alternativas de organização da matéria Direito da Moda, ampliando o entendimento da defesa de uma necessidade de norma específica.

Esta defesa justifica-se pela necessidade de contribuir para uma efetiva integralidade do *Fashion Law*, ao buscar compreender as especificidades e a natureza do trabalho do Direito da Moda no direito e como ele atua na sociedade.

Fashion Law é a “ciência que estuda temáticas jurídicas que envolvam a indústria da moda, principalmente sobre a propriedade intelectual relativa à indústria do vestuário, analisando os conflitos que surgem e os assuntos que emergem a partir desse viés. Com isso surge os questionamentos a respeito da necessidade de norma específica, tornando-o um ramo autônomo do direito, e os fatores determinantes para isso, uma vez que internacionalmente e nacionalmente existem diversas abordagens acerca do tema. Com o desenvolvimento da indústria da moda cresce os questionamentos afim de que se entenda como aplicar o Direito da Moda de forma efetiva, observando questões econômicas e jurídicas. Logo, começa-se a pensar em maiores fundamentações jurídicas a respeito do tema, uma vez que ele abrange mais de uma área do direito privado. Com esse estudo, pretende-se fazer uma análise criteriosa afim de entender qual o fator determinante para tornar o Direito da Moda um ramo autônomo do Direito.

Com essas análises, nasce o questionamento: “Existe a necessidade de norma específica para o Direito da Moda?”

Ainda que não se tenha uma resposta jurídica concreta, neste presente estudo será abordado sobre as conexões entre o Direito e a Moda.

O trabalho está dividido em três capítulos, os quais trazem assuntos importantes e relevantes para o entendimento do tema. No primeiro capítulo faz-se uma alusão histórica do Direito da Moda, explicando sobre o seu processo evolutivo ao longo do tempo e frisando as mudanças que ocorreram na Moda, principalmente a partir da década de 1980. Também há uma abordagem a respeito de como a moda é

vista por alguns estudiosos e quais são as áreas do direito que se relacionam com o *Fashion Law*.

Para além disso, é abordado o processo de evolução no Brasil, que não possui normas jurídicas próprias que regulem o Direito da Moda, aprofundando o estudo no tema para defender a necessidade de normas específicas e explicando que no país encontra-se normatização a respeito de propriedade intelectual, que assegura a propriedade industrial e os direitos autorais. No Brasil, a moda compõem parte importante da economia e exerce papel significativo para o mundo quando se fala de sediar eventos de grande destaque nacional e internacionalmente.

O segundo capítulo aborda a ausência de normas específicas e faz-se a defesa de conquista-lá, pois sem norma específica o Direito da Moda fica mais suscetível a sofrer lesões. Então defende-se que a moda precisa do direito pois é ele que vai resguardar seus interesses e defendê-los e o direito precisa da moda para atender os interesses que há na indústria. Ainda, defende-se a regulação das normas jurídicas reconhecendo-a como matéria específica, pois o direito não é inerte ao tempo e está em constantes transformações.

E por fim, no terceiro capítulo traz-se a defesa da necessidade de norma específica, pois o Direito da Moda é a ciência que liga o direito à moda e falando em moda o mundo já se encontra bastante avançado, uma vez que os conglomerados de luxo crescem a cada dia e ganham cada vez mais espaço, principalmente com a globalização que o mundo vive hoje.

Nesse sentido, analisa-se o caso concreto em entre Yves Saint Lauren e Christian Louboutin, duas grifes que travaram uma ação judicial em busca de defender seus interesses individuais. O caso em questão foi considerado o marco do *Fashion Law* de fato, uma vez que causou uma repercussão nunca antes vistas tratando-se dessa temática e fazendo-se pensar sobre qual ambiente estava localizado a moda em âmbito jurídico.

1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA

Na década de 1980 a indústria da moda entra em ascensão criando um modelo de mercado que ligaria dois setores que antes não possuíam vínculo algum: o Direito e a Moda. O mercado de luxo crescia de forma globalizada. E com isso, surgem os conglomerados de luxo, a criação de semana de moda, a internacionalização das feiras do setor e acompanhada de uma crescente diversificação de produtos.

O Direito da moda ou “*Fashion Law*” está relacionado ao direito empresarial e às normas de direito privado. Tem como objeto de estudo as relações que surgem da indústria da moda, contudo ele não se baseia apenas na construção e funcionalidade da área têxtil, mas ele interliga-se à todas as áreas que se ligam à indústria da moda e do entretenimento, seja de forma direta ou indireta.

Ana Mary Sehbe De Carli, afirma:

O vestuário foi uma das primeiras produções da sociedade tecnoindustrial consumista a relativizar seu caráter de necessidade, o primeiro a abraçar mais ostensivamente o processo de moda, que se alargou gradativamente às áreas mais diversas da atividade humana dos objetos industriais à cultura midiática, e da publicidade, às ideologias, da informação ao social. (CARLI, 2012, p. 18).

Observando o que Carol Garcia e Ana Paula Celso de Miranda escreveram, observa-se a diversidade de significados que o conceito “moda” pode apresentar, bem como quantas áreas do saber o termo atinge:

De modo geral, psicólogos veem a moda como busca da individualidade; sociólogos compreendem-na como competição de classe e conformidade social às normas; economistas explicam-na pela busca do escasso, do que é difícil de conseguir; criadores observam a versão estética, os componentes artísticos e o ideal de beleza; historiadores oferecem explicações evolucionárias para as mudanças da moda. Entretanto, a moda em processo não pode ser vista apenas sob determinada ótica. (GARCIA; MIRANDA, 2005, p. 109).

Desse modo, surge a necessidade de pensar nas relações que a moda faz e traz no cotidiano, incluindo e de forma bastante importante a área jurídica. Os diversos conceitos necessitavam ser analisados e estudados de forma individual e profunda,

de uma maneira que conseguisse captar um pensamento estruturado do tema e, por conseguinte, entender a matéria “*Fashion Law*”. A partir daí, advogados e pesquisadores começaram a realizar pesquisas na área, principalmente quanto às questões que relacionavam problemas jurídicos que existiam ou poderiam vir a existir dentro de uma empresa de moda.

Com o aumento de fatos relacionados ao tema, começa-se a pensar na criação da jurisprudência da moda. Se por um longo período faltou uma matéria específica para tal, quando ela começa a ser instigada como objeto necessário a jurisprudência, é observado sua importância, foi o que apresentou Guillermo C. Jimenz, em sua tabela comparativa entre as quantidades de litígios que envolvem Direito da Moda e Direito do Entretenimento nos Estados Unidos no ano de 2010. (JIMENZ, 2013, p. 10). Observa-se que, o Direito do Entretenimento já está estabilizado nos Estados Unidos, enquanto que o Direito da Moda ainda está em sua fase inicial. E é nesse sentido que se vê a necessidade de desenvolver estudos jurídicos que sejam especializados para o setor em questão.

As primeiras orientações no caminho para o exame econômico sobre a cultura que se tem notícia, datam do século XX na Alemanha. Publicado em 1910, em uma revista acadêmica alemã, o artigo “A arte e a economia” tornou-se referência sobre os primeiros estudos sobre este tema em associação com outras publicações voltadas para o mesmo assunto (FREY, 2000, p.16).

Para Barnard (1996 apud FIORINI, 2008), a moda não é apenas uma reverberação ou repercussão de uma formação social, ela é parte dessa composição. Por esse motivo, a moda reflete-se em várias áreas de atuação do ser humano, como por exemplo: na economia, na sociologia, na psicologia, na antropologia, fortemente nas artes e, como não poderia ser diferente, no direito também.

A concepção de moda e seus fenômenos foram divididas em momentos durante a construção da história social. Foi considerada banal, foi considerada apenas como um objeto para tampar a nudez, foi considerada como instrumento estritamente ligado a moral e aos bons costumes e também foi utilizada como um objeto para difundir a segregação socioeconômica e, neste último caso, é importante salientar os efeitos que isso causou na sociedade, pois se existia um padrão social de vestimenta que evidenciava as classes sociais, evidentemente quem sofreu com isso foram aqueles que se encontravam na esfera social menos favorecida.

Sobre o conceito de moda, Ruth Joffily afirma que:

[...]moda é o fenômeno social ou cultural, de caráter mais ou menos coercitivo, que consiste na mudança periódica de estilo, e cuja vitalidade provém da necessidade de conquistar ou manter uma determinada posição social. (JOFFILY, 1999, p. 27).

A moda não é um conceito limitado a algo ou a alguém, é um conceito amplo, que abrange respectivas áreas de nossa vida. A moda é pura arte, e está presente em todos os aspectos e em tudo que fazemos, é a construção do cotidiano, do usual, do bonito, do moderno, mas levando em consideração que cada um desses conceitos é individual, subjetivo e está ligado ao direito de defender não apenas um estilo de vida, mas principalmente a criatividade individual e/ou coletiva, de modo que, esteja protegido e respeite as criações que serão tendências, e é por este motivo que surge a necessidade do Direito da Moda.

1.1 EVOLUÇÃO NO MUNDO

O mundo pós-revolução industrial diversificou não só a forma de produção, mas também a forma de comercialização, assim como o público consumidor e com isso houve uma separação no conceito de valor dos produtos passando a existir o dito valor cultural x valor mercantil.

No século XIX as roupas eram comumente feitas sob encomendas por costureiras e/ou alfaiates, porém este era um trabalho direcionado para o público de classes econômicas consideradas mais relevantes. E foi nesse momento pós-revolução industrial que surge uma produção de roupas em massa e a padronização das peças de vestuário.

A partir da década de 1980, as indústrias têxteis de confecção de peças direcionadas ao vestuário encontram-se diante de um mercado que paulatinamente se torna global e unificado, com início de formação dos conglomerados de luxo, criação de semanas de moda, internacionalização das feiras do setor e crescente diversificação de produtos. (MICHETTI, 2012, p. 33).

Se um mercado expande, principalmente de forma exponencial, conseqüentemente surge problemas naquela área, afinal assim são as relações humanas. No caso do Direito da Moda não foi diferente. Com a indústria em ascensão, verifica-se a necessidade do campo jurídico destinado a estudar e conhecer de forma especializada o campo da moda.

Ganha ênfase neste contexto uma especialidade do direito designada inicialmente por Jeanne Belhumeur como *Droit International de La Mode*), mas que passou a ser denominado posteriormente como *Fashion Law* nos países de língua inglesa, no Brasil como Direito da Moda ou, ainda, na França como *Droit du Luxe* (BELHUMEUR 2010, p. 17).

A obra de Jeanne Belhumeur, “*Droit International de la Mode*”, publicada nos anos 2000 que em português significa Direito Internacional da Moda tem destaque importante, pois data o começo dos primeiros estudos especializados que foram feitos na área. Nesse sentido, observa-se que o intuito de Belhumeur era proteger as criações de moda e entender como isso deveria ser feito não apenas na França, mas de uma forma mundial, uma vez que esse mercado crescia exponencialmente e com isso facilitava-se o acesso em outros lugares do mundo. Logo, esse se torna o objeto de estudo de Jeanne Belhumeur, pois ele buscava entender as criações de moda, assim como analisar qual regime jurídico cabia para a proteção das mesmas.

[..] a tese é dedicada ao estatuto jurídico das criações da moda e do regime de proteção aplicável a essas criações. Caracterizados por um forte elemento de estética, as criações da moda estão na interseção da arte e da indústria, seu caráter ambivalente leva à aplicação de dois regimes: propriedade industrial e direito do autor. Para entender o regime de proteção da moda, é necessário considerar a natureza dos direitos de propriedade intelectual e suas sanções. Tendo em conta os efeitos da territorialidade nacional da propriedade intelectual, os titulares desses direitos devem intelectual, suportar custos consideráveis para sua proteção e defesa. Além disso, o mosaico dos regimes nacionais aplicáveis às criações da moda leva a desigualdades e dificuldades na aplicação do setor da moda além das fronteiras. Por conseguinte, é necessário ultrapassar a proteção nacional em favor de uma abordagem geral sobre a questão. Isso nos leva ao regime internacional de propriedade intelectual. (BELHUMEUR, 2000, p. 12 e p. 17).

A moda é um setor importantíssimo da economia que gira milhões de dólares todos os anos e por isso faz-se necessário analisar os respectivos benefícios que serão tragos com a forte influência do tema e a jurisdição qualificada e eficaz. A falta de jurisdição e entendimento sobre o direito da moda aumenta a propensão de se ferir

a propriedade intelectual, principalmente o produto da criação de grifes que são importantes no mercado e tem grande valor social e econômico na sociedade.

1.2 EVOLUÇÃO NO BRASIL

Ainda que por muito tempo não houvesse uma conceituação definida para moda, ela sempre foi parte essencial da nossa vida e com o decorrer do tempo, especialmente com o fenômeno da globalização e com a onda crescente de padrões, tanto de beleza como sociais, a moda passa a ser vista e/ou definida como um poderoso instrumento para a definição do que é, do que pode ser e do que jamais será.

Bruna Osman, a respeito do Direito da Moda no Brasil:

Infelizmente no Brasil a legislação e jurisprudência relacionadas ao Direito da Moda não são fartas, mas diversos escritórios e instituições de ensino iniciaram os estudos na área, tais como a Universidade de São Paulo, a Fundação Getúlio Vargas, a Universidade do Vale dos Sinos com Curso de Extensão em *Fashion Law*, a Faculdade Santa Marcelina, o Instituto de Direito e Negócios de Moda, as Faculdades Metropolitanas Unidas e o Instituto de Mercado de Capitais (OSMAN, 2017, p. 55 e p 56).

Faz-se necessário, assim, o estudo aprofundado do tema para alcançar a normatização do Direito da Moda que cresce em escala mundial, principalmente nos países mais desenvolvidos. O *Fashion Law* é uma nova forma de ver a área Empresarial, ampliando o olhar para além do campo da Propriedade Intelectual, mas construindo um ramo autônomo que tem suas leis próprias.

João Gomes Filho, afirma sobre a moda:

[...] especialidade ou área de atuação que envolve a criação, o desenvolvimento e a confecção de produtos da moda e atinge diversos segmentos de utilização relacionados com o uso de objetos diretamente sobre o corpo. (GOMES FILHO, 2006, p. 29).

De modo geral, temos normatização da propriedade intelectual, assegurando os direitos autorais e a propriedade industrial, uma vez que, objetos criados a partir desses necessitam de proteção jurídica.

Osman, explica:

A Constituição Federal assegura aos autores o direito exclusivo de utilização, publicação e reprodução de suas obras, além de serem protegidas as participações individuais em obras coletivas e as reproduções de imagem e voz humanas, garantidas a fiscalização do seu aproveitamento econômico. Além disso, no artigo 5º, inciso XXIX, da Constituição Federal também estão protegidos os autores de inventos industriais, a titularidade das marcas, dos nomes empresariais e outros signos distintivos (OSMAN, 2017, p. 61).

De acordo com Newton Silveira:

A criatividade do homem se manifesta ora no campo da técnica, ora no campo da estética. Em consequência, a proteção jurídica ao fruto dessa criatividade também se dividiu em duas áreas: a criação estética é objeto do direito do autor; a invenção técnica, da propriedade industrial (SILVEIRA, 2012, p. 25).

Como não há autonomia no Direito da Moda, existem muitas dúvidas quanto a matéria em questão o que amplia a necessidade da realização de debates a respeito do tema no Brasil. Estuda-se para entender se essa é uma junção de outras disciplinas relacionadas à moda ou de fato é um novo ramo do Direito. Defende-se neste estudo que o Direito da Moda é um novo ramo do Direito. No caso em questão, encontramos o Direito da Moda em ramos autônomos do Direito, como no Direito Empresarial, no Direito Civil e no Direito do Trabalho.

O Brasil tem importante destaque quando falamos sobre o São Paulo Fashion Week, que é um evento internacional voltado a moda e que movimentava a economia do país de forma significativa. Em sentido mundial a cidade de São Paulo já é considerada uma capital da moda.

Da mesma forma, “a consciência dos efeitos do elemento cultural” (SOUZA, 2012, p. 15) tende a fazer o Direito se recriar de modo a se readaptar ao estágio cultural da sociedade. Esse poderia ser o caso do Direito da Moda, um possível novo ramo que atenderia aos interesses relacionados à produção, à circulação dos produtos da moda e ao estágio atual da sociedade em que a Moda ganha cada vez maior espaço e importância (MAIA, 2016, p. 4).

É necessário observar que o Direito está em constante transformação, pois é uma ciência que estuda o Direito individual, dessa forma ela não pode ser inerte, pois ela encontra-se em sintonia com a sociedade e as suas mudanças, porém o objeto de estudo deste trabalho não há ainda essa normatização no Brasil.

E ainda de acordo com Osman:

Mariot afirma que as decisões dos Tribunais Brasileiros pautam suas decisões sobre moda no artigo 7º, da Lei n. 9.610/98161, atinente aos direitos autorais. Mas tal razão não assiste, pois o desenho industrial parece ser o instrumento jurídico suficiente para a tutela de todas as etapas produtivas da moda, seja na concepção, seja na criação do projeto, seja na criação de estampas, ou mesmo na modelagem de vestuários etc. (OSMAN, 2017, p. 65).

No Brasil, diferentemente do entendimento de Gilberto Mariot, a Lei nº 9.610/1998 é utilizada com frequência tendo em vista que muito embora o artigo 7º não inclua a moda em seu rol de obras intelectuais protegidas, prevalece o entendimento no sentido de que o rol do referido artigo é meramente exemplificativo. (BRASIL, 1998).

2 AUSÊNCIA DE NORMAS ESPECÍFICAS

Tornar o Direito da Moda um ramo autônomo é extremamente necessário, pois se não existe uma garantia jurídica voltada para a área, logo ela estará mais exposta a sofrer lesões, bem como a ocorrência de reproduções de cópias em larga escala, fazendo com que um produto em desenvolvimento perca de forma progressiva o seu valor de mercado e se torne “comum”. E com isso detecta-se outro ponto negativo: a ilegalidade na proteção das imagens.

Trata-se de pensar a historicidade do direito, no que se refere à sua evolução histórica, suas ideias e suas instituições, a partir de uma reinterpretação das fontes do passado sob o viés da interdisciplinaridade (social, econômico e político) e de uma reordenação metodológica, em que o fenômeno jurídico seja descrito sob uma perspectiva desmistificadora. (WOLKER, 2006, p.15).

Nas palavras de Wolkmer, o Direito tem um passado, presente e futuro, o que consideramos sua evolução histórica e através desta temos uma perspectiva desmistificadora no campo jurídico de situações, as quais outrora não faziam parte do nosso cotidiano, criando-se assim a relação jurídica para tal fenômeno.

Todo conhecimento científico implica em uma categorização. O Direito também é uma ciência que requer uma classificação ou a tipificação da realidade em estruturas e esquemas normativos (REALE, 2002, p. 58).

Miguel Reale esclarece que:

O Direito, como ciência, não pode deixar de considerar as leis que enunciam a estrutura e o desenvolvimento da experiência jurídica, ou seja, aqueles nexos que, com certa constância e uniformidade, ligam entre si e governam os elementos da realidade, como fato social. (REALE, 2002, p. 56).

A moda precisa do direito para não sofrer consequências do descumprimento de normas ou da informalidade e o direito precisa da moda para conhecer suas peculiaridades e poder atuar de forma a atender os interesses específicos dessa indústria (SOARES, 2021).

Portanto, o Direito da Moda ainda que não fosse um novo ramo, não estaria fora da órbita do sistema jurídico brasileiro essa reunião de regras, de práticas e de disciplinas que atendem a este mercado estão sob a luz da Constituição Federal (MAIA, 2016, p. 5).

O direito da moda tem uma dupla natureza jurídica. Ele regula as relações jurídicas que se estabelecem entre sujeitos de direito privado, nomeadamente as indústrias, as agências de modelos, os modelos, os comerciantes, os designers e os inventores. O direito privado é fonte do direito da moda (ABREU, 2019, p. 12).

Lucas e Bretas asseguram que o instituto do direito autoral é mais receptivo aos produtos de moda, mas ainda assim, “em nenhum momento a Lei 9.610/98 trata especificamente sobre moda, nem ao menos citando a palavra, de maneira que o mais próximo que chega é a expressão, ‘artística’, possibilitando assim pelo fundamento do artigo 5º, inciso I, o registro de moda (LUCAS; BRETAS 2015, p. 28).

O Estudo sobre esse novo campo do Direito é muito importante, pois apesar de ser um novo estudo na área jurídica e não ter jurisdição específica para uma compreensão ampla e eficaz, o Direito da Moda está interligado com setores importantes da vida social, como o comportamento da sociedade, o giro da economia e o principal: entender os motivos que levam os estudiosos a afirmarem que o tema é fundamental na sociedade contemporânea, levando em consideração que explora-se a Propriedade Intelectual, o Direito do Consumidor, Direito Empresarial e outras áreas importantes e já conceituadas no campo do direito.

3 NECESSIDADE DE NORMA ESPECÍFICA

O Direito da Moda tem por objetivo o estudo e a aproximação entre o direito e a moda e com isso regulamentar leis que cuidem e garantam as especificidades referentes à indústria da moda.

O direito da moda ainda não possui um conceito disposto na legislação brasileira, no entanto já começou a ocupar seu espaço e conquistar o mercado. O intuito de incluir a matéria no mundo jurídico é resguardar o direito do criador, como estilistas, artistas e todos aqueles que trabalham para a construção da moda no mundo, seja ela no campo do vestuário ou de objetos que se relacionam, pois estes sujeitos são responsáveis por uma grande cota da economia mundial.

O respaldo da matéria se dá em alguns âmbitos como no âmbito da proteção da propriedade intelectual, da imagem, dos direitos autorais e dos direitos de personalidade. Apesar de o Brasil ainda caminhar a passos curtos para que de fato haja uma legislação específica de *Fashion Law*, em outros lugares do mundo Cortes de Justiça já tiveram que solucionar conflitos de interesses no campo da moda, como foi o conhecido caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent.

Este conflito é o marco que fez surgir o Direito da Moda como uma regulamentação jurídica em 2011, no tribunal do Estado de Nova York. A renomada marca Christian Louboutin iniciou uma batalha judicial contra a grife Yves Saint Laurent e o grande motivo foi a tão famosa sola vermelha que Christian Louboutin usa em seus calçados de luxo e que tornou-se uma referência de suas produções.

Conflitos passíveis de discussões a respeito de direitos que envolviam criações de moda já existiam, no entanto nenhum deles causaram tanta repercussão como houve neste caso. A partir desse momento começou-se a pensar de forma específica sobre qual ambiente se localiza a moda de forma jurídica e foi, então, que nasceu nos Estados Unidos a expressão *Fashion Law*.

O estilista Christian Louboutin utiliza, desde 1992, uma sola vermelha em seus sapatos que são desenvolvidos para o público feminino e que tornou-se característica de sua marca de alta qualidade e glamour. A partir daí viu-se que a empresa Christian Louboutin ganhava grande espaço e notoriedade no mercado de luxo, então o estilista começou a investir de forma significativa em divulgação fazendo disso a sua estratégia

para conquistar cada vez mais espaço no mercado. Foi assim que Louboutin tornou-se o “designer dos soldados vermelhos”.

Em 2008, o estilista registrou sua criação como marca no organismo americano apropriado United States Patent and Trademark Office (USPTO) que no Brasil equivale ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial. O registro foi concedido sob o item “design de calçado feminino de luxo” (*women’s high fashion designer footwear*) e ele passou a ser titular da marca “solado vermelho” (*the red sole mark*) em sapatos de luxo de salto alto (IBAIXE JÚNIOR; SABÓIA, 2008, p. 2).

Evidentemente sapatos com sola vermelha já eram produzidos e comercializados, mas não da mesma forma com que Louboutin criava os seus sapatos. O que se observava em outras criações eram calçados monocromáticos, totalmente vermelhos do começo ao fim.

Observa-se que em 1970, Yves Saint Laurent (YSL) inclusive lançou esse modelo, mas a sola vermelha não havia sido objeto de destaque. Então, em 2011 na temporada de inverno-primavera a marca relança o sapato monocromático. Observa-se que em um primeiro momento (1970) YSL não demonstrou ir contra nenhum padrão comportamental e delituoso contra um concorrente, pois ainda não existia o registro da patente dos solados vermelhos por parte de Christian Louboutin, bem como sequer se discutia de forma eloquente essa relação entre o direito e a moda, mas em 2011 em um relançamento já pode-se pensar a respeito de uma violação de criação, pois o designer Louboutin já havia patenteado sua icônica marca dos solados vermelhos. Diante desse fato, o estilista ingressou com ação judicial em face de Yves Saint Laurent, porque viu a conduta como uma violação de marca.

O juízo de primeira instância julgou improcedente o pedido de Christian Louboutin e a sentença determinou, ainda, que o registro de Louboutin junto ao USPTO fosse cancelado. Na sentença, o juízo entendeu que na Indústria da Moda uma cor não poderia ser objeto de apropriação de uma única marca.

Louboutin recorreu, então, dessa decisão de primeiro grau e o juízo de segunda instância decidiu-se que Louboutin era, sim, o titular do “*Red Sole Mark*” e que o registro junto ao USPTO deveria ser mantido. A YSL então recorreu numa espécie de embargos de declaração (adaptou-se a linguagem do procedimento judiciário americano para facilitar a compreensão) e o Juízo acabou por autorizar a YSL a comercializar sapatos de solado vermelho desde que fossem monocromáticos (IBAIXE JÚNIOR; SABÓIA, 2008, p. 3).

Diante desses fatos, constata-se que as duas marcas tiveram seus direitos resguardados, pois à YSL foi permitida a comercialização de sapatos monocromáticos vermelhos e Louboutin comprovou judicialmente que a cor pode ser objeto de registro de marca quando ela for usada em uma criação original.

O litígio fez com que o tribunal americano se respaldasse das teorias que discorrem sobre patentes e marcas nos Estados Unidos e foi por este motivo que o caso ganhou notoriedade jurídica e ficou conhecido como o propagador da criação do Direito da Moda de fato, fazendo com que se pensasse a respeito das questões que envolvem esse universo.

Como evidenciam Ibaixe Júnior e Sabóia:

Importante e interessante são os questionamentos que provocam o exame do caso, principalmente num imaginário litígio aqui no Brasil. Como ele se sucederia? A cor pode ser objeto de registro de marca pela lei brasileira? Louboutin sairia vencedor? A YSL poderia continuar comercializando sapatos monocromáticos vermelhos? (IBAIXE JÚNIOR; SABÓIA, 2008, p. 3).

Essas perguntas são importantes para se pensar a respeito de jurisdição do Direito da Moda, uma vez que a matéria ainda não está de fato concretizada juridicamente e não possui nenhum respaldo, ocasionando grande desejo de profissionais que se interessam no estudo da *Fashion Law*, principalmente advogados.

CONCLUSÃO

O Direito da Moda, em sua prática, lida rotineiramente com um mercado que faz vínculo ao Direito como matéria efetiva e a Moda como parte do processo criativo e construtivo de empresas e marcas. No entanto, esse processo para de fato fazer com que o tema seja uma matéria jurídica ainda encontra alguns obstáculos. Uma adequada análise sobre o processo cronológico do *Fashion Law* faz com que se entenda o quanto o assunto é recente e necessário. Na década de 1980 surgem os primeiros debates gerados, sobretudo, devido à ascensão do mercado da moda, principalmente o mercado de luxo.

O Direito da Moda relaciona-se com as normas de direito privado, em especial com o direito empresarial e objetiva identificar e determinar as principais queixas que surgem da indústria da moda, não apenas a área de vestuário, mas interligando-se as áreas que abrangem a indústria da moda, uma vez que esse é um termo que atinge mais de uma área.

Para que estudos sobre o *Fashion Law* sejam mais eficazes e identifiquem as necessidades de regulamentação jurídica para o termo diversos conceitos devem ser analisados, afim de estruturar um pensamento do tema e entender qual viés será defendido pelo mesmo. Esses estudos são periodicamente dirigidos ao tema e devem basear-se em dados confiáveis que identifiquem os atores que estão albergados nesse nicho de mercado e como ele servirá para fazer valer as garantias constitucionais. Desta forma, com este estudo, pretendeu-se despertar nos estudiosos de Direito a importância de uma adequada coleta e completo registro de dados, uma vez que dados que merecem ser contemplados com vistas à melhoria do sistema de informação e conseqüentemente à realização de pesquisas em Direito da Moda, deixam de ser processados por não serem adequadamente coletados.

Constatadas as limitações supracitadas e que são enfrentadas para o exercício do Direito da Moda no mundo jurídico, sugere-se que a análise comece pelos dados que estes dispõem e que são obtidos no seu próprio serviço, tais como os índices de litígios que envolvem Direito da Moda, Direito de Propriedade Intelectual e Direito de criação, a taxa de ocorrência de problemas relacionados à matéria, a falta de conteúdo no ordenamento jurídico e até mesmo a possibilidade de uma criação sofrer danos maiores são os motivos pelos quais defende-se o *Fashion Law*.

Este exercício de análise levará o profissional a conhecer melhor a situação em que se encontra os fatos; contribuirá para melhorar a sistematização do Direito da Moda e a análise de dados que pautem sobre o assunto, além do que permitirá ao profissional desenvolver o espírito crítico e a capacidade analítica na forma de ver e pensar as situações que ligam moda e direito, auxiliando este profissional responder às questões que emergem no exercício de sua prática e por conseguinte conectar o mundo acadêmico ao mundo profissional.

Com a sugestão supracitada espera-se que, nas próximas décadas, o Direito da Moda possa ir além dos limites das avaliações bibliográficas e seja de fato um ramo autônomo do Direito.

Assim, como resposta ao questionamento levantado na introdução do presente estudo: “A necessidade de regulamentação do Direito da Moda”, (não se pretende colocar, de forma alguma, o Direito da Moda como uma ciência superior às demais), porém esta parece conformar-se como subsídio fundamental às práticas de direito, em especial no planejamento das ações a serem implementadas pelo Direito da Moda.

FASHION LAW AND THE NEED FOR REGULATION

ABSTRACT

Introduction: If originally Law and Fashion were not related, nowadays this science is on the rise and is applied to thematic areas, among which Fashion Law stands out. The study on the subject promotes discussions on the need for legal regulation of Fashion Law, so that it becomes an autonomous branch of law with its own rules, which aims to prevent legal injuries and promote the theme. **Objective:** To identify the role of Fashion Law for material law with the perspective of positioning this science as the possibility of connecting the academic world to the professional world. **Materials and Method:** This is a bibliographic research carried out through electronic consultation of articles based on the descriptors "Fashion Law", "Fashion Law" and "need for a specific standard." **Results:** It was noticed that this science is configured as a way to contribute to the development of actions in law, especially for private law, which can, through a specific rule, implement and evaluate the impact of the proposed actions. **Conclusion:** The present study intends to awaken the importance of an adequate analysis of the subject with a view to improving Fashion Law and consequently the legal world. It is expected, therefore, that the development of research in Fashion Law can go beyond the limits of bibliographic evaluations, becoming an autonomous and effective branch. **Keywords:** Fashion Law. Fashion Law. Specific rule required.

REFERÊNCIAS

ABRAVEST. **Associação Brasileira do Vestuário**. Panorama Geral do Setor. Disponível em: <<http://abravest.org.br/site/abravest-2/panorama-do-setor/>> Acesso em: 25 set. 2022.

AUBERT, Jean-Luc: **Introduction au droit et thèmes fondamentaux** du droit civil, 10. ed. Paris: Armand Colin, 2004.

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

BELHUMEUR, Jeanne. **Droit International de la Mode**. Canova: Società Libreria Editrice, 2000.

BENDASSOLLI, Pedro F. et al. **Indústrias Criativas: Definição, Limites Possibilidades**, Fundação Getúlio Vargas, Revista de Administração de Empresas, vol. 49, n. 1, 2009.

BENFATTI, Fábio Fernandes Neves. **Atuação do Estado no desenvolvimento econômico: a inovação tecnológica como eixo estruturante do desenvolvimento no Brasil**. Tese (Doutorado em Direito Político e Econômico) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2017.

BLAKLEY, Johana apud FERNANDES, Ligia Durrer; PEDROSO, Têmis Chenso da Silva Rabelo. **Fashion Law: a proteção jurídica da moda**. Revista de Direito Empresarial, vol 7/2015, janeiro-fevereiro, 2015.

BRAGA, João Neto, **História da moda: uma narrativa**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm> Acesso em: 25 setembro 2022.

_____. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. **Regula direitos e obrigações Relativos à propriedade industrial**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm>. Acesso em 25 setembro. 2022.

_____. Lei nº 11.080, de 30 de dezembro de 2004. **Autoriza o Poder Executivo a Instituir Serviço Social Autônomo denominado Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial - ABDI, e dá outras providências**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2004-2006/2004/lei/111080.htm. Acesso em: 25 setembro 2022.

CHRISTO, Deborah Chagas. **Designer de moda ou estilista? Pequena reflexão sobre a relação entre noções e valores do campo da arte, do design e da moda**. In: PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). Design de moda: olhares diversos. São Paulo:

Estação das Letras, 2008.

DE CARLI, Ana Mary Sehbe. **O sensacional da moda**. Caxias do Sul: EDUCS, 2012.

DIAS, Julieta Prata de Lima. **Terminologia de moda: conceitos e definições**. Acta Semiótica et Lingvistica, Universidade Federal da Paraíba, v.16, n. 1, p. 215 – 253.

FERNANDES, Ligia Durrer; PEDROSO, Têmis Chenso da Silva Rabelo. **Fashion Law: a proteção jurídica da moda**. Revista de Direito Empresarial, vol 7/2015, janeiro-fevereiro, 2015.

FERRAZ JÚNIOR, Tércio Sampaio. **Introdução ao Estudo do Direito: Técnica, decisão, dominação**. 5. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2007.

FILHO, João Gomes. **Design do objeto bases conceituais: design de produto/ design gráfico design de modal design de ambientes/ design conceitual**. São Paulo: Escrituras, 2006.

GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula Celso de. **Moda é Comunicação: experiências, memórias, vínculos**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

IBAIXE, Jr; SABÓIA, Valquíria. **Direito da Moda e o caso Christian Louboutin**. Disponível em: < https://www.oabsp.org.br/comissoes2010/gestoes2/2016-2018/estudos-direito-literatura-filosofia/artigos/01_Direito%20da%20Moda%20e%20o%20caso%20Christian%20Louboutin.pdf. Acesso em 10 de novembro de 2022.

INTERNATIONAL TRADEMARK ASSOCIATION. Suíça: **Christian Louboutin perde recurso de marca registrada**. Disponível em: <<https://www.inta.org/INTABulletin/Pages/Switzerland7116.aspx>>. Acesso em 25 setembro 2022.

JIMENEZ, Guillermo C. Fashion Law - **Overview of a New Legal Discipline**. In: JIMENEZ, Guillermo C; KOLSUN, Barbara (Org.) Fashion Law: A guide for Designers, Fashion Executives and Attorneys. New York, United States Of America: Ed. Fairchild Books, 2013, p.10, tradução nossa.

JOFFILY, Ruth. **O Brasil tem estilo?** Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 1999.

_____. **Teoria geral do direito e do estado**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998. Tradução Luís Carlos Borges.

_____. **Teoria Pura do Direito**. 6. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998. Tradução João Baptista Machado.

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

LUCAS, André Rafael Monteiro; BRETAS, Hugo Ribas. **Direito e Moda: as formas**

de registro de marcas e patentes. Letras Jurídicas, v.1, n.2, 2.0. semestre de 2015.

MARIOT, Gilberto. **Fashion Law: a moda nos tribunais.** São Paulo: Editora Estação das Letras, 2016.

MICHETTI, Miqueli. **Moda brasileira e trocas simbólicas.** São Paulo, UNICAMP, 2012.

NAVALON, Eloize. **Design de Moda: Interconexão Metodológica.** 2008. 102 f. Dissertação (Mestrado em Design) - Curdo de Pós-Graduação em Design, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2008. p. 28.

OSMAN, Bruna de Souza. **Fashion Law: Desconstrução do Direito da Moda no Brasil.** Disponível em <https://dspace.mackenzie.br/bitstream/handle/10899/24055/Bruna%20Homem%20de%20Souza%20Osman.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 25 setembro 2022.

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

REALE, Miguel. **Filosofia do direito.** 20. Edição. São Paulo: Saraiva, 2002.

ROCHA, Manuel Lopes. **Fashion Law: o mundo das marcas e patentes.** 2011. Disponível em: <<http://solteagravata.com/2011/06/16/fashion-law-%E2%80%93-0-mundo-das-marcas-e-patentes/>>. Acesso em 25 setembro 2022.

SILVA, Edson Schrot da. **O sistema brasileiro da inovação e seus desafios perante questões políticas, econômicas e sociais.** Dissertação (Mestrado em 103 Direito Político e Econômico) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2014.

SOARES, Renata Domingues Balbino Munhoz. **Fashion Law: posição favorável.** Carta Forense, ed n.o. 166, p. 20, março, 2017.

TOMAZETTE, Marlon. **Teoria Geral e Direito Societário.** Vol.1. 6. ed. 2015.

VENOSA, Silvio de Salvo. **Introdução ao estudo do direito: primeiras linhas.** São Paulo: Atlas, 2004.