



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS  
ESCOLA DE DIREITO E RELAÇÕES INTERNACIONAIS  
NÚCLEO DE PRÁTICA JURÍDICA  
COORDENAÇÃO ADJUNTA DE TRABALHO DE CURSO  
MONOGRAFIA JURÍDICA

**A PROTEÇÃO DAS EXPRESSÕES FASHION NO CONTEXTO DA  
PROPRIEDADE INTELECTUAL E INDUSTRIAL**

ORIENTANDA – JHENNYFER GONTIJO SOUSA  
ORIENTADORA - PROFA. DR<sup>a</sup>. FERNANDA DE PAULA FERREIRA MOI

GOIÂNIA-GO

2023

JHENNYFER GONTIJO SOUSA

**A PROTEÇÃO DAS EXPRESSÕES FASHION NO CONTEXTO DA  
PROPRIEDADE INTELECTUAL E INDUSTRIAL**

Monografia Jurídica apresentada à disciplina Trabalho de Curso II, da Escola de Direito, Negócios e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUCGOIÁS).

Profa. Orientadora: Dra. Fernanda de Paula Ferreira Moi.

GOIÂNIA-GO

2023

JHENNYFER GONTIJO SOUSA

**A PROTEÇÃO DAS EXPRESSÕES FASHION NO CONTEXTO DA  
PROPRIEDADE INTELECTUAL E INDUSTRIAL**

Data da Defesa: 17 de junho de 2023.

BANCA EXAMINADORA

---

Orientadora: - Prof. Dr<sup>a</sup>. Fernanda De Paula Ferreira Moi Nota

---

Examinadora Convidada: Prof<sup>a</sup>. Denise Fonseca Felix de Sousa Nota

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	5
<b>1 RELAÇÕES ENTRE DIREITO E MODA</b> .....	7
1.1 A INDUSTRIALIZAÇÃO DA MODA .....	7
1.2 FASHION LAW .....	9
<b>2 REGRAMENTO APLICÁVEL AO SETOR DA MODA</b> .....	10
2.1 PROTEÇÃO AO DIREITO AUTORAL .....	10
2.2 PROTEÇÃO À PROPRIEDADE INDUSTRIAL .....	11
2.3 PROTEÇÃO AO DESENHO INDUSTRIAL .....	13
2.4 PROTEÇÃO À MARCA .....	14
2.5 PATENTE .....	16
2.6 CONCORRÊNCIA DESLEAL .....	17
<b>3 ESTUDOS DE CASO</b> .....	19
3.1 LAÇO CALF JEANS LTDA X TEXAS HORSE .....	18
3.2 HERMÈS X 284 .....	21
3.3 LOUNGERIE X HOPE .....	24
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	30
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	32

## A PROTEÇÃO DAS EXPRESSÕES FASHION NO CONTEXTO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL E INDUSTRIAL

Jhennyfer Gontijo Sousa <sup>1</sup>

### RESUMO

O objetivo desta monografia é demonstrar a salvaguarda do setor fashion no Brasil, bem como sua preservação sob as leis de propriedade intelectual e direitos autorais vigentes. O Fashion Law, originado nos Estados Unidos, ganhou destaque ao longo dos anos. Assim, surge uma demanda crescente para fortalecer a proteção e a capacitação dos profissionais envolvidos nesse ramo, considerando que a indústria têxtil e de confecções é a segunda maior atividade econômica do país e gera empregos significativos. Destacam-se, portanto, as medidas adotadas para amparar o setor fashion no Brasil, partindo do princípio de que é essencial apoiar criadores e profissionais atuantes nessa esfera, ao mesmo tempo em que se embasa a efetividade da proteção por meio de estudos de casos emblemáticos da indústria da moda brasileira. Além disso, ressalta-se que a salvaguarda no setor fashion no Brasil encontra-se devidamente respaldada tanto pela legislação de propriedade industrial quanto pelos direitos autorais, estando ainda consagrada como direitos fundamentais na Constituição da República.

**Palavras-Chave:** Direitos autorais. Propriedade intelectual. Moda.

---

<sup>1</sup> Graduanda em Direito pela PUC Goiás. Email: jhennyfergontijo@hotmail.com

## ABSTRACT

Jhennyfer Gontijo Sousa

The purpose of this monograph is to demonstrate the safeguarding of the fashion sector in Brazil, as well as its preservation under the intellectual property and copyright laws in force. Fashion Law, originated in the United States, has gained prominence over the years. Thus, there is a growing demand to strengthen the protection and training of professionals involved in this field, considering that the textile and clothing industry is the second largest economic activity in the country and generates significant jobs. Therefore, the measures adopted to support the fashion sector in Brazil are highlighted, assuming that it is essential to support creators and professionals working in this sphere, while basing the effectiveness of protection through emblematic case studies of the Brazilian fashion industry. In addition, it is noteworthy that the safeguard in the fashion sector in Brazil is duly supported by both industrial property legislation and copyright, and is still enshrined as fundamental rights in the Constitution of the Republic.

**Keywords:** Copyright. Intellectual property. Fashion.

## INTRODUÇÃO

Conforme dados fornecidos pela Confederação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção, o ramo ligado à moda da cadeia têxtil e de confecções gerou uma receita de US\$ 48,3 bilhões para o Brasil em 2018. Esses números evidenciam a posição destacada do país como produtor na indústria da moda, sendo superado apenas pelo setor de alimentos e bebidas.

O Brasil apresenta uma série de elementos que contribuem para a importância da produção no contexto da indústria da moda na sociedade. Ademais, é relevante mencionar que o país tem uma história entrelaçada com a moda, já que o primeiro item exportado pelo Brasil foi o Pau-Brasil, utilizado para tingir tecidos em outros países.

Dessa maneira, o direito e a moda assumem uma relevância significativa na história brasileira. Partindo dessa premissa, o propósito desta pesquisa é discutir a legislação relacionada à moda, também conhecida como "lei da moda", com o objetivo principal de resguardar os produtos desse setor no país.

O capítulo inicial, intitulado "Direito e Moda", explora a história da moda, destaca a industrialização no mercado fashion e apresenta aspectos específicos que evidenciam a importância da moda para a economia nacional e global.

Vale destacar ainda que o primeiro capítulo menciona uma marca de vestuário brasileira, a qual possui atualmente cerca de 50 estabelecimentos no Brasil e exporta para mais de cinco países, como uma forma de demonstrar a conexão entre direito e moda.

O segundo capítulo concentra-se na proteção do setor da moda no Brasil, com ênfase nos direitos autorais e na propriedade industrial.

No que concerne aos direitos autorais, serão discutidos tanto aspectos nacionais quanto internacionais. Em relação aos aspectos internacionais, será mencionada a Convenção de Berna de 1886, da qual o Brasil é signatário. No âmbito nacional, serão analisadas as disposições da Lei nº 9.610/98, que aborda os direitos autorais e sua salvaguarda.

No que tange à propriedade industrial, também serão exploradas as medidas de proteção tanto em âmbito nacional quanto internacional, com especial ênfase na Convenção da União de Paris de 1883 e na Lei 9.279/96, que constitui a principal legislação brasileira voltada para a propriedade industrial e sua preservação.

Por fim, o terceiro capítulo aborda os conflitos relacionados aos direitos no campo da moda e as soluções adotadas pelos tribunais brasileiros, que frequentemente baseiam suas decisões nos direitos autorais e na propriedade industrial.

Esses estudos de caso ilustrarão a relevância do tema no contexto do direito brasileiro e enfatizarão a importância de considerar a subjetividade quando se trata de conflitos relacionados à moda, uma vez que essa indústria é fundamentada no comportamento individual em um dado momento, fazendo-se necessário que a legislação esteja sempre em consonância com a realidade em constante mutação.

## 1 RELAÇÕES ENTRE DIREITO E MODA

Quando se aborda o campo do fashion law ou direito da moda, não se observa uma conexão imediata entre moda e direito, pois há um estereótipo social relacionado ao tema. Para muitos, discutir moda gera um preconceito profundamente enraizado na sociedade, pois é considerado algo irrelevante e frívolo.

Não é exagerado dizer que a moda está intrinsecamente ligada à história do Brasil desde o seu nascimento. Afinal, o país ficou conhecido mundialmente pelo primeiro produto que exportou e que, posteriormente, deu origem ao seu próprio nome: o pau-brasil. Essa árvore peculiar era utilizada para extrair um pigmento precioso e escasso nas tonalidades vermelha e púrpura, amplamente empregado no tingimento de tecidos. (BRAGA, João; PRADO, Luís André, 2011, p.17).

Com base nisso, este capítulo irá definir o termo moda, ressaltar sua importância para a economia brasileira e questionar a forma como o fashion law é abordado tanto no mercado nacional quanto internacionalmente.

### 1.1 A INDUSTRIALIZAÇÃO DA MODA

A moda, ao longo dos anos, transformou-se em uma indústria de grande relevância econômica e cultural. Antes vista como uma mera manifestação estética, a moda atualmente é reconhecida como um setor produtivo que envolve design, produção, comercialização e consumo de produtos relacionados à vestimenta e ao estilo. Neste contexto, diversos estudos têm abordado a evolução da moda como indústria, analisando suas características, impactos e desafios.

De acordo com Gouvêa (2017), a moda passou a ser considerada uma indústria a partir do século XIX, quando ocorreram transformações sociais, econômicas e tecnológicas que impulsionaram o crescimento e a profissionalização do setor. A industrialização permitiu a produção em larga escala, a adoção de novas



técnicas de confecção e a disseminação de tendências de moda para um público cada vez maior.

A moda como indústria também está intrinsecamente ligada à proteção dos direitos de propriedade intelectual. Segundo Diniz (2020), a moda envolve criações intelectuais como desenhos, estampas, modelos e marcas, que são protegidos pelo direito de propriedade intelectual. A autora destaca a importância do registro de marcas e designs para garantir a exclusividade e a valorização das criações no mercado.

No Brasil, a proteção da indústria da moda é amparada pelo direito de propriedade intelectual, conforme destacado por Duarte e Braga (2017). O Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) e a legislação específica, como a Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96), são responsáveis por regulamentar e garantir a proteção dos direitos dos criadores e empresas do setor.

Além disso, a moda como indústria também está sujeita a regulamentações trabalhistas e ambientais. Segundo Oliveira (2015), a cadeia produtiva da moda enfrenta desafios relacionados às condições de trabalho em fábricas e confecções, remuneração adequada, respeito aos direitos dos trabalhadores e a busca por práticas sustentáveis de produção.

A evolução tecnológica também tem desempenhado um papel significativo na indústria da moda. De acordo com Marinho et al. (2019), o surgimento do comércio eletrônico e das redes sociais revolucionou a forma como os produtos de moda são divulgados e comercializados. As plataformas digitais proporcionaram maior alcance de público, interação com consumidores e agilidade na disseminação de tendências.

No entanto, apesar dos avanços, a indústria da moda enfrenta desafios como a sustentabilidade e a ética na produção. Segundo Rojo et al. (2020), o consumo excessivo, os impactos ambientais da indústria têxtil e as condições precárias de trabalho em alguns segmentos da cadeia de produção têm gerado debates sobre a necessidade de uma moda mais sustentável e responsável.

Em suma, a moda se transformou em uma indústria complexa, que envolve diversos aspectos como criatividade, propriedade intelectual, regulamentação, tecnologia e sustentabilidade. Estudos científicos têm contribuído para compreender as dinâmicas e os desafios desse setor em constante evolução.

## 1.2 FASHION LAW

A área jurídica da moda, também conhecida como Fashion Law ou Direito da Moda, tem ganhado cada vez mais destaque ao longo do tempo, abordando principalmente a proteção da propriedade intelectual na indústria da moda.

A origem desse tema remonta aos Estados Unidos, quando a professora e advogada Susan Scafidi criou um blog chamado CounterfeitChic, com o objetivo de estabelecer uma conexão entre o campo jurídico e a comunidade da moda. Susan Scafidi é a fundadora do Fashion Law Institute®, o primeiro programa acadêmico e centro de estudos dedicados ao Fashion Law, contando com a colaboração da estilista Diane von Furstenberg e do Conselho Fashion Council of America.

A discussão sobre a necessidade de uma regulamentação jurídica específica para a moda surge nos Estados Unidos, devido à falta de proteção mais abrangente para os artigos de vestuário, que são considerados utilitários e, portanto, não são protegidos pela propriedade intelectual.

Assim, o Direito da Moda é um ramo interdisciplinar do direito que busca garantir e proteger todas as relações relacionadas ao setor da moda, abrangendo desde os colaboradores até a sociedade de consumo.

Vale ressaltar que as discussões sobre moda podem ser encontradas em áreas como o Direito Constitucional, Trabalhista e até mesmo no âmbito Criminal, pois a moda envolve não apenas roupas, mas também as pessoas que prestam serviços nesse campo.

No entanto, devido à falta de regulamentação específica sobre o assunto, as principais decisões judiciais nesse setor no Brasil têm se baseado na Lei de Propriedade Industrial (Lei 9.279/96) e na Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/98).

O Fashion Law é uma indústria interdisciplinar que busca oferecer suporte e resolver questões relacionadas ao setor, utilizando a propriedade intelectual como elemento-chave para a resolução de conflitos.

## 2 REGRAMENTO APLICÁVEL AO SETOR DA MODA

### 2.1 PROTEÇÃO AO DIREITO AUTORAL

A proteção jurídica ao direito autoral no setor da moda é um tema de grande relevância, uma vez que envolve a salvaguarda das criações intelectuais e artísticas dos designers e profissionais da indústria. Neste contexto, diversos estudos têm abordado a legislação e as questões relacionadas à proteção do direito autoral na moda, analisando seus fundamentos, alcance e desafios.

Segundo Pinto (2016), o direito autoral é o ramo do direito que protege as criações intelectuais, conferindo aos seus autores o direito exclusivo de utilização e exploração de suas obras. No contexto da moda, essas criações incluem designs, estampas, modelos, bordados e outras formas de expressão visual aplicadas em peças de vestuário e acessórios.

No Brasil, a proteção ao direito autoral no setor da moda é regulada pela Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.610/98). De acordo com Diniz (2020), essa legislação abrange tanto as obras artísticas, como desenhos e estampas, quanto as obras aplicadas, que são as criações incorporadas a produtos industriais, como as peças de vestuário.

A proteção ao direito autoral no setor da moda tem como objetivo principal incentivar a criatividade e garantir o reconhecimento e a remuneração justa dos criadores. Segundo Tavares (2017), a proteção legal estimula os designers a investirem em pesquisa, inovação e desenvolvimento de novas coleções, contribuindo para o crescimento e a competitividade do setor.

Além disso, a proteção ao direito autoral na moda também envolve a defesa contra a cópia e a pirataria. Conforme destaca Damm (2019), a reprodução não autorizada de criações no setor da moda viola os direitos do autor e prejudica a indústria, gerando concorrência desleal e desvalorização das criações originais.

No entanto, a aplicação do direito autoral no setor da moda apresenta desafios específicos. Segundo Medeiros (2018), a funcionalidade e a utilidade das peças de vestuário muitas vezes dificultam a delimitação entre uma criação passível de

proteção autoral e um produto puramente funcional. A autora destaca a importância de analisar a originalidade e o valor estético das criações para determinar sua proteção jurídica.

Além disso, a dinâmica acelerada da indústria da moda, com lançamentos frequentes de novas coleções, também implica em desafios para a proteção do direito autoral. De acordo com Frossard (2021), a velocidade com que as tendências são disseminadas e adaptadas torna necessário repensar os prazos de proteção e a forma como se avalia a originalidade em um contexto de constante renovação.

Em suma, a proteção jurídica ao direito autoral no setor da moda é fundamental para garantir o reconhecimento e a valorização das criações, bem como para combater a pirataria e a cópia desautorizada. Estudos científicos têm contribuído para a compreensão dos fundamentos legais, dos desafios e das tendências relacionadas à proteção do direito autoral na moda, fornecendo subsídios importantes para a evolução desse campo de conhecimento.

## 2.2 PROTEÇÃO À PROPRIEDADE INDUSTRIAL

A proteção jurídica à propriedade industrial no setor da moda desempenha um papel crucial na salvaguarda das criações e inovações aplicadas nessa indústria. A propriedade industrial abrange diversas formas de proteção, tais como patentes, marcas, desenhos industriais e indicações geográficas, que são instrumentos legais fundamentais para garantir a exclusividade e a valorização das criações no mercado.

No Brasil, a proteção à propriedade industrial é regida pela Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96), que estabelece os requisitos e procedimentos para a concessão e proteção dos direitos de propriedade industrial. Segundo Meirelles (2018), essa legislação visa incentivar a inovação, estimulando a pesquisa e o desenvolvimento de novos produtos e tecnologias.

No setor da moda, a proteção à propriedade industrial assume diversas formas. Uma das mais relevantes é a proteção dos desenhos industriais, que abrange elementos ornamentais e estéticos aplicados em produtos, como estampas, padrões e configurações visuais. Segundo Magalhães (2019), a proteção aos desenhos

industriais na moda contribui para a preservação da originalidade e exclusividade das criações, impedindo sua cópia ou reprodução não autorizada.

Além dos desenhos industriais, a proteção às marcas também desempenha um papel fundamental na indústria da moda. As marcas são sinais distintivos utilizados para identificar produtos e serviços no mercado, conferindo-lhes exclusividade e reconhecimento. De acordo com Mendes (2017), a proteção às marcas na moda é essencial para evitar a concorrência desleal e a diluição da reputação das empresas, fortalecendo sua imagem e identidade no mercado.

Outro aspecto relevante da proteção à propriedade industrial no setor da moda é a utilização das indicações geográficas. As indicações geográficas são utilizadas para identificar produtos originários de determinada região geográfica, cujas características ou reputação estão relacionadas a esse local específico. Segundo Dantas (2020), a utilização de indicações geográficas na moda contribui para a valorização e promoção de produtos locais, fomentando o desenvolvimento regional e a preservação de técnicas tradicionais.

No entanto, a proteção jurídica à propriedade industrial no setor da moda também apresenta desafios. A velocidade das tendências e o ciclo rápido de lançamentos de coleções muitas vezes dificultam a obtenção e a manutenção de registros de propriedade industrial. Conforme Oliveira (2021), é necessário agilizar os procedimentos de registro e aprimorar a proteção às criações temporárias, considerando a dinâmica da indústria da moda.

Ademais, a proteção à propriedade industrial também enfrenta desafios relacionados à pirataria e à contrafação. A cópia não autorizada de produtos e o uso indevido de marcas e desenhos industriais prejudicam os criadores, as empresas e o mercado como um todo. Conforme aponta Maia (2019), é fundamental intensificar as ações de combate à pirataria e aprimorar os mecanismos de fiscalização e punição.

Em suma, a proteção jurídica à propriedade industrial no setor da moda desempenha um papel essencial na salvaguarda das criações, inovações e identidade das empresas. Através dos instrumentos legais de proteção, como patentes, marcas, desenhos industriais e indicações geográficas, é possível assegurar a exclusividade, a valorização e a competitividade das criações no mercado da moda.

## 2.3 PROTEÇÃO AO DESENHO INDUSTRIAL

A proteção jurídica ao desenho industrial no setor da moda desempenha um papel fundamental na preservação e valorização das criações estéticas e ornamentais aplicadas em produtos dessa indústria. O desenho industrial é uma forma de propriedade intelectual que abrange características visuais e externas de um produto, conferindo-lhe um aspecto único e distintivo. No Brasil, a proteção ao desenho industrial é regida pela Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96) e pelo Decreto nº 6.097/2007, que estabelecem os requisitos e procedimentos para o registro e proteção desse tipo de criação.

A proteção ao desenho industrial na moda é de extrema relevância para garantir a exclusividade e a originalidade das criações aplicadas nos produtos. Conforme destaca Fernandes (2018), o desenho industrial na moda engloba elementos como estampas, padrões, grafismos, formas e configurações visuais que contribuem para a identidade e o estilo da marca. A proteção a essas criações é essencial para evitar a cópia não autorizada, a concorrência desleal e a diluição da reputação da marca no mercado.

A legislação brasileira estabelece os requisitos para a concessão do registro de desenho industrial, que incluem a novidade e a originalidade do desenho. Conforme previsto no artigo 95 da Lei da Propriedade Industrial, "considera-se novo o desenho ou modelo industrial que não seja anteriormente conhecido pelo setor competente". Além disso, o desenho industrial deve apresentar caráter distintivo, ou seja, ser suficientemente diferente de outros desenhos já existentes.

O registro de desenho industrial confere ao titular o direito exclusivo de utilizar, produzir, comercializar e impedir terceiros de utilizar o desenho registrado sem sua autorização. Segundo Carvalho (2019), o registro de desenho industrial na moda permite que a empresa proteja suas criações contra cópias não autorizadas e imitações, assegurando seu investimento em design e inovação.

No entanto, é importante ressaltar que a proteção ao desenho industrial no setor da moda também apresenta desafios. O ciclo rápido de lançamento de coleções e a velocidade das tendências muitas vezes dificultam a obtenção do registro antes da divulgação das criações. Conforme aponta Sanches (2017), a agilidade dos

procedimentos de registro e a conscientização dos designers e empresas sobre a importância da proteção são aspectos essenciais para garantir a efetividade desse instrumento de propriedade intelectual.

Além disso, a proteção ao desenho industrial na moda também pode ser limitada pela questão da funcionalidade. Conforme previsto no artigo 100 da Lei da Propriedade Industrial, "não se considera desenho industrial o aspecto ornamental ou estético que seja inseparável da função técnica do produto". Isso significa que elementos meramente funcionais, que não possuam um caráter ornamental ou estético distintivo, não são passíveis de proteção como desenho industrial.

Em suma, a proteção jurídica ao desenho industrial no setor da moda desempenha um papel essencial na valorização e preservação das criações estéticas e ornamentais aplicadas nos produtos. O registro de desenho industrial confere ao titular o direito exclusivo sobre o uso e comercialização da criação, protegendo-a contra cópias não autorizadas e concorrência desleal. No entanto, é necessário enfrentar desafios relacionados à velocidade das tendências e à funcionalidade dos elementos criativos. A conscientização sobre a importância da proteção e a agilidade dos procedimentos de registro são aspectos fundamentais para garantir a efetividade desse mecanismo de propriedade intelectual no setor da moda.

## 2.4 PROTEÇÃO À MARCA

A proteção jurídica à marca no setor da moda desempenha um papel fundamental na identificação e no posicionamento das empresas, bem como na garantia da qualidade e autenticidade dos produtos. A marca é um dos principais ativos intangíveis de uma empresa, representando sua reputação e diferenciando-a no mercado. No contexto da moda, a proteção à marca é de extrema importância para evitar a diluição da identidade da marca, a concorrência desleal e a falsificação de produtos.

No Brasil, a proteção à marca é regulada pela Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96) e pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), responsável pelo registro e concessão de marcas. Segundo a legislação, a marca é

definida como "todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços de outros idênticos, semelhantes ou afins, de origem diversa" (artigo 122, Lei nº 9.279/96).

A proteção à marca na moda abrange não apenas o nome da empresa, mas também logotipos, emblemas, símbolos, cores, embalagens e outros elementos que possam ser visualmente percebidos e que estejam associados à identidade da marca. Conforme destacam Fernandes e Nascimento (2018), a marca no setor da moda desempenha um papel crucial na comunicação e no posicionamento da empresa, transmitindo valores, estilo, qualidade e credibilidade aos consumidores.

O registro de marca confere ao titular o direito exclusivo de uso e exploração da marca no mercado em relação aos produtos e serviços protegidos. Conforme previsto no artigo 129 da Lei da Propriedade Industrial, "o registro da marca dá ao seu titular o direito de uso exclusivo no território nacional em seu ramo de atividade econômica" (Lei nº 9.279/96). O registro é um passo fundamental para a proteção da marca e para o fortalecimento da empresa no mercado.

No entanto, é importante ressaltar que a proteção à marca na moda também apresenta desafios. O setor da moda é caracterizado pela rapidez das tendências e pela sazonalidade, o que exige das empresas agilidade na adaptação e proteção de suas marcas. Conforme aponta Diniz (2020), a constante renovação das coleções e o lançamento de novos produtos exigem uma estratégia eficiente de gestão e proteção das marcas para evitar a perda de exclusividade e o surgimento de imitações no mercado.

Além disso, a proteção à marca no setor da moda também enfrenta desafios relacionados à cópia não autorizada e à falsificação de produtos. A pirataria e a contrafação representam ameaças significativas às marcas, prejudicando a reputação das empresas e causando prejuízos financeiros. Nesse sentido, a fiscalização e o combate à pirataria são medidas essenciais para a proteção das marcas na moda.

Em suma, a proteção jurídica à marca no setor da moda é de suma importância para garantir a identificação, autenticidade e reputação das empresas. O registro de marca confere ao titular o direito exclusivo de uso e exploração, fortalecendo a posição da empresa no mercado. No entanto, é necessário enfrentar desafios relacionados à rapidez das tendências, à sazonalidade e à pirataria. A



conscientização sobre a importância da proteção à marca e a adoção de estratégias eficientes são fundamentais para a preservação e valorização das marcas no setor da moda.

## 2.5 PATENTE

A proteção jurídica às patentes no setor da moda é um tema relevante e complexo que envolve a garantia de exclusividade sobre inovações técnicas e funcionais aplicadas a produtos ou processos no campo da moda. No Brasil, as patentes são reguladas pela Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96) e têm como objetivo estimular a criatividade e a inovação, fornecendo aos inventores um direito exclusivo sobre suas criações por um período determinado.

No contexto da moda, a proteção às patentes pode ser aplicada a diversas áreas, como novos materiais têxteis, processos de produção, técnicas de estamparia, sistemas de fechamento e muitos outros aspectos relacionados à indústria da moda. A concessão de uma patente confere ao seu titular o direito de explorar comercialmente a inovação protegida, impedindo terceiros de fabricar, vender ou utilizar a mesma tecnologia sem autorização.

Conforme previsto na Lei de Propriedade Industrial, para que uma inovação seja patenteável, ela deve atender a três requisitos básicos: novidade, atividade inventiva e aplicação industrial. A novidade significa que a invenção não pode ser de conhecimento público anteriormente. A atividade inventiva exige que a inovação represente um avanço em relação ao conhecimento existente, e a aplicação industrial se refere à possibilidade de produzir ou utilizar a inovação de forma industrial.

No contexto da moda, as patentes podem ser aplicadas a diferentes aspectos da indústria, desde materiais têxteis inovadores até processos de produção mais eficientes. De acordo com Silva (2018), a proteção jurídica às patentes na moda pode abranger desde novas técnicas de tingimento de tecidos até soluções tecnológicas aplicadas a acessórios e calçados.

No entanto, é importante destacar que nem todas as criações no setor da moda são passíveis de proteção por patentes. De acordo com a legislação brasileira,

as patentes não são concedidas para criações estéticas, como modelos de vestuário ou designs ornamentais. Essas criações podem ser protegidas por outros mecanismos, como o registro de desenho industrial, mas não são consideradas invenções no sentido legal.

A proteção jurídica às patentes no setor da moda apresenta desafios específicos, uma vez que a moda é uma indústria dinâmica, em constante evolução e altamente influenciada por tendências e estilos passageiros. Nesse contexto, a rapidez com que as inovações são lançadas no mercado pode dificultar o processo de obtenção de uma patente, já que é necessário comprovar a novidade e a atividade inventiva da criação.

Além disso, a proteção por patentes também requer investimentos significativos, tanto em termos de tempo quanto de recursos financeiros. O processo de solicitação e concessão de uma patente envolve etapas complexas, como a realização de pesquisas de anterioridade, a elaboração de documentos técnicos detalhados e a análise por parte do órgão competente, no caso o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).

É importante ressaltar que a proteção jurídica às patentes no setor da moda não é uma prática amplamente difundida entre as empresas do ramo. Muitas vezes, a indústria da moda prioriza a velocidade e a constante renovação de suas coleções, o que pode dificultar a busca por proteção por meio de patentes. No entanto, algumas empresas têm buscado a proteção por patentes como forma de valorizar suas inovações e garantir uma vantagem competitiva no mercado.

Em conclusão, a proteção jurídica às patentes no setor da moda desempenha um papel fundamental na promoção da inovação e no estímulo à criatividade. Embora apresente desafios específicos, a concessão de uma patente pode conferir ao seu titular um direito exclusivo sobre uma inovação técnica ou funcional, permitindo que ele explore comercialmente sua criação e impeça terceiros de utilizá-la sem autorização. No entanto, é necessário que as empresas estejam cientes dos requisitos legais e dos procedimentos necessários para obter uma patente e considerem estrategicamente a proteção jurídica como parte de suas estratégias de negócios.

## 2.6 CONCORRÊNCIA DESLEAL

A proteção jurídica contra a concorrência desleal no setor da moda é de extrema importância para garantir a lealdade nas relações comerciais e evitar práticas que possam prejudicar a reputação e os interesses das empresas. A concorrência desleal engloba uma série de condutas ilícitas que visam obter vantagens indevidas em relação aos concorrentes, como a imitação de produtos, a divulgação enganosa, a denigração da imagem da concorrência, entre outras.

No Brasil, a proteção contra a concorrência desleal é garantida pela Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96) e pelo Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90), que estabelecem medidas para coibir práticas desleais e garantir a lealdade nas relações de mercado. Segundo a legislação, configura concorrência desleal qualquer ato que vise desviar clientela, criar confusão entre produtos ou empresas, imitar produtos de concorrentes, entre outros.

A imitação de produtos é uma das práticas mais comuns de concorrência desleal no setor da moda. A cópia não autorizada de designs, estampas, modelos e elementos distintivos de uma marca pode causar prejuízos significativos às empresas legítimas e prejudicar a identidade e a reputação da marca. Nesse sentido, a proteção jurídica ao desenho industrial e à marca desempenha um papel fundamental na prevenção e combate à concorrência desleal por meio da imitação.

De acordo com Ribeiro (2017), a concorrência desleal no setor da moda pode envolver a cópia não autorizada de peças de vestuário, acessórios e até mesmo de elementos gráficos e visuais presentes nos produtos. A proteção jurídica contra a concorrência desleal nesse contexto busca preservar a originalidade, a inovação e a autenticidade das criações no mercado da moda.

Além da imitação, outras práticas de concorrência desleal no setor da moda incluem a divulgação enganosa e a denigração da imagem da concorrência. A divulgação enganosa ocorre quando uma empresa faz afirmações falsas ou enganosas sobre seus produtos ou sobre a concorrência, visando obter vantagens indevidas. Já a denigração da imagem da concorrência consiste em difamar ou desacreditar publicamente os produtos ou a reputação de outras empresas, prejudicando sua posição no mercado.

A proteção jurídica contra a concorrência desleal no setor da moda envolve ações judiciais e administrativas para coibir práticas ilícitas e garantir a reparação de danos causados. O INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) desempenha um papel fundamental na concessão de registros de marcas e desenhos industriais, bem como na análise de casos de concorrência desleal.

Em suma, a proteção jurídica contra a concorrência desleal no setor da moda é essencial para preservar a lealdade nas relações comerciais, garantir a originalidade e a autenticidade das criações, e proteger a reputação das empresas. A legislação brasileira oferece mecanismos e medidas para coibir práticas desleais, e é fundamental que as empresas estejam cientes de seus direitos e busquem a devida proteção legal para garantir a segurança e o sucesso de seus negócios.

### **3 ESTUDOS DE CASO**

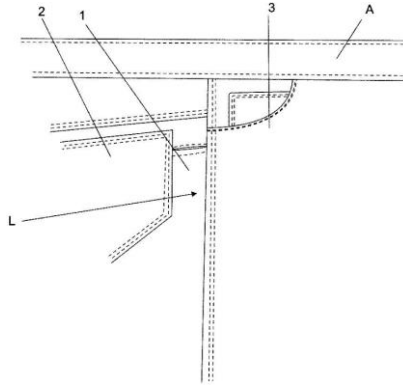
#### **3.1 LAÇO CALF JEANS LTDA X TEXAS HORSE**

O primeiro estudo de caso, visa abordar a ação envolvendo a empresa Laço Calf Jeans, localizada em Goiânia, e a Texas Horse, empresa localizada em Leopoldo de Bulhões.

Inicialmente, a empresa Laço Calf Jeans entrou em uma ação judicial contra a Texas Horse, por violar o direito de patente pela confecção de uma calça jeans com um alojamento para canivete em forma de bolso lateral.

A empresa entrou com a ação, no ano de 2019, que em seu pedido inicial, formulou a solicitação para que a empresa Texas Horse, se abstenha da produção da roupa patenteada, como busca e apreensão da mercadoria.

**Ilustração 9 - BR 20 2014 011495 0 Y1**



Disponível

em:

<https://busca.inpi.gov.br/pePI/servlet/PatenteServletController?Action=detail&CodPedido=977041&SearchParameter=202014011495-0%20%20%20%20%20%20%20&Resumo=&Titulo>

### Ilustração 10 - Laço Calf Jeans X Texas Horse



Disponível

em:

[https://projudi.tjgo.jus.br/BuscaProcesso?PaginaAtual=6&Id\\_MovimentacaoArquivo=67358710751888873417420988&hash=144590760853159931125813479389168987553&CodigoVerificacao=true](https://projudi.tjgo.jus.br/BuscaProcesso?PaginaAtual=6&Id_MovimentacaoArquivo=67358710751888873417420988&hash=144590760853159931125813479389168987553&CodigoVerificacao=true)

Pode-se observar pela imagem acima que a calça da Texas Horse, tem o alojamento para canivete, patenteado pela Laço Calf, que se tem direitos sobre a patente reconhecidos pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial.

Além do exposto, a Laço Calf requereu:

(...) TUTELA PROVISÓRIA ANTECIPADA DE URGÊNCIA para determinar que a empresa Requerida se abstenha de produzir a roupa patenteada, qual seja, calça jeans com bolso para canivete, sob pena de cominação de pena pecuniária diária a ser determinada por este Juízo; ([https://projudi.tjgo.jus.br/BuscaProcesso?PaginaAtual=6&Id\\_MovimentacaoArquivo=673587107518888873417420988&hash=144590760853159931125813479389168987553&CodigoVerificacao=true](https://projudi.tjgo.jus.br/BuscaProcesso?PaginaAtual=6&Id_MovimentacaoArquivo=673587107518888873417420988&hash=144590760853159931125813479389168987553&CodigoVerificacao=true))

Após solicitada a antecipação de tutela, o juiz de 1º grau indeferiu a solicitação de não produzir o modelo discutido no processo. Quando a parte ré é citada no processo, ele solicita a nulidade de registro da patente, pois solicitar a patente de um bolso para canivete em um país onde os agricultores, trata-se consecução de utilidades de matérias diretas.

O processo que tramita em Goiânia, ainda não teve nenhuma sentença sobre o assunto tratado, referente a patente da LAÇO CALF JEANS, desde 10 de março de 2023 e aguardado a sentença do mesmo.

### 3.2 HERMÈS X 284

O caso mais famoso no judiciário brasileiro referente ao assunto é o da grife francesa Hermès e a marca brasileira 284. O processo que ocorreu na 24ª Vara Cível do Foro Central da Comarca de São Paulo, sob o número 0187707-59.2010.8.26.0100. A 284 criou uma bolsa inspirada no modelo “Birkin” da Hermès, modelo que custa em torno de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), sendo ele o modelo mais famoso da Maison francesa, ocorre que a fabricação brasileira, eram fabricadas em moletom e traziam a frase “I’m not the original”, que acaba custando R\$ 400,00 (quatrocentos reais).

Quando a marca francesa tomou o conhecimento da fabricação das bolsas, notificou extrajudicialmente a empresa brasileira, alegando a violação de seus direitos autorais e acusando a mesma de concorrência desleal. Após a notificação, a marca brasileira ajuizou uma ação para retirar qualquer medida restritiva na fabricação de suas bolsas, assim, pleiteou-se uma declaração de inexistência de relação jurídica referente a relação de direito autoral ou de concorrência desleal alegada pela Hermès.

Em sua contestação, a Hermès apresentou um pedido de reconvenção, requerendo uma tutela antecipada para determinar a privação de produção e

comercialização das bolsas inspiradas. Na decisão onde ocorreu a tutela antecipada requerida pela marca francesa, afirma que a 284 a obteve rendimentos as custas da marca francesa, copiando assim um design criativo:

[...] A autora reconvinda, sem nenhum esforço de originalidade, aufere rendimentos à custa do desempenho alheio, ao produzir bolsa idêntica à prestigiada Birkin. E o fato de haver a ressalva, em destaque, de que não se trata do modelo original, pela utilização da marca “I’m not the original”, não tem o condão de revestir de legitimidade sua conduta, pois mais do que os outros modelos de bolsas mencionados pela autora em sua petição inicial, a bolsa por ela produzida, remete o consumidor imediatamente à imagem do produto original.

[...] Ao copiar um design criativo distintivo e fazer referências à bolsa “Birkin” original, beneficia-se a autora reconvinda do design e dos investimentos feitos pela ré reconvinte na divulgação da bolsa, e prejudica-se a reputação da ré reconvinte de fornecer um produto exclusivo, voltado para um segmento de mercado altamente especializado. (NETWORK, Fashion, 2021)

A sentença deferida foi favorável a Hermès, confirmando a tutela concedida anteriormente. Complementa que a 284 realmente estava praticando a concorrência desleal, já que se apropriou de obra alheia. O juiz julgou o processo extinto, dispondo da seguinte forma:

A farta documentação trazida aos autos não deixa dúvida quanto ao caráter de imitação atribuído aos produtos da autora/reconvinda em relação aos famosos produtos das rés/reconvintes. Tal imitação evidencia-se mesmo no uso da expressão, pela autora/reconvinda, “I am not the original”. Trata-se de apropriação indevida de obra alheia, sem que a autora/reconvinda tivesse que fazer qualquer investimento próprio, caracterizando-se a cópia servil, dada a notória similaridade entre as bolsas produzidas pela autora/reconvinda e aquelas produzidas pelas rés/reconvintes. (MIGRALHAS, 2011)

Desta forma, a criação original foi integralmente protegida pela aplicação de direitos autorais e do instituto de concorrência desleal, já que entendeu que houve sim uma prática desleal pela marca brasileira. Na sentença, ainda, afirma que a peça da Hermes é “obra primígena dotada de originalidade, que goza de proteção pela Lei de Direitos Autorais e pelas convenções internacionais que disciplinam a matéria, das quais o Brasil é signatário”. Arbitrando uma multa 284 a multa diária de R\$ 10.000,00 (dez mil reais), limitada a R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) em caso de descumprimento da ordem de não comercialização da bolsa feita de moletom.

Na apelação proposta pela 284, confirma a pretensão da Hermes pelo direito do autor, que através do regime jurídico não exige um registro da obra para a garantia de proteção. Afirma, ainda, a possibilidade das proteções designadas pela Lei de Direitos Autorais quanto pela Lei de Propriedade Industrial para as obras que possuam tanto caráter estético quanto utilitário. Ele concluiu: “os artigos acessórios de moda, uma vez originais em sua forma de expressão, são considerados criações artísticas, no mundo industrial e globalizado”. O acórdão deferido pela 9ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo confirmou que as bolsas Hermès são criações de arte originais de natureza estética que devem ser protegidas por meio dos direitos autorais e que as reproduções feitas por 284 são imitações, cópias praticamente idênticas às da Bolsas Hermes e, portanto, ilegais.

Por fim, mantém-se na sentença a referência à concorrência desleal. Cita-se a Convenção da Associação de Paris, que no Art. 10 justifica a necessidade de proteção contra a concorrência desleal, inclusive no que se refere à confusão com produtos concorrentes. Nesta área, a luta contra a concorrência desleal nos termos do Art. 195 da Lei de propriedade Industrial. A 284 também foi condenada ao pagamento de danos materiais e morais decorrentes das práticas de falsificação e concorrência desleal.

A decisão abre importante precedente no sentido de reconhecer as criações de artigos e acessórios de moda como criações artísticas, permitindo a proteção de direitos autorais sem registro prévio.

No caso acima, a marca 284, embora não pretendesse que seus produtos fossem considerados originais, também não tentou confundir o consumidor, principalmente pela grande diferença entre os materiais que compõem as marcas (a Birkin é feita de couro, ao passo que a “I’m not the original” é feita de moletom), ficou claro que a marca beneficiou do design e dos investimentos da Hermès, nomeadamente ao nível da promoção e publicidade dos produtos.

O julgamento do TJSP feito reforça um precedente bastante atual e preciso para projetos já bastante conhecidos no mercado. Estas criações devem ser protegidas, tendo em conta que por vezes existe a ideia de que a reprodução de uma criação original conhecida, feita por uma marca ou marca famosa, é legal ou não prejudicial. Esse caso pode ser tomado como parâmetro para a proteção de itens de moda, tanto mais que essas “notáveis” criações têm sido amplamente copiadas e



comercializadas como produtos inspirados, que passam impunes pela dificuldade de impedir a ampla distribuição com que são comercializados.

A realidade é que a originalidade, assim como os recursos investidos no desenvolvimento e comercialização do produto, são fatores essenciais para sua consolidação no mercado e, portanto, esses produtos necessitam de proteção contra falsificação e reprodução desenfreada de produtos inspirados” supostamente usado no mercado, conforme previamente demonstrado.

### 3.3 LOUNGERIE X HOPE

O último caso foi decidido pela Terceira Turma do Supremo Tribunal Federal (STJ) em 19 de outubro de 2021 foi a disputa entre Wacoal America INC. e Loungerie S/A x Hope do Nordeste LTDA. (Recurso Especial nº 1.942.690/SP).

Loungerie alegou que Hope estava comercializando imitações não autorizadas de produtos Embrace Lace projetados e fabricados pela Wacol e comercializados pela Loungerie. Além disso, também foi argumentado que a Hope divulgou declarações falsas sobre uma parceria comercial imaginativa, levando as pessoas a acreditar que seus produtos eram legítimos.

A Loungerie se uniu à Wacoal para criar a linha Embrace Lace. Conforme exposto na inicial, a Wacoal investe em tecnologia e design que se diferenciam do mercado, tanto na busca por valor quanto no conforto de suas peças. Assim, defendeu-se que a marca possui um design único para suas peças e coleções. Segundo os autores, as peças da coleção em questão são caracterizadas por uma renda floral diferenciada.

De acordo com os argumentos da petição inicial, a Hope começou a vender produtos idênticos aos da linha Embrace Lace, chegando a confirmar em uma rede social que se tratava de uma coleção de peças Wacoal exclusivas da Hope.

A ação foi ajuizada em maio de 2017 na 27ª Vara Cível da Comarca de São Paulo. A alegação original era que o réu deveria abster-se de vender produtos supostamente falsificados, além de pagar danos materiais e imateriais. Tornou-se violação de direitos autorais nos termos dos artigos 7º, VIII e 18 do Lei de Direitos

Autorais e Lei da Concorrência Desleal com base no art. 195, III e V do Código da Propriedade Industrial, pela publicação de informações falsas e pela comercialização de produtos cuja configuração imite as características típicas e exclusivas dos produtos comercializados pela Loungerie.

Em resposta, a Hope alegou que não havia infringido nenhum dos direitos autorais, pois os produtos apresentariam características que faziam tradição da categoria e das tendências do mundo da moda. Assim, alegou que a proteção conferida aos ornamentos de fabricação industrial deveria ser concedida por meio do registro do desenho industrial à luz da Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, o que não foi feito pelas autoras. Em suma, as réis fundamentaram-se na falta de individualidade artística, originalidade, registro dos produtos como desenho industrial, uso de signos comumente utilizados no segmento de lingerie, falta de distintividade do desenho na estruturação dos signos, e qualquer ato que pudesse ser configurado como concorrência desleal.

A sentença proferida julgou parcialmente procedentes os pedidos na inicial assim a (i) se abster de comercializar os produtos que incorporem elementos distintivos da linha Embrace Lace desenvolvida pelas autoras, sob pena de multa diária; (ii) a promover a destruição de todos os produtos em questão, sob pena de multa diária; e (iii) ao pagamento de reparação por danos materiais, cujo valor deverá ser apurado em liquidação de sentença.

É importante destacar que a sentença reconheceu que a proximidade entre produtos pode gerar confusão visual e, conseqüentemente, desvio de vendas. Assim, a pretensão da Loungerie foi julgada procedente com base no uso indevido da imagem postada pela Hope, que teria reproduzido a imagem comercial criada pela Loungerie e Wacoal sem autorização.

No entanto, em recurso, Hope conseguiu mudar a sentença e o tribunal decidiu que a lei de direitos autorais não era aplicável à indústria da moda, fundamentando a necessidade de registrar o desenho comercial, o que não foi feito para que a semelhança dos produtos pudesse ser mostrada como uma tendência do segmento de mercado. Além disso, assumiu que não haveria violação de imagem comercial, pois não foi demonstrado que a linha Embrace Lace seria o traje dos demandantes. É interessante notar que a decisão considerou que a Lei de Propriedade Industrial é a lei mais adequada para proteger as empresas de moda.

A Loungerie recorreu da sentença, que foi negada pelo STJ. Alegada violação dos Art. 7º, 8º, 18 e 29, I e VI, do Lei de Direitos Autorais e Art. 2º, V, 86 e 195, III Lei de Propriedade Industrial. Alegou que a lista contida no artigo 7º da Lei de Direitos Autorais era meramente ilustrativa, sendo inegável que design, estampas de vestuário e similares possuem proteção de direitos autorais” (e-STJ fl. 1.857). Além disso, decidiu que não é possível a exclusão da proteção contra a concorrência desleal devido à inaplicabilidade da lei de direitos autorais ou à falta de registro de um desenho. O requerente argumentou que toda criação intelectual tem o direito de ser protegida do uso não autorizado do produto desenvolvido.

Apesar do indeferimento do recurso especial, cabe ressaltar que o acórdão estabeleceu diversos pontos importantes quanto à discussão da propriedade intelectual relacionada às criações da indústria da moda, como a constatação de que o rol de obras intelectuais é regulamentado pela Lei de Direitos Autorais, são meramente exemplificativos, que as mercadorias são igualmente protegidas se forem uma " criação de espírito " e que o arcabouço legal brasileiro apoia a coleção de imagens principalmente porque sua imitação é dificultada pela supressão da concorrência desleal.

A ementa do julgado dispôs da seguinte forma:

DESLEAL. AÇÃO DE ABSTENÇÃO DE USO E INDENIZATÓRIA. PEÇAS DE VESTUÁRIO ÍNTIMO FEMININO. POSSIBILIDADE, EM TESE, DE INCIDÊNCIA DA LEI 9.610/98. DIREITO AUTORAL. AUSÊNCIA DE VIOLAÇÃO. ORIGINALIDADE NÃO CONSTATADA. CONCORRÊNCIA DESLEAL. VIOLAÇÃO DE TRADE DRESS. DISTINTIVIDADE. AUSÊNCIA.

CONFUSÃO NO PÚBLICO CONSUMIDOR NÃO VERIFICADA. SÚMULA 211/STJ. SÚMULA 284/STF. SÚMULA 7/STJ.

1. Ação ajuizada em 11/5/2017. Recurso especial interposto em 11/3/2021. Autos conclusos ao gabinete da Relatora em 22/6/2021.

2. O propósito recursal consiste em definir se a recorrida deve se abster de comercializar peças de vestuário que se assemelham à linha de produtos fabricada pelas recorrentes, bem como se tal prática é causadora de danos indenizáveis.

3. São passíveis de proteção pela Lei 9.610/98 as criações que configurem exteriorização de determinada expressão intelectual, com ideia e forma concretizadas pelo autor de modo original.

4. O rol de obras intelectuais apresentado no art. 7º da Lei de Direitos Autorais é meramente exemplificativo.

5. O direito de autor não toma em consideração a destinação da obra para a outorga de tutela. Obras utilitárias são igualmente protegidas, desde que nelas se possa encontrar a exteriorização de uma “criação de espírito”. Doutrina.

6. Os arts. 95 e 96 da Lei 9.279/96 não foram objeto de deliberação pelo Tribunal de origem, de modo que é defeso o pronunciamento desta Corte Superior quanto a seus conteúdos normativos (Súmula 211/STJ). Ademais, as recorrentes sequer demonstraram de que modo teriam sido eles violados pelo acórdão recorrido, o que atrai a incidência da Súmula 284/STF.

7. A despeito da ausência de expressa previsão no ordenamento jurídico pátrio acerca da proteção ao trade dress, é inegável que o arcabouço legal brasileiro confere amparo ao conjunto-imagem sobretudo porque sua imitação encontra óbice na repressão à concorrência desleal. Precedentes.

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

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

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

RECURSO ESPECIAL PARCIALMENTE CONHECIDO E NÃO PROVIDO.

(REsp n. 1.943.690/SP, relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 19/10/2021, DJe de 22/10/2021.)

Portanto, nota-se que a acórdão aborda questões de grande importância na discussão sobre a proteção de produtos na indústria da moda. Em primeiro lugar, a confirmação de que esses produtos podem ser protegidos pela Lei de Direitos Autorais abre um precedente sobre o que ainda é um assunto altamente controverso. Consequentemente, também é positivo já que as obras utilitárias também estejam sujeitos a proteção exteriorização de uma criação de espírito. Por fim, confirma a proteção já amplamente reconhecida pelo STJ por meio do instituto do trade dress.

A ministra-relatora Nancy Andrighi, coloca a aplicabilidade da Lei de Direitos Autorais, no rol do art. 7º desta Lei, dessa forma “qualquer criação que configure uma exteriorização de determinada expressão intelectual, com ideia e forma concretizadas pelo autor de modo original, é passível de proteção pelo direito autoral”. Ficando assim, divergente do acórdão recorrido, a ministra fixou o entendimento de que deve ser aplicado as disposições da Lei de Direitos Autorais à indústria da moda, de forma que as obras tratam de “obras de arte aplicada”, que, nos termos do voto, “se se

definem por serem uma criação intelectual que combina, ao mesmo tempo, caráter estético e conotação utilitária, servindo para fins comerciais ou industriais”.

O voto da relatora prevê expressamente que, ao contrário do que sustenta o acórdão recorrido, o fato de os produtos serem fabricados no setor da moda não exclui a proteção da Lei de Direitos Autorais, nomeadamente face à sua finalidade estética, independentemente de serem ou não utilizados para fins industriais. Esta validação é essencial para que a necessidade de proteção ao design em um caráter utilitário, dessa forma não seja conferida tutela em razão de registro anterior, o que rebate os argumentos trazidos pela marca Hope em relação a proteção dos produtos da Loungerie e da Wacoal.

Outro ponto importante mostrado pela ministra-relatora é a necessidade de proteção ao trade dress.

O que o sistema protetivo concorrencial procura coibir (no que importa à espécie) é, portanto, o aproveitamento indevido de conjunto-imagem alheio pela adoção de práticas que causem confusão entre produtos ou serviços concorrentes, resultando em prejuízo ao respectivo titular e/ou ao público consumidor. RECURSO ESPECIAL PARCIALMENTE CONHECIDO E NÃO PROVIDO. (REsp n. 1.943.690/SP, relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 19/10/2021, DJe de 22/10/2021.)

Além disso, afirmou-se que, embora possa ser difícil determinar nas circunstâncias fáticas de cada caso se os elementos de vestuário são dignos de proteção pelos direitos autorais, pelo direito de propriedade industrial, ambos ou nenhum, não pode ser impedido que o proprietário do direito violado pede reparação com base na deslealdade concorrencial derivada da imitação não autorizada de sua criação.

Assim, apesar de ser relativamente difícil provar um ato de concorrência desleal, parece que o instituto em discussão é mais uma alternativa para a proteção de produtos não registrados no INPI, impondo o ônus da prova dos requisitos para a tutela, conferido através da imagem comercial. O trade dress, portanto, é uma ferramenta extremamente significativa na busca pela proteção da indústria da moda, podendo ser invocado quando se verificar que as cópias de criações podem configurar concorrência desleal.

Voltando ao caso Loungerie x Hope, concluiu-se que não foram atendidos os requisitos para apuração de violação do trade dress, pois seria necessário demonstrar

confusão ou associação indevida entre os produtos, uso anterior da imagem fixa e sua distinção em relação aos concorrentes. Desta forma, confirmou-se a não verificação de concorrência desleal, uma vez que os autores não registraram o desenho industrial de seus produtos, cabendo a eles a comprovação do uso prévio quanto ao caráter distintivo do conjunto de imagens:

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

Quanto às violações ao art. 95 e 96 da Lei de Propriedade Industrial, estes não foram analisados, pois os recorrentes não suscitaram tais infrações no juízo de origem, pelo que se aplicou o desconhecimento das alegações por falta de questionamento prévio.

Por fim, o recurso foi desprovido pois as recorrentes deixaram de comprovar:

[...] (i) que o design de seus produtos é dotado de originalidade/distintividade – isto é, que sua criação não está inserta em padrões ornamentais já consagrados no respectivo segmento; (ii) que a comercialização de artefatos semelhantes pela recorrida iniciou-se após a presença no mercado da linha estilística Embrace Lace; e (iii) que a convivência entre os produtos é causa geradora de confusão ou associação indevida no público consumidor. (REsp n. 1.943.690/SP, relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 19/10/2021, DJe de 22/10/2021.)

A ministra Nancy Andrighi também lembrou que o STJ não analisa provas que foram apreciadas em instâncias inferiores por força da súmula 126/STJ.

Apesar do resultado da sentença, o precedente é relevante para o direito da moda pois reconhece a aplicação de institutos de propriedade intelectual - como a Lei de Direitos Autorais e o trade dress, ato de concorrência desleal (que é mencionado na lei de propriedade industrial) - para a indústria da moda e garante maior clareza da justiça nacional para as disputas decorrentes dessas violações.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dados apresentados pela Confederação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção evidenciam a relevância do setor da moda na economia brasileira, tendo gerado uma receita significativa no ano de 2018. O Brasil destaca-se como um produtor expressivo nessa indústria, ficando atrás apenas do setor de alimentos e bebidas. Além disso, a história do país está intrinsecamente ligada à moda, sendo o Pau-Brasil, utilizado para tingir tecidos, o primeiro produto exportado.

Nesse contexto, o direito e a moda assumem uma importância fundamental na sociedade brasileira. A pesquisa realizada teve como objetivo discutir a legislação relacionada à moda, conhecida como "lei da moda", com a finalidade de proteger os produtos desse segmento no país. Os capítulos abordaram desde a história da moda e sua relevância econômica até a proteção legal por meio dos direitos autorais e da propriedade industrial.

No que diz respeito aos direitos autorais, foram considerados os aspectos tanto no âmbito nacional quanto internacional. A Convenção de Berna de 1886, da qual o Brasil é signatário, foi mencionada como um instrumento internacional relevante nessa área. Além disso, a Lei nº 9.610/98 foi analisada no contexto dos direitos autorais no país.

No campo da propriedade industrial, a proteção tanto em nível nacional quanto internacional foi discutida. A Convenção da União de Paris de 1883 foi destacada como um marco internacional, e a Lei 9.279/96 foi apontada como a principal legislação brasileira para a proteção da propriedade industrial.

O terceiro capítulo abordou os conflitos relacionados aos direitos no setor da moda e as soluções adotadas pelos tribunais brasileiros. A análise desses casos demonstrou a relevância do tema no contexto jurídico do país e enfatizou a necessidade de considerar a subjetividade inerente à moda, uma vez que essa indústria é baseada no comportamento individual e está em constante transformação.

Portanto, a pesquisa contribuiu para a compreensão da interação entre o direito e a moda, ressaltando a importância de uma legislação adequada e atualizada para a proteção dos produtos e interesses do setor. A abordagem dos aspectos históricos, legais e judiciais proporcionou uma visão abrangente e fundamentada

sobre a proteção jurídica aplicada ao setor da moda, reforçando a necessidade de uma constante adaptação das normas às demandas e peculiaridades dessa indústria em constante evolução.



## REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 maio 1996. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm). Acesso em: 07 jun. 2023.

CARVALHO, Fabiano Del (Org.). Direito da Moda: Da Criação ao Consumo. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

DAMM, Daniela. A pirataria na moda: análise dos efeitos negativos para a indústria e o direito autoral. Revista Brasileira de Direito da Moda, v. 2, n. 2, p. 82-95, 2019.

DINIZ, Renata Rocha. Propriedade intelectual e moda. In: CARVALHO, Fabiano Del (Org.). Direito da moda. São Paulo: Saraiva, 2020.

DUARTE, Ana Carolina Rodrigues; BRAGA, Flávio. Marcas na moda e sua importância no mercado. In: CARVALHO, Fabiano Del (Org.). Direito da moda. São Paulo: Saraiva, 2017.

FERNANDES, Priscila Oliveira. Desenho Industrial e Moda: A Proteção do Design na Indústria Fashion. Revista Jurídica do Centro Universitário Curitiba, v. 1, n. 3, p. 113-130, 2018.

FROSSARD, Camila. A proteção autoral no setor da moda e os desafios da inovação acelerada. Revista de Direito da Moda, v. 10, n. 2, p. 210-230, 2021.

GOUVÊA, Ricardo. Fashion branding: construção e fortalecimento de marcas no mercado da moda. Rio de Janeiro: FGV, 2017.

MARINHO, Patrícia; LIMA, Simone Freitas; RODRIGUES, Isabel. Moda e marketing digital: uma análise das estratégias adotadas pelas marcas. In: Congresso Nacional de Administração e Ciências Contábeis, 5., 2019, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: CADC, 2019.

MEDEIROS, Carolina. Direito autoral aplicado à moda: desafios e perspectivas. Revista Direito & Cultura, v. 15, n. 1, p. 119-135, 2018.

OLIVEIRA, Carolina Medeiros de. O direito do trabalho na indústria da moda: a exploração do trabalho precário nas oficinas de costura. In: CARVALHO, Fabiano Del (Org.). Direito da moda. São Paulo: Saraiva, 2015.

PINTO, Nelson. Curso de direitos autorais. 4. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Forense, 2016.

ROJO, Daniela et al. Moda, consumo e sustentabilidade: desafios e possibilidades. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo, v. 14, n. 2, p. 238-255, maio/ago. 2020.

SANCHO, Carina Paula Sanches. Desenho Industrial e a Indústria da Moda. Revista do Direito Industrial, v. 4, n. 1, p. 109-131, 2017.

SILVA, Vanessa Estevam da. Patentes e Moda: Proteção Jurídica para as Inovações no Setor. In: PIERRY, Patrícia Borschiver; HORN, Mateus Alexandre Silva; SANTOS, Alessandra Machado dos (Orgs.). Propriedade Intelectual e Inovação: Estudos Interdisciplinares. 1. ed. São Paulo: LTr, 2018. p. 199-220.

TAVARES, Larissa. Proteção autoral na moda e a indústria fashion: considerações sobre a Lei nº 9.610/98. Revista Brasileira de Direito da Moda, v. 1, n. 2, p. 89-98, 2017.