



**PUC
GOIÁS**



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

FASHION LAW:

**A PROTEÇÃO À PROPRIEDADE INTELECTUAL DO DESIGN DE MODA NO
BRASIL**

ORIENTANDA – VALÉRIA PIRES DA COSTA

ORIENTADOR - PROF. DR. GIL CÉSAR COSTA DE PAULA

**GOIÂNIA
2022**

VALÉRIA PIRES DA COSTA

FASHION LAW:

A PROTEÇÃO À PROPRIEDADE INTELECTUAL DO DESIGN DE MODA NO
BRASIL

Projeto de Artigo Científico apresentado à disciplina Trabalho de Curso I, da Escola de Direito, Negócios e Comunicação, Curso de Direito, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUCGOIÁS).

Prof. Orientador – Dr. Gil César Costa de Paula

GOIÂNIA
2022

VALÉRIA PIRES DA COSTA

FASHION LAW:

A PROTEÇÃO À PROPRIEDADE INTELECTUAL DO DESIGN DE MODA NO
BRASIL

Data da Defesa: ____ de _____ de _____

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof.: Dr. Gil César Costa de Paula Nota

Examinador (a) Convidado (a): Prof. (a): Dra Marina Rúbia Nota

SUMÁRIO

RESUMO.....	04
INTRODUÇÃO.....	05
1 FASHION LAW	08
1.1 CONCEITO	08
1.2. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO DIREITO DA MODA NO BRASIL	10
1.3. ABORDAGEM JURÍDICA.....	11
2 APLICABILIDADE E EFICÁCIA DA PROTEÇÃO AO DESIGN DE MODA NO BRASIL.....	13
2.1 LEI DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL.....	13
2.1.1. Patente.....	14
2.1.2. Desenho industrial.....	15
2.1.3. Marca	16
2.2 LEI DE DIREITOS AUTORAIS.....	17
3 ANÁLISE NO DIREITO COMPARADO DO TRATAMENTO JURÍDICO CONFERIDO À INDÚSTRIA DA MODA.....	18
3.1 DIREITO ESTADUNIDENSE	18
3.2 DIREITO FRANCÊS.....	19
CONCLUSÃO	20
RESUMO EM LÍNGUA ESTRANGEIRA	22
REFERÊNCIAS.....	23

FASHION LAW:**A PROTEÇÃO À PROPRIEDADE INTELECTUAL DO DESIGN DE MODA NO BRASIL**Valéria Pires da Costa¹

Tendo em vista que o mercado *fashion* representa grande parte da economia mundial, o presente trabalho buscou analisar os instrumentos de proteção à propriedade intelectual voltados ao design de moda no Brasil. Mediante pesquisa bibliográfica e doutrinária, realizou-se a conceituação dos institutos de patente, desenho industrial e marca, bem como dos regramentos previstos na lei nº 9.610/98, que tutela os direitos autorais. Através da abordagem doutrinária realizou-se uma análise jurídica sobre os referidos institutos presentes na lei nº 9.279/96, averiguando o alcance dos resultados na proteção do design de moda no Brasil, e verificou-se que as medidas para proteção da propriedade industrial são suficientes para conferir segurança ao mercado *fashion*. Todavia, constatou-se também que em que pese o mercado *fashion* estar protegido no ordenamento jurídico brasileiro pelos institutos presentes nas leis de propriedade industrial e direito autoral, ainda existem lacunas que somente uma legislação voltada à proteção da moda poderia conferir. No âmbito do direito comparado, percebeu-se com o direito estadunidense e francês necessidade de criação de uma legislação específica para proteger de forma eficaz o mercado *fashion*.

Palavras-chave: *Fashion Law*. Propriedade industrial. Direito autoral. Direito comparado.

¹ Graduanda do curso de Direito da Pontifícia Universidade Católica de Goiás

INTRODUÇÃO

Tendo em vista que a moda consiste no resultado da união de diversos aspectos, entre os quais históricos, econômicos e sociais, pode-se afirmar que ela age sobre determinado contexto, de maneira tal que reflete um conceito para além do que é perceptível visualmente. Trata-se de expor o "espírito do tempo", que advém das transformações pelas quais a sociedade passa ao longo de seus períodos e momentos da história (JONES, 2011).

Dessa forma, o direito enquanto ciência jurídica que acompanha as mudanças sociais, na medida em que os processos legais refletem os valores, problemas e insatisfações coletivas para atender determinada necessidade, pode-se afirmar que o direito também está atrelado às transformações sociais advindas com a moda.

Assim sendo, importa destacar que da união entre esses dois instrumentos que refletem as transformações sociais, surgiu o *Fashion Law*, conhecido no Brasil como, Direito da Moda. Trata-se este do ramo mercadológico de atuação especializada, cuja aplicação no ordenamento brasileiro é regido pela legislação esparsa, de forma sistêmica, e aplicada frente a cada caso analisado de acordo com sua especificidade e necessidade, todos relacionados à moda.

No Brasil, importa destacar que embora exista no Brasil grandes instrumentos normativos que tutem a cadeia de produção e comércio, através do sistema de patentes, marcas, desenhos industriais e ainda todos os direitos pertinentes ao âmbito autoral, não há legislação específica para às criações de moda, e menos ainda para o conjunto-imagem de uma marca.

Dessa evidente realidade decorre inúmeros problemas sociais e lacunas normativas, exemplo disso consiste no fato de que litígios que envolvam a apropriação indevida da imagem de uma marca do âmbito *fashion* por outra são solucionados com a aplicação de dispositivos que regulamentam a concorrência desleal (UNIAS, 2016).

Além disso, urge destacar ainda que a área de abrangência do *Fashion Law* expande-se conforma dinamicidade das demandas e casos concretos que

requerem a aplicação de uma norma jurídica para o litígio vivenciado. Diante disso, da grande dinamicidade em questão, surge a necessidade de uma grande interdisciplinaridade de áreas do direito, entre os quais: a) o direito civil, para tutelar a esfera de contratos, principalmente; b) o direito do trabalho, para disciplinar sobre as relações trabalhistas; c) o direito constitucional, como garantia dos direitos fundamentais; d) o direito empresarial, como imprescindível ferramenta para cuidar do exercício da atividade econômica organizada de fornecimento de bens ou serviços voltada para a moda; e) e ainda o direito penal/criminal, enquanto *ultima ratio*, para os casos em que os demais direitos forem infringidos, afim de evitar a ocorrência de atos ilícitos ou de puni-los à altura da lesão ou do perigo a que submeteram determinado bem jurídico, voltados à indústria, comércio, criações, marcas ou registros no âmbito *fashion*.

Assim, diante da percepção de que inúmeras são as questões que envolvem a indústria e o comércio da moda brasileira que necessitam a aplicação de normas jurídicas, o presente trabalho volta-se para a análise do avanço normativo e jurídico no que se refere à proteção à propriedade intelectual do design de moda no Brasil através da verificação da efetividade dos institutos de patente, desenho industrial e marca, disciplinados pela lei nº 9.279/96, voltados para o mercado *fashion*, bem como mediante a discussão quanto aos reflexos e eficácia da Lei nº 9.610/98, de 19 de fevereiro de 1998, na proteção ao direito autoral aplicada aos projetos de moda no país.

Para isso, o presente trabalho conta com uma metodologia pautada na pesquisa bibliográfica e doutrinária dos supracitados dispositivos legais, fim de verificar a proteção jurídica conferida ao mercado *fashion* no Brasil, mediante análise dos institutos de patente, desenho industrial e marca, bem como dos regramentos que tutelam os direitos autorais. Com esse propósito, a pesquisa bibliográfica se fundamenta em artigos científicos e pesquisas no direito comparado visando a coleta de informações acerca do panorama proporcionado pela referida proteção. O presente trabalho conta também com uma abordagem qualitativa obtida através de pesquisa de casos concretos realizada mediante análise de jurisprudências e artigos jornalísticos.

O trabalho será dividido em três partes. No primeiro capítulo será tratado a conceituação de *fashion law*, bem como a evolução histórica da moda no Brasil, além se realizar uma abordagem jurídica acerca dessa análise histórica. O segundo capítulo volta-se para o estudo da aplicabilidade e eficácia da proteção ao design de moda no Brasil, mediante análise legislativa sobre as normas que disciplinam sobre a propriedade industrial e os direitos autorais. E por fim, o terceiro capítulo busca realizar uma análise no direito comparado do tratamento jurídico conferido à indústria da moda a partir do estudo do direito e jurisprudência estadunidense e francesa, e assim, dispondo sobre a efetividade jurídica da lei brasileira aplicada à indústria da moda.

1 FASHION LAW

Tendo em vista que a indústria têxtil e todo o processo de criação do mercado *fashion* é dotada de grande relevância econômica em nível global por movimentar em torno de US\$1 trilhão anualmente (PLÁCIDO, 2015), configura esta uma área de grande importância para a economia, bem como acarreta notórias consequências jurídicas com suas relações. Nesse sentido, surgiu precipuamente nos Estados Unidos e posteriormente se difundiu para o mundo inteiro o conceito e estudo do Fashion Law.

Assim sendo, imprescindível se apresenta, portanto, a conceituação deste importante ramo do direito, bem como, a concomitante análise a cerca da evolução histórica da moda no Brasil e ainda a realização de uma abordagem jurídica quanto a matéria.

1.1 CONCEITO

O *fashion law* consiste em uma tradução literal no direito da moda. Trata-se este do ramo mercadológico de atuação especializada, cuja aplicação no ordenamento brasileiro é regido pela legislação esparsa, de forma sistêmica, e aplicada frente a cada caso analisado de acordo com sua especificidade e necessidade, todos relacionados à moda.

Conforme observa Braga (2019), o *fashion law*,

(...) identifica a área do direito que se dedica a estudar, a entender e a regularizar as relações jurídicas que estão relacionadas à indústria da moda. Em síntese, o Fashion Law dialoga com diversas áreas do direito já existentes, como o Direito da Propriedade intelectual, Direito Civil, Direito Empresarial, Direito do Trabalho, Direito Tributário entre outras áreas, todos eles aplicados especificamente à indústria da moda, exigindo do advogado atuante um conhecimento interdisciplinar e uma expertise de mercado.

Importa destacar que embora exista no Brasil grandes instrumentos normativos que tutem a cadeia de produção e comércio, através do sistema de patentes, marcas, desenhos industriais e ainda todos os direitos pertinentes ao âmbito autoral, não há legislação específica para às criações de moda, e menos ainda para o conjunto-imagem de uma marca.

Desse modo, percebe-se que o desígnio do direito da moda consiste em englobar a propriedade intelectual, tendo em vista se tratar de um dos pilares deste instituto, ao possibilitar a proteção jurídicas até então às criações nas inúmeras áreas da indústria da moda.

Tendo isto em vista, ao existir também inúmeras outras áreas e atividades que necessitam de orientação e proteção normativa para acontecerem na realidade fática, a temática do *fashion law* representa para o mundo jurídico é por diversas vezes considerado uma inovação, mas também simplesmente a aplicação de um agrupamento de normas jurídicas em vigor em determinado país (SCAFIDI, 2012).

Inegável é, no entanto, que o *Fashion law* configura um novo conceito que se propõe a reger os conflitos jurídicos do mercado da moda. Ao definir o campo de atuação do direito da moda a fim de transmitir a importância desse ramo jurídico, De Bona e Santos (2022) discorrem sobre as áreas de atuação, exemplificando através de direito autorais, propriedade industrial *trade dress*, concorrência parasitária, direito do consumidor, privacidade, regulação da internet e sustentabilidade, além de relações de trabalho e societárias.

Os referidos autores a complexidade decorrente das relações jurídicas advindas do mercado *fashion* requerem a observância rígida e criteriosa a ser seguida de textos legais. Exemplo disso advém do próprio fato de que uma "uma simples reprodução da estampa de um grafismo indígena precisa de autorização do cacique da tribo. Isso porque existem leis que protegem a propriedade cultural dos indígenas e o direito autoral precisa ser respeitado" (DE BONA; SANTOS, 2012).

No caso de um grafismo indígena, a autorização e o consequente uso de imagem são protegidos pela FUNAI, que dispõe sobre o direito de imagem indígena e os direitos morais e patrimoniais do indivíduo. Mas cada caso é um caso. Atualmente vemos muitas implicações de apropriação cultural, cópia de produtos e afins. Obviamente, cada situação deve ser analisada para identificar a respeito de qual área estamos falando. Importante ressaltar que a atenção não é voltada apenas para o produto final, mas de toda cadeia produtiva, desde a matéria prima até à comercialização da mercadoria (DAHLKE, 2018).

Diante disso, infere-se que o *fashion law* não trata-se de um ramo autônomo do Direito, em virtude do fato de que não existem leis ou normas específicas que regulamentem as situações e relações no que concerne à indústria, comércio e inclusive o processo de criação da moda. Todavia, inerente ao crescimento e

importância da indústria têxtil no Brasil, gradativamente esse ramo do Direito conquista mais espaço (DAHLKE, 2018).

1.2. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO DIREITO DA MODA NO BRASIL

O termo *fashion law* tem origem com a criação da disciplina jurídica curso de Direito da *Fordham University* (NY, EUA), por iniciativa da professora Susan Scafidi, em 2006. Diante do repercussão da particularização deste segmento jurídico, inúmeros estudos começaram a ser desenvolvidos, e com isso houve cada vez mais o vislumbre de juristas quanto a necessidade de ampliar os conhecimentos dentro do setor da moda. Essa ampliação visava a compreensão das especificidades do segmento, com a criação de soluções assertivas de proteção às atividades desenvolvidas do setor, bem como a garantia de direitos de modo mais específico (BRAGA, 2019).

Nesse ínterim de denominação deste ramo mercadológico, foi criado o *Fashion Law Institute*, que constitui uma organização sem fins lucrativos e o primeiro centro acadêmico em nível mundial voltado para administração de questões jurídicas e de negócios pertencentes à indústria da moda.

O Brasil foi um dos países pioneiros ao integrar a denominação e vertente jurídica do *fashion law* em seu ordenamento jurídico, mesmo que não através de normas, mas principalmente mediante a doutrina. Isto decorre do fato de que em 2012, foi criado o Fashion Law & Business Institute Brazil (FBLI).

Posteriormente a isso, no ano de 2016, foram criadas Comissões de Direito da Moda (CDMD) da Ordem dos Advogados do Brasil, inicialmente nas seccionais do Rio de Janeiro e São Paulo e, posteriormente, em outros estados. A criação dessas comissões tinha por objetivo aproximar o Direito com a indústria da moda, familiarizando os operadores jurídicos com os problemas atinentes a essa indústria, bem como estimulando a criação de soluções no âmbito protecionista ao mercado *fashion* (PORTILHO, 2019).

1.3. ABORDAGEM JURÍDICA

Tendo em vista que o direito acompanha as transformações sociais, na medida em que reflete as percepções, valores e conflitos de uma sociedade, importa destacar que sua dinamicidade deu origem ao *Fashion Law*, traduzido como Direito da Moda. No entanto, no Brasil embora não haja uma lei específica para disciplinar esse ramo mercadológico do direito, o ordenamento jurídico brasileiro vigente oferece a proteção legal ao design de moda mediante as leis nº 9.279/96 e 9.610/98, que disciplinam, respectivamente, sobre a propriedade industrial e direitos autorais.

Os institutos de patente, desenho industrial e marca, disciplinados pela lei nº 9.279/96, enquanto medidas para proteção da propriedade industrial são importantes para conceder proteção ao design de moda no Brasil, ante a ausência de uma legislação específica para tutelar sobre o direito “*fashion*”.

Não obstante, importa destacar que nem sempre a proteção jurídica conferida ao mercado *fashion* no Brasil encontra respaldo nesses institutos, razão pela qual adota-se também a lei nº 9.610/98, que dispõe sobre o direito autoral, para contemplar o *Fashion Law* em sua totalidade.

Importa destacar ainda que as questões pertinentes ao Direito da Moda não somente se restringem à propriedade intelectual e ao direito autoral, enquanto institutos do direito empresarial. Isto porque dialoga com diversas áreas do direito já existentes. Nesse sentido, urge mencionar que

Com o passar dos anos, além dos problemas relativos à proteção das criações propriamente ditas (pela Propriedade Intelectual), o *Fashion Law* passou a discutir outros problemas da Indústria da Moda, tais como o trabalho infantil e análogo à escravidão, questões tributárias, societárias, ambientais, dentre várias outras, demandando a atuação de advogados das respectivas áreas (PORTILHO, 2019).

Assim, a área de abrangência do *Fashion Law* expande-se conforme dinamicidade das demandas e casos concretos que requerem a aplicação de uma norma jurídica para o litígio vivenciado. Diante disso, da grande dinamicidade em questão, surge a necessidade de uma grande interdisciplinaridade de áreas do direito, entre os quais: a) o direito civil, para tutelar a esfera de contratos, principalmente; b) o direito do trabalho, para disciplinar sobre as relações trabalhistas; c) o direito constitucional, como garantia dos direitos fundamentais; d) o direito empresarial, como

imprescindível ferramenta para cuidar do exercício da atividade econômica organizada de fornecimento de bens ou serviços voltada para a moda; e) e ainda o direito penal/criminal, enquanto *ultima ratio*, para os casos em que os demais direitos forem infringidos, afim de evitar a ocorrência de atos ilícitos ou de puni-los à altura da lesão ou do perigo a que submeteram determinado bem jurídico, voltados à indústria, comércio, criações, marcas ou registros no âmbito *fashion*.

2 APLICABILIDADE E EFICÁCIA DA PROTEÇÃO AO DESIGN DE MODA NO BRASIL

Tendo em vista que o *Fashion Law* não se trata de um ramo autônomo do Direito, e que a área têxtil representa um grande expoente da indústria brasileira, apresenta-se de suma importância a análise do arcabouço jurídico que tutela o referido segmento.

Urge destacar que na ausência de um aparato jurídico próprio para tutelar as criações e comércio têxtil, ocorre uma interdisciplinaridade entre as áreas do direito, cada qual atendendo a dinâmica demanda que surge conforme as diferentes situações. Todavia, preponderantemente, aplica-se a Lei nº 9.279/96 (Lei de Propriedade Industrial) e a Lei nº 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Dessa forma, no presente capítulo analisa-se a aplicação dos diferentes institutos oriundos das leis supramencionadas que integram o arcabouço jurídico de direitos intelectuais, concomitantemente com o estudo de suas principais características, bem como suas limitações diante a análise quanto à eficácia protetiva dos referidos instrumentos.

2.1 LEI DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL

A propriedade intelectual consiste no direito que um indivíduo detém sobre bens imateriais intangíveis. A sua caracterização enquanto tal obteve maior importância no mundo jurídico, bem como na esfera econômica a partir do advento de melhores instrumentos para reprodução em massa dos produtos fruto do intelecto humano.

Todavia, com o aperfeiçoamento da indústria ao longo do tempo, e assim, com seu crescimento, necessidade se fez quanto a atribuição de um tratamento jurídico diferenciado às criações intelectuais, conforme as destinações que as invenções humanas adquiriram. Desse modo, a propriedade intelectual passou a dividir-se e se diferenciar em direitos autorais e na propriedade intelectual propriamente dita:

As diversas produções da inteligência humana e alguns institutos afins são denominadas genericamente de propriedade imaterial ou intelectual, dividida em dois grandes grupos, no domínio das artes e das ciências: a propriedade literária, científica e artística, abrangendo os direitos relativos às produções intelectuais na literatura, ciência e artes; e no campo da indústria: a propriedade industrial, abrangendo os direitos que têm por objeto as invenções e os desenhos e modelos industriais, pertencentes ao campo industrial (PIMENTEL, 1999).

No ordenamento jurídico brasileiro, a propriedade intelectual possui uma legislação própria, instituída pela Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1966. Conforme determina em seu artigo 1º, o dispositivo legal visa regular os direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.

Importa esclarecer que essa proteção conferida aos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante a concessão de alguns institutos, entre os quais, a patentes de invenção e de modelo de utilidade, o registro de desenho industrial e o registro de marca.

2.1.1. Patente

A patente consiste no direito concedido pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), ao inventor ou titular, oferecendo-lhe uso exclusivo de uma invenção sobre determinado período de tempo. Conforme estabelece a lei da propriedade industrial mediante o artigo 40, a patente de invenção vigorará pelo prazo de 20 (vinte) anos e a de modelo de utilidade pelo prazo 15 (quinze) anos contados da data de depósito.

Todavia, para que o autor de uma invenção ou de um modelo de utilidade obtenha a proteção jurídica ao seu invento, por meio da concessão da respectiva patente, precisa demonstrar o preenchimento de alguns requisitos de patenteabilidade. Dessa forma, constituem requisitos essenciais para que haja a concessão da patente: a) novidade (quando a invenção ou o modelo de utilidade não estão compreendidos no estado da técnica; b) atividade inventiva (originalidade de modo a provar que a invenção ou modelo de utilidade não decorrem de maneira evidente do estado da técnica) ; c) aplicação industrial ou industriabilidade (quando a invenção ou o modelo de utilidade possam ser utilizados ou produzidos em qualquer

tipo de indústria), e; d) licitude (ou desimpedimento), através da observância do artigo 8º da LPI (Lei de Propriedade Industrial) (CRUZ, 2020).

No que se refere à indústria da moda,

(...) a patente de invenção de produtos de moda desenvolvidos por meio da *moulage* com total aproveitamento de matéria-prima, por exemplo, diz respeito à técnica de desenvolvimento de roupas por meio da modelagem tridimensional, ajustando-as ao corpo do interessado por meio de dobraduras, de modo que evite o dispêndio de tecido. Ademais, as roupas confeccionadas com a invenção têm a característica de poderem ser utilizadas de maneiras distintas por pessoas de diferentes tamanhos (UNIAS, 2016).

2.1.2. Desenho industrial

Por sua vez, o desenho industrial conceitua-se como sendo “a forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial”, conforme dispõe o artigo 95 da LPI.

Importa esclarecer ainda que a supramencionada lei ainda estabelece que o desenho industrial será considerado novo quando não for compreendido no estado da técnica e original quando dele resulte uma configuração visual distintiva, em relação a outros objetos anteriores.

Importa destacar que por ser objeto de registro perante o INPI, o desenho industrial, conforme preceitua o artigo 108 da LPI, confere ao seu titular o direito de exploração exclusiva “pelo prazo de 10 (dez) anos contados da data do depósito, prorrogável por 3 (três) períodos sucessivos de 5 (cinco) anos cada.

Aplicado ao mercado da moda, vê-se a aplicação do instituto de desenho industrial preponderantemente em relação aos desenhos de moda ou croquis. Isso ocorre na medida em que estes se enquadram na hipótese de desenho industrial para obterem a proteção legal, conforme preconiza o art. 95 da Lei de Patentes, ao serem implicarem em uma alteração na forma de um objeto – a vestimenta ou adereço –, possuindo objetivos puramente estéticas, sem interesse na melhoria de seu funcionamento (BÖGER, 2016).

2.1.3. Marca

Já no que se refere à marca, esta consiste nos “sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais”, conforme preceitua o artigo 122 da LPI.

Nesse sentido,

(...) constitui marca todo nome ou sinal hábil para ser apostado a uma mercadoria ou produto ou a indicar determinada prestação de serviço e estabelecer para o consumidor ou usuário uma identificação. É importante destacar que o sinal ou nome não é o produto, acresce-se a ele. Se está integrado ao produto por sua própria forma, não é caso de marca, mas de desenho industrial. [...] Em suma, marca é um sinal que adere ao produto para identificá-lo e que deve ser suficientemente característico para preencher essa finalidade (FURTADO, 1996).

Isto posto, entre os institutos da Lei de Propriedade Intelectual, o registro da marca constitui um dos mais expressivos instrumentos de proteção do *Fashion Law*, uma vez que resguarda o direito dos indivíduos e empresas ao sinal que as representa.

Importa destacar ainda que a referida proteção é grandemente expressiva, inclusive com um artigo dedicado totalmente às marcas de alto renome (art. 125, LPI), ao dispor proteção especial nos seguintes termos: “à marca registrada no Brasil considerada de alto renome será assegurada proteção especial, em todos os ramos de atividade”.

A razão para isso decorre principalmente do fato de que o negócio da moda fomenta a indústria por todo o mundo, e por envolver inúmeros fatores e segmentos e influenciar expressivamente a economia, merece, portanto, atenção e proteção especial. Exemplo disso, verifica-se com o fato de que todos os anos as holdings como a LVMH MoëtHenessy, detentora de marcas de alto luxo, como Dior, Fendi, Givenchy e Louis Vuitton, assim como a Burberry Group e Ralph Lauren, gastam milhões de euros para criação de suas coleções, gerando assim emprego e renda, movimentando o mercado econômico. Conforme levantamento realizado, o negócio da moda fomenta a economia movimentando anualmente U\$\$ 2,4 trilhões de dólares (DIDERICH; JARVIS, 2016).

2.2 LEI DE DIREITOS AUTORAIS

No ordenamento jurídico brasileiro, os direitos autorais encontram previsão constitucional entre os direitos fundamentais expressos no artigo 5º, mediante inciso XXVII, que estabelece “aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar” (BRASIL, 1988)

Há no Direito brasileiro a Lei de Direitos Autorais, que regulamenta os direitos considerados autorais, bem como àqueles que lhes são conexos. Tais direitos, tem por finalidade conferir proteção, direitos e deveres às criações humanas artísticas musicais, dramáticas, científicas e bem como a seus inventores.

Importa destacar que diferentemente do Direito de Propriedade Industrial que decorre de um ato de natureza constitutiva, o Direito Autoral surge no momento de criação da obra, independente de haver ou não o registro.

Aplicando-se esse direito ao ramo têxtil, e sob a égide do *Fashion Law*, percebe-se que o direito autoral não prescinde de qualquer registro do design para que a ela lhe seja conferida proteção, assim, basta sua criação. Desse modo, nota-se que o direito autoral contempla, por exemplo, a criação de estampas que constem nos tecidos de roupas, que constituem em si o próprio design (MEDEIROS, 2015).

Além disso, outra ponderação que merece destaque no que atine ao *Fashion Law*, cuja aplicação ocorre através do direito autoral propriamente, verifica-se quanto as peças da “alta costura”, as quais não configuram o quesito da comercialização, pois acabam se caracterizando por serem uma obra de arte geralmente.

3 ANÁLISE NO DIREITO COMPARADO DO TRATAMENTO JURÍDICO CONFERIDO À INDÚSTRIA DA MODA

Tendo em vista que o mercado *fashion* é global e fomenta a economia por todo o mundo, apresenta-se de grande importância a análise de como é conferida à proteção à indústria da moda no direito comparado.

Assim, o presente capítulo volta-se para a análise do tratamento jurídico conferido ao mercado *fashion* nos Estados Unidos, considerado “berço” do *Fashion Law* e na França, país onde se encontra as marcas *fashions* mais famosas do mundo.

3.1 DIREITO ESTADUNIDENSE

Embora a origem do termo *Fashion Law* tenha surgido nos Estados Unidos e no referido país esse ramo do direito ser amplamente difundido, não há no país uma legislação específica, sendo a proteção conferida mediante as leis que regem o instituto de desenho industrial.

Todavia,

(...) já está em tramitação no senado dos EUA uma lei que versa sobre a proteção do design inovador, abarcando as criações e desenhos de moda. Enquanto a lei não é publicada, para suprir a falta de amparo legal aos desenhos de moda, os norte-americanos utilizam a jurisprudência para salvaguardar os direitos destas criações (PLÁCIDO, 2015).

Importa destacar ainda que no direito estadunidense, a proteção jurídica conferida ao mercado *fashion* inclui quatro importantes pilares, entre os quais: a) propriedade intelectual; b) negócios e finanças, subdividindo-se em regulamentação trabalhista, incluindo questões de segurança e sustentabilidade; c) cultura do consumidor; e d) direitos civis (FURY-PERRY, 2013).

Além disso, nos Estados Unidos há a cultura de registro do *trade-dress* para a garantia de proteção da criação. Essa expressão refere-se ao “conjunto-imagem”, ou seja, a “forma” com que um produto ou serviço se apresenta para o consumidor. Mais amplo que o registro de marca, o registro do *trade-dress*, sem previsão na legislação brasileira, mostra-se eficaz, na medida em que converte-se em um captador de clientes, que vinculam signos distintivos de produtos e serviços de marcas com

características além de simplesmente visuais, englobando também o cheiro de um estabelecimento comercial, por exemplo.

3.2 DIREITO FRANCÊS

Entre os países da Europa, a França consiste no país mais desenvolvido no que se refere à proteção criada e atribuída voltada ao mercado *fashion*. No direito francês, a possibilidade de patentear a criação da moda é ampla e ocorre tanto em relação ao desenho quanto à propriedade industrial propriamente. Todavia, o direito de exclusividade que advém da patente tem a duração de 20 anos apenas, sendo válida somente dentro do país (PLÁCIDO, 2015).

Urge pontuar ainda que a proteção dos desenhos de moda no direito francês é conferida por artigos específicos na lei francesa de propriedade intelectual, contemplando os direitos autorais do designer e da marca, vedando a reprodução, adaptação, exibição e vendas sem a autorização do criador. Além disso, a legislação francesa ampara tanto os desenhos quanto os mais diversos tipos de criação concernentes à moda.

Tem-se como exemplo o artigo L112-2, 14º do Code de la propriété intellectuelle (Código Francês da Propriedade Intelectual) que trata explicitamente sobre a moda, versando sobre tecidos, materiais, tipos de costura, bordados e sobre alguns acessórios como luvas e calçados: *14º Les créations des industries saisonnières de l'habillement et de la parure. Sont réputées industries saisonnières de l'habillement et de la parure les industries qui, en raison des exigences de la mode, renouvellent fréquemment la forme de leurs produits, et notamment la couture, la fourrure, la lingerie, la broderie, la mode, la chaussure, la ganterie, la maroquinerie, la fabrique de tissus de haute nouveauté ou spéciaux à la haute couture, les productions des paruriers et des bottiers et les fabriques de tissus d'ameublement.*(PLÁCIDO, 2015).

A razão encontrada para ampla proteção, inclusive com a criação de artigos específicos voltados ao mercado da moda dentro da legislação de proteção à propriedade industrial, decorre do fato de que o legislador francês compreende que somente com a eficaz proteção legal conferida às criações de moda que é possibilita sua verdadeira proteção. Assim, além de inibir as cópias, ocorre o incentivo à criação de novos projetos, fomentando ainda mais a economia têxtil *fashion*, com o aumento da inovação e criatividade.

CONCLUSÃO

O presente artigo buscou desenvolver uma análise acerca do *Fashion Law*, bem como buscou discorrer sobre os instrumentos jurídicos de proteção ao mercado *fashion* na medida em que no ordenamento jurídico brasileiro, o Direito da Moda não consiste em um ramo autônomo.

Assim sendo, em vista do exposto, o mercado *fashion* representa grande parte da economia mundial, bem como brasileira, especificamente. Dessa forma, necessidade se apresenta, portanto, de um aparato jurídico para proteção das criações de moda, bem como sua produção e comércio.

Todavia, verificou-se que no direito brasileiro existe uma lacuna quanto a proteção do mercado *fashion* propriamente, diante da ausência de mecanismos legislativos para tutelar esse ramo mercadológico. Não obstante, diante dessa lacuna, aplica-se a Lei de Propriedade Industrial e a Lei de Direito Autoral, que apresentam mecanismos que protegem as criações *fashion*.

Percebe-se que os designers de moda podem patentear os seus croquis, onde estão contidos o esboço com características de suas peças, assim como os modelos de utilidade que forem criados. Tal medida, garante maior proteção de todo o seu processo criativo e inovador, desde que apresentem os requisitos pertinentes. Importa destacar ainda que idêntica proteção conta também os desenhos e as marcas. Além disso, as criações voltadas à indústria têxtil *fashion*, mesmo que meramente artísticas, são protegidas pela Lei de Direitos Autorais, que tutelam justamente a criação fruto do intelecto, advinda da inspiração.

Não obstante, em que pese o mercado *fashion* estar protegido no ordenamento jurídico brasileiro pelos institutos presentes nas leis de propriedade industrial e direito autoral, ainda existem lacunas que somente uma legislação voltada à proteção da moda poderia conferir. Exemplo disso pôde ser encontrado na análise no direito comparado.

Como pôde-se perceber, nos Estados Unidos e na França, grande é a preocupação do legislador e do jurista com a proteção do mercado *fashion*, através da difusão de estudos voltados ao aparato jurídico que se relaciona com esse ramo

mercadológico, como no direito estadunidense, ou ainda até mesmo com a criação de uma legislação específica ao *Fashion Law*, que visa proteger a criação da moda, ao mesmo tempo em que favorece o aumento da inovação e da criatividade, fomentando a indústria da moda, como no direito francês.

ABSTRACT

Considering that the fashion market represents a large part of the world economy, the present work sought to analyze the intellectual property protection instruments aimed at fashion design in Brazil. Through bibliographic and doctrinal research, the concepts of patent, industrial design and trademark institutes were carried out, as well as the rules provided for in law nº 9.610/98, which protects copyright. Through the doctrinal approach, a legal analysis was carried out on the aforementioned institutes present in Law No. to provide security to the fashion market. However, it was also found that despite the fashion market being protected in the Brazilian legal system by the institutes present in the industrial property and copyright laws, there are still gaps that only a legislation aimed at the protection of fashion could provide. In the context of comparative law, it was perceived with the American and French law the need to create specific legislation to effectively protect the fashion market.

Keywords: Fashion Law. Industrial property. Copyright. Comparative law.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Lara Costa. A proteção legal aos designs de moda no direito brasileiro. 2019. Disponível em: <www.direitorp.usp.br/wp-content/uploads/2019/06/IFashionLaw-Protacao-LaraCosta.pdf>. Acesso em: 21 mai. 2022.

BISPO, André Francisco de Souza. Fashion law: a proteção à propriedade intelectual do design de moda no Brasil. Artigo Científico (Graduação). Centro Universitário de João Pessoa (UNIPÊ), Paraíba, 2019.

BÖGER, SÔNIA ORBEN. Flexibilização do direito à propriedade industrial pela quebra de patentes de medicamentos diante do princípio da função social da propriedade. 2011. Monografia (Graduação). Faculdade de Direito da UNISUL, Tubarão-SC, 2011.

BRAGA, Cristiano Prestes. O que é Fashion Law?. 2019. Disponível em: <<https://cpbraga.jusbrasil.com.br/artigos/757792790/o-que-e-fashion-law>>. Acesso em: 22 mai. 2022.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 20 mai. 2022.

_____. Lei de Propriedade Industrial. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm>. Acesso em: 20 abr. 2022.

_____. Lei de Direitos Autorais. Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm>. Acesso em: 20/05/2022.

DAHLKE, Ana Paula. Advogada explica o conceito e conflitos do Fashion Law. 26 jul. 2018. Disponível em: <<https://www.ldsoft.com.br/blogs/advogada-explica-o-conceito-e-conflitos-do-fashion-law/>>. Acesso em: 09 jun. 2022.

DE BONA, Sebastião Cataneo; SANTOS, Emmanuel Antônio Silvério dos. Fashion Law. 2022. Disponível em: <dsl.adv.br/areas-de-atuacao/9/fashion-law>. Acesso em: 10 jun. 2022.

DIDERICH, Joelle; JARVIS, Paul. Indústria global da moda vislumbra recuperação após ano cruel. 02 dez. 2016. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/bloomberg/2016/12/02/industria-global-da-moda-vislumbra-recuperacao-apos-ano-cruel.ht>>. Acesso em: 25 set. 2022.

FURTADO, Lucas Rocha. Sistema de propriedade industrial no direito brasileiro: (comentários à nova legislação sobre marcas e patentes - Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996). Brasília, DF: Brasília Jurídica, 1996.

FURY-PERRY, Ursula. The little book of fashion law. United States of America. 2013.

JONES, Sue Jenkyn. Fashion Design: o manual do estilista. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

MEDEIROS, Maria Clara de Miranda. As novas possibilidades jurídicas decorrentes da relação entre propriedade intelectual e direito de moda. Revista Jus Navigandi, Teresina, ano 20, n. 4353, 2015. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/39668>>. Acesso em: 19 set. 2022.

PIMENTEL, Luiz Otávio. Direito industrial: as funções do direito de patentes. Porto Alegre: Síntese, 1999.

PLÁCIDO, Lucila de Castro. Fashion law: a relevância jurídica da moda. 01 mar. 2015. Disponível em: <<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-134/fashion-law-a-relevancia-juridica-da-moda/>>. Acesso em: 09 jun. 2022.

PORTAL DA INDÚSTRIA. O que é Propriedade Intelectual, Registro de Marca e Concessão de Patente. 2021. Disponível em: <<https://www.portaldaindustria.com.br/industria-de-a-z/propriedade-intelectual-registro-de-marca-e-concessao-de-patente/>>. Acesso em: 27 set. 2022.

PORTILHO, Deborah. Fashion Law: Entenda como funciona o direito da moda. 05 ago. 2019. Disponível em: <<https://www.abit.org.br/noticias/fashion-law-entenda-como-funciona-o-direito-da-moda>>. Acesso em: 11 jun. 2022.

ROCHA, Jullia Lawrence Thompson. Fashion law: a proteção jurídica das criações de moda no Brasil. Monografia (Graduação). Faculdade de Direito de Vitória, Espírito Santo, 2021.

ROSINA, Mônica Steffen Guise. CURY, Maria Fernanda. Fashion Law: direito e moda no Brasil. São Paulo: Thomson Reuters, 2018.

SCAFIDI, Susan. Fiat Fashion Law! The Launch of a Label - and a New Branch of Law. In: SILVANIC, M. (Ed.). Navigating Fashion Law: Leading Lawyers on Exploring the Trends, Cases, and Strategies of Fashion Law. Coletânea Inside the Minds, Estados Unidos da América: Aspatore Books, 2012.

UNIAS, Monique Maria Guimarães. Fashion law: as criações de moda como objeto do direito de propriedade intelectual e o tratamento jurídico dado ao *trade dress*. 2016. Monografia (Graduação). Universidade Federal do Ceará - UFC: Ceará, 2016.

SANTANA, Daniela Cristina Alves. As criações de moda e o direito de autor. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Direito de São Paulo, São Paulo, 2007.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
Pró-Reitoria de Graduação
Escola de Direito, Negócios e Comunicação
Curso de Direito
Núcleo de Prática Jurídica
Coordenação Adjunta de Trabalho de Curso

2

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO DE PRODUÇÃO ACADÊMICA

O(A) estudante Valeria Pires da Costa do Curso de Direito, matrícula 20181.1.0001.1345-1, telefone: (62) 9 8524-9013, e-mail valeriapirees@hotmail.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **FASHION LAW: A PROTEÇÃO À PROPRIEDADE INTELECTUAL DO DESIGN DE MODA NO BRASIL**, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SNS); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 24 de Agosto de 2022.

Assinatura do(s): autor(es):

Nome completo do autor: Valeria Pires da Costa

Assinatura do professor- orientador:

Nome completo do professor-orientador: Gil Cesar Costa de Paula