



UNICEPLAC
CENTRO UNIVERSITÁRIO

Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos - UNICEPLAC
Curso de Direito
Trabalho de Conclusão de Curso

A Propriedade Intelectual e a proteção na Indústria da Moda:
Inspiração x Plágio

Gama-DF
2023

JEOVANA SOUSA DE CARVALHO

**A Propriedade Intelectual e a proteção na Indústria da moda:
Inspiração x Plágio**

Artigo apresentado como requisito para conclusão do curso de Bacharelado em Direito pelo Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac.

Orientador: Prof. Me. Edilson Enedino das Chagas

Gama-DF
2023

JEOVANA SOUSA DE CARVALHO

**A Propriedade Intelectual e a proteção na Indústria da Moda:
Inspiração x Plágio**

Artigo apresentado como requisito para
conclusão do curso de Bacharelado em
Direito pelo Centro Universitário do Planalto
Central Aparecido dos Santos – Uniceplac.

Gama-DF, 03 de novembro de 2023.

Banca Examinadora

Prof. Edilson Enedino das Chagas
Orientador

Prof. Nome completo
Examinador

Examinador

A Propriedade Intelectual e a proteção na Indústria da Moda: Inspiração x Plágio

Jeovana Sousa de Carvalho¹

Resumo:

O presente artigo utilizando o método dedutivo, visa analisar a importância da proteção dos direitos autorais, com o objetivo de ampliar as soluções aplicáveis a proteção legal das criações marcárias da indústria da moda demonstrando um estudo sobre a Propriedade Intelectual e a sua proteção aplicada aos direitos autorais da Indústria da Moda, de que forma a Lei de Propriedade Intelectual 9.279/96 é eficaz para a proteção dos direitos de criação na indústria da moda no que tange a linha tênue entre inspiração e plágio, considerando a relevância do segmento da indústria da moda no Brasil, conceitos de propriedade Intelectual, seus princípios norteadores e efeitos da proteção dos direitos de Propriedade Intelectual e a comparação entre plágio e inspiração que movimentam a indústria.

Palavras-chave: Direito; Propriedade Intelectual; Direitos Autorais; Indústria da moda; Trade Dress; Plágio.

Abstract:

This article, using the deductive method, aims to analyze the importance of copyright protection, with the aim of expanding applicable solutions to the legal protection of trademark creations in the fashion industry, demonstrating a study on Intellectual Property and its protection applied to the rights fashion industry, how Intellectual Property Law 9.279/96 is effective for the protection of creative rights in the fashion industry regarding the fine line between inspiration and plagiarism, considering the relevance of the fashion industry segment in Brazil, concepts of Intellectual Property, its guiding principles and effects of the protection of Intellectual Property rights and the comparison between plagiarism and inspiration that moves the industry.

Keywords: Law; Intellectual Property; Copyright; Fashion industry; Plagiarism.

¹Graduanda do Curso Direito, do Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac. E-mail: jeovana.dir@gmail.com.

1 INTRODUÇÃO

A história da moda possui como marco inicial a Revolução Industrial. Sendo assim, pontua-se, por meio desse ponto de partida, que a indústria têxtil se desenvolveu como área de negócio imensamente lucrativa, buscando acompanhar essas evoluções. Logo, concedeu-se a concepção do *Fashion Law*, o Direito da Moda para que os operadores do direito possuam a chance de validar as diretrizes legais hoje vigentes às especificidades do mundo da moda.

O Direito da Moda possui grande importância, e levando em consideração os aspectos sociais, surge a necessidade de especialização do Direito nessa área de atuação. Assim, além do que se refere a conceitos da própria moda e a temática a ser discutida, denominado Direito da Moda, aborda-se as relações jurídicas sobre o aspecto de suas proteções pela Propriedade Intelectual e tais demandas, identificando como essas criações da moda são protegidas.

Desse modo, o presente artigo tem como objetivo fomentar o debate acerca da Propriedade Intelectual, uma vez que se apresenta como um dos pilares essenciais da indústria da moda, possibilitando a proteção das criações dessa indústria por meio de institutos como a marca e o desenho industrial. O presente artigo preocupou-se em discutir sobre este tema, juntando conhecimentos sobre o chamado Direito da Moda ou *Fashion Law* (termo em inglês), ampliando o entendimento no que tange a aplicabilidade na tutela dos Direitos no Brasil das criações de moda presentes na indústria, visto que são criações humanas e devem ter amplo respaldo jurídico.

Se faz oportuno citar que o objetivo deste artigo não é apenas demonstrar os institutos jurídicos existentes para proteção da indústria da moda, mas também analisar casos verídicos e apontar possíveis soluções em relação às criações de moda, especialmente com a intenção de promover o debate sobre o tema, dada a sua importância na sociedade contemporânea.

No primeiro capítulo, é realizado um estudo sobre a propriedade intelectual e são apresentados alguns conceitos indispensáveis para o avanço desta pesquisa, entre tantos o de criação de moda, o de Propriedade Intelectual e o de Direito de Autor, especificamente ao Direito Autoral, marcas, desenho industrial além de uma análise sobre a existência de Plágio e Trade dress, que se diferenciam da inspiração que existe no mundo da moda e suas criações.

O segundo capítulo é voltado para abordar o estudo da moda desde seus primórdios até a atualidade e sua repercussão na sociedade, é necessário compreender a concepção do Direito da Moda e seu contexto histórico e incentivar debates sobre este assunto, para que os operadores do direito possuam a chance de empregar as diretrizes legais hoje vigente às especificidades do mundo da moda.

O Direito e a Moda possuem uma grande importância e relevância no Brasil, partindo deste pressuposto a história da moda e o mundo empresarial fashion, são trazidos como pontos específicos para que o tema demonstre relevância para a economia brasileira e para o mundo. A indústria da moda possui grande relevância social para a sociedade contemporânea no Brasil e no mundo, sendo uma área que cresce a cada dia.

Assim, surge a necessidade de que o Direito se preocupe com os desafios jurídicos enfrentados pelo mundo da moda e seus setores industriais e a Proteção do Segmento Fashion no Brasil, tendo enfoque principal nos Direitos do Autor e a Propriedade Industrial, sendo desenvolvidas algumas discussões, as quais se referem à tutela autoral das criações da indústria da moda, serão abordados os Direitos do Autor e suas proteções, sob âmbito nacional, será exposto com enfoque na Propriedade Industrial, ressaltando, principalmente, a Lei 9.279/96, principal legislação brasileira.

Por fim, o terceiro capítulo, abordará sobre os conflitos relativos ao Direito da Moda, bem como as soluções adotadas pelos Tribunais brasileiros julgadores, visto que estes, geralmente se pautam nos Direitos do Autor e da Propriedade Industrial em suas decisões.

2 PROPRIEDADE INTELECTUAL

O homem, desde seus primórdios, aprendeu a fabricar instrumentos de pedra, sobretudo de sílex, batendo uma pedra contra a outra. A descoberta (ou invenção) dos primeiros instrumentos tornou possível ampliar o alcance e a utilidade da mão do homem (seu primeiro instrumento), tornando a espécie capaz, com o uso de machados, lanças, arpões, anzóis, arcos e flechas, de vencer animais maiores e de colocar a natureza à sua disposição. No Período Neolítico, aperfeiçoou o uso da pedra e criou novos utensílios, como facas, foices, enxadas e vasilhas, para guardar ou cozinhar alimentos (SILVEIRA, 2020).

Os seres descobriram novas aplicabilidades para os materiais encontrados na natureza, modelando recipientes de argila, tecendo fibras e empregando troncos de árvores para construir barcos e jangadas. Na idade dos metais, o homem aprendeu a trabalhar o cobre, a ligá-lo com o estanho para a obtenção do bronze; surgiu, assim, a figura do artesão que o homem colocou à sua disposição em decorrência de sua capacidade criativa.

Ao exercer sua criatividade, acresce ao mundo coisas novas, cujo surgimento se deve a ele, a uma operação de caráter intelectual que resulta em uma nova realidade que vem enriquecer o mundo dos homens e ampliar seus limites, o desejo de proteger os frutos dessa atividade, quando ela resulta em algo, uma obra intelectual, ou seja, uma forma com unidade suficiente para ser reconhecida como ela mesma. (SILVEIRA, 2020).

O fundamento do direito sobre tais obras se explica pela própria origem da obra: o indivíduo. A obra lhe pertence originalmente pelo próprio processo de criação; só a ele compete decidir revelá-la pondo-a no mundo, e essa decisão não destrói a ligação original entre obra e autor.

A Idade Média culminou com o esplendor artístico do Renascimento e com o surgimento de figuras de grande poder criativo, como Leonardo da Vinci, inventor, artista e filósofo, o símbolo da extraordinária capacidade do homem de crescer ao mundo novas formas e coisas, que sem a sua existência, simplesmente não surgiriam. Leonardo, como se sabe, era cioso de suas criações, usando artifícios como o de escrever ao contrário e praticar erros intencionais em seus projetos para que não pudessem ser furtados.

Com a invenção da imprensa por Gutemberg, e seu desenvolvimento, o qual permitiu a difusão das ideias pela multiplicação de exemplares, e com a Revolução Industrial (que alguns autores fazem remontar à Inglaterra, à França e aos Estados alemães do século XVI), que implicou a passagem da forma de produção artesanal para a industrial por meio da máquina, é que a humanidade passou a perceber que aquilo que foi criado pelo inventor ou escritor não se exaurir no exemplar materialmente executado, era algo além dele, era uma forma que podia ser reproduzida e representar riqueza.

Dali até a assinatura de duas grandes convenções internacionais, a de Paris de 1883 e a de Berna de 1886 – visando a primeira à proteção da propriedade industrial e a segunda, à das obras literárias e artísticas –, estava formada a consciência do mundo civilizado de que ao autor pertencia sua obra – entendida como determinada concepção ou forma que podia ser aplicada à matéria, mas que com esta não se confundia – e a ele competia o direito exclusivo de usá-la, de autorizar seu uso, de obter rendimentos com ela ou de transmitir esse direito a terceiros. (SILVEIRA, 2018)

A propriedade industrial corresponde à especificação do patrimônio intangível do empreendimento. É patrimônio intangível um dos subconjuntos do fenômeno empresa, em que por sua vez, a propriedade industrial também pode ser visualizada como sub-ramo do direito intelectual. A propriedade industrial abarca as invenções e as marcas, por exemplo, que certamente correspondem a obras do gênio humano. E, de forma semelhante, uma composição musical, um romance ou um programa de computador também são expressões da imaginação e da criatividade do ser humano. (CHAGAS, 2023)

Os direitos decorrentes das criações imateriais regulam não apenas o setor industrial, mas a vida dos particulares e tudo mais que seja proveniente da criação intelectual. Por isso a importância de uma classificação reconhecida internacionalmente, bem como uma legislação pautada nos interesses nacionais e integrada com os demais países através dos tratados internacionais.

A propriedade intelectual ou industrial, pode ser definida como o conjunto dos institutos que visam garantir os direitos do autor sobre as produções intelectuais do domínio da indústria e assegurar a lealdade e a concorrência comercial e industrial. Os direitos de propriedade industrial trata-se de um conjunto de princípios e normas voltados à manutenção da inviolabilidade da produção autoral.

A Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI – ou *World Intellectual Property Organization*, WIPO), é uma entidade internacional de Direito Internacional Público com sede em Genebra, que define a propriedade intelectual como direitos relativos ao resultado da atividade intelectual nos campos industrial, científico, literário e artístico. Os países possuem leis de propriedade intelectual por dois motivos: para dar expressão estatutária aos direitos morais e econômicos dos criadores sobre suas criações; e para promover, como ato deliberado da política governamental, a criatividade e a disseminação e aplicação de seus resultados e encorajar o comércio justo, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social das nações (OMPI, 2023).

A Convenção de Estocolmo, realizada na data do dia 14 de julho de 1967, estabelece que a propriedade intelectual deve abranger os direitos relativos aos trabalhos artísticos, literários e científicos; performances ou artistas performáticos, fonogramas e transmissões; invenções em todos os campos de atividade humana;

descobertas científicas; desenhos industriais; marcas industriais, marcas de serviço, nomes comerciais e designações; proteção contra a concorrência desleal; e todos os outros direitos relacionados à atividade intelectual nos campos industrial, científico, literário ou artístico (OMPI, 2023).

As leis de propriedade intelectual, embora escassas no ordenamento jurídico brasileiro, buscam em sua totalidade a salvaguarda dos criadores e de outros produtores de bens e serviços intelectuais, na medida em que lhes garantem certos direitos sobre a reprodução desses bens por um tempo limitado.

Dessa forma, a propriedade intelectual se divide em propriedade industrial e direito autoral. A área de direito autoral é composta pelas atividades literárias, artísticas e científicas, enquanto as performances, as atividades de artistas performáticos, os fonogramas e transmissão são tidos como direitos correlatos, ou seja, relacionados ao direito autoral.

Por outro lado, compõem a propriedade industrial as invenções, os desenhos industriais, as marcas e os nomes comerciais, as marcas industriais e de serviços, e as designações. A proteção da propriedade industrial acontece quando a luta contra a concorrência desleal compõe o que se denomina “protecionismo da propriedade industrial” e, conforme a Convenção de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial (Ato de Estocolmo de 1967), “qualquer ato de competição contrário às práticas honestas nos ramos industriais e comerciais constitui um ato de concorrência desleal” (OMPI, 1967, art. 10). Em resumo, são as atitudes consideradas desleais, que prejudicam o devido decorrer legal e ético entre as propriedades materiais, conforme dispõe a supracitada Convenção da OMPI. Em suma, o principal objetivo da organização é promover a proteção da propriedade intelectual internacionalmente.

O Tratado de Genebra sobre o Registro de Descobertas Científicas de 1978 define a descoberta científica como o reconhecimento de um fenômeno, propriedades ou leis do universo material não reconhecidas anteriormente e passíveis de verificação. No que se refere à propriedade industrial, cita-se que é o ramo da propriedade intelectual que trata das criações intelectuais voltadas para as atividades de indústria, comércio e prestação de serviços, englobando a proteção das invenções, desenhos industriais, marcas, indicações geográficas e relações concorrenciais. O outro ramo da propriedade intelectual é aquele que cuida dos direitos autorais incidentes sobre as criações literárias, artísticas e científicas, regulados por legislações próprias (BIGLER; MOREIRA, 2005).

A propriedade intelectual é dividida em obras literárias, artísticas e científicas, e a referida proteção dessa propriedade é regida pelas legislações relacionadas aos direitos autorais, que podem também ser interpretações divulgadas nas redes sociais, a proteção contra a concorrência desleal, como a falsa alegação sobre concorrente ou a imitação de produto concorrente com o objetivo de confundir o cliente.

A proteção da propriedade intelectual, seja qual for, é regrada e protegida pelas legislações referentes a direitos conexos aos direitos autorais, como por exemplo, se existem invenções, como uma nova forma de motor a jato. A proteção das invenções é regida pelas leis referentes a patentes, pois se trata de uma criação tecnológica com característica de inovação, os desenhos industriais, como a forma de uma garrafa de bebida não alcoólica, os desenhos industriais podem ser protegidos por leis especiais distintas, pela legislação da propriedade industrial ou de direitos autorais, as marcas industriais, de comércio ou de serviço, nomes comerciais e denominações comerciais,

como logotipos ou nomes de produto que possuem a mesma origem geográfica, como Champagne. (BIGLER; MOREIRA, 2005).

2.2 A Lei de Propriedade Intelectual

O direito de propriedade industrial compreende, pois, o conjunto de regras e princípios que conferem tutela jurídica específica aos elementos imateriais do estabelecimento empresarial, como as marcas e desenhos industriais registrados e as invenções e modelos de utilidade patenteáveis. A Lei brasileira de Propriedade Industrial – Lei n. 9.279, de 1996 –, incorpora as normas do acordo internacional a que o Brasil aderiu. Todas as formas de propriedade intelectual, incluindo os chamados setores emergentes, passam a receber tutela em forma de propriedade, com fulcro no artigo 5º, inciso XXIX da Constituição Federal brasileira. A propriedade industrial no Brasil, também possui seu amparo na Lei 9.279 de 1996, onde determina os direitos exclusivos no tocante à propriedade industrial. (SILVEIRA, 2020)

Atualmente, podemos constatar a importância da proteção dos direitos da indústria da moda pela propriedade intelectual, posto que existem diversos desafios que precisam ser enfrentados. Um desses desafios é a complexidade do sistema de proteção, que muitas vezes é difícil de entender e de aplicar na prática. Além disso, a falta de regulamentação específica para a indústria da moda em alguns países pode dificultar a proteção dos direitos dos criadores.

A Lei n. 9.279/96, em seu art. 241, de forma mais didática que imperativa, autoriza “o Poder Judiciário [...] a criar juízos especiais para dirimir questões relativas à propriedade intelectual”. Embora não se deva abusar da criação de juízos especiais, é certo que o sistema empurrará se, no momento de dar eficácia ao direito, ficarem as partes sujeitas aos riscos e às demoras judiciais.

3 A MODA COMO PROPRIEDADE INTELECTUAL

A Revolução Industrial é considerada o marco inicial da história da moda, devido a indústria têxtil e ascensão da moda mundial ter sido desenvolvida a partir dos seus acontecimentos. No início do século XIX, a indústria da moda teve um crescimento exponencial, na qual teve um aumento econômico de US\$ 2,4 trilhões de dólares. (IBOPE, 2013).

Nesse cenário, surge a moda como uma forma de expressão pessoal e manifestação cultural de pensamento, visto que fomentou o início de intensos debates a respeito de que tipo de proteção os produtos fabricados mereciam ter, devendo ser protegidos por algum tipo de exclusividade, já que carregavam consigo muita importância, não apenas no valor monetário, tanto para sociedade, como para economia mundial da indústria da moda.

A moda não é apenas uma reverberação ou repercussão de uma formação social, ela é parte dessa composição. Por esse motivo, a moda reflete-se em várias áreas de atuação do ser humano, como por exemplo: na economia, na sociologia, na psicologia, na antropologia, fortemente nas artes e, como não poderia ser diferente, no direito também. (FIORINI, 2018)

Diante disso, existe a necessidade de aumentar a visibilidade sobre a temática da Propriedade Intelectual, já que é um dos pilares norteadores da proteção das criações dessa indústria da moda por meio de institutos como o desenho industrial, a marca e, mesmo, por direito autoral.

A indústria da moda é um dos setores mais importantes da economia global, movimentando valores e investimentos altíssimos em todo o mundo, porém, a pirataria e a violação de direitos autorais são, infelizmente, efeitos colaterais nocivos nessa indústria, problema que vem afetando não apenas os criadores, mas também os consumidores. Por conseguinte, a proteção dos direitos da indústria da moda pela propriedade intelectual é um tema de grande relevância e merece ser investigado em profundidade.

O desenvolvimento industrial da moda passou por um processo presente em todos os meios na atualidade, aumentando o consumo dos produtos de moda diferentemente do que existia nas épocas passadas, em que não alcançava todas as classes sociais e faixas etárias, pois isso era um privilégio do alto escalão social.

O Brasil possui o quarto maior parque produtivo de confecção do mundo e apresenta dados cada vez mais representativos no cenário da moda. Em 2014, segundo o Texbrasil, Programa de Internacionalização da Indústria da Moda Brasileira, criado pela Abit (Associação Brasileira de Indústria Têxtil e Confecção) em parceria com a Apex-Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos), o faturamento da cadeia têxtil e de confecção somou USD 53,6 bilhões, a produção chegou a 6 bilhões de peças (entre vestuário, cama, mesa e banho), gerou 1,6 milhão de empregos diretos e 8 milhões, se adicionarmos os indiretos, dos quais 75% são de mão de obra feminina, além de ser o segundo maior gerador do primeiro emprego. (IBOPE, 2013).

Em uma breve análise social, podemos observar que é nítida a existência de um grande consumismo, fruto dos movimentos históricos de estimulação econômica do poder de compra, no qual impulsionou a indústria da moda até os dias atuais, o qual cresce consideravelmente no Brasil e no mundo.

No ano de 2010, a indústria da moda na cadeia têxtil e de confecções correspondia a 3,5% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, sendo este um dos setores produtivos relacionados à moda, pois ainda existem inúmeros outros setores, conforme estudos do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatísticas (IBOPE, 2013). Logo, esta indústria cresce diariamente, ou seja, torna-se nitidamente importante no meio econômico. Sendo assim, é de extrema importância a aplicação de mecanismos legais, para que possa suprir as necessidades neste ramo empresarial. A moda atua como um mecanismo de comunicação, expressão e posicionamento do indivíduo em relação a si mesmo. O Direito da Moda no Brasil é o ramo do direito que se aplica a preservar os direitos e deveres na indústria da moda. No Brasil, encontra-se em um processo de expansão, sendo considerado um campo novo de atuação do Direito, uma vez que trata de assuntos específicos de uma indústria.

O objetivo do *Fashion Law*, o denominado Direito da Moda, é englobar a propriedade intelectual em seu meio, uma vez que é considerada como um dos principais pilares deste instituto, no qual possibilita a proteção das criações em áreas específicas da indústria da moda (PEREIRA LINO, 2022). Por essa razão, dentre tantas outras atividades que necessitam de orientação legal, o tema está sendo considerado uma área inovadora do Direito por alguns estudiosos.

Conforme a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio (UNCTAD), a moda é uma indústria criativa que merece uma atenção especial, dado o seu potencial comercial. A indústria da moda mundial está em expansão; ela vai além do 'haute Couture', que é diferente do prêt-à-porter (pronto para vestir) e de artigos de grife. Hoje, a indústria da moda abrange uma grande variedade de produtos, incluindo joias, perfumes e acessórios como cachecóis, bolsas e cintos. Uma criação exclusiva de uma peça de moda artesanal é bem diferente da moda produzida em escala industrial. (ONU, 2020), no entanto, para outros, é apenas o emprego de um agrupamento de normas jurídicas já existentes em um determinado país, para tentar esquematizar uma norma já existente no ordenamento jurídico (SCAFIDI, 2012).

Os produtos de design de moda deveriam ser protegidos por direitos autorais ou por marcas comerciais antes de ingressarem em mercados nacionais ou internacionais altamente competitivos. Na verdade, é a marca ou a etiqueta que garante o conteúdo criativo e a novidade dos produtos, proporcionando, assim, um valor agregado e uma receita maior para os estilistas. Essas e outras complexidades da indústria da moda global precisam ser mais bem compreendidas para que a indústria da moda possa obter um crescimento nos países em desenvolvimento. O Fashion Law enfrenta inúmeros problemas, além do mais óbvio que é a contrafação, popularmente conhecido como pirataria, relacionados aos direitos de proteção à propriedade intelectual (propriedade industrial e direitos autorais (COLMAN, 2012).

É necessário estudo neste novo âmbito jurídico, mesmo sendo pouco conhecido pelos operadores do direito no Brasil. Para a advogada Vicki Dallas os advogados precisam entender que o negócio do Fashion Law é diferente, já que há constante mudança nos ciclos dos produtos e nos acordos comerciais. Portanto, adaptar-se e compreender as estratégias de negócio básicos de uma empresa de vestuário é essencial para ser um consultor jurídico eficaz nesta área de atuação.

Sendo pouco explorado este segmento do direito no Brasil, faz-se necessário seu estudo, e os operadores do direito que se especializaram nesta área, que só tende a crescer, buscando conhecer as necessidades de seus clientes, garantirão o sucesso de suas causas, com essa inovadora especialidade.

A proteção dos direitos da indústria da moda pela propriedade intelectual é fundamental para garantir a continuidade e o desenvolvimento desse setor. Segundo Kretschmer (2016), a proteção dos direitos da propriedade intelectual na indústria da moda é importante porque cria um ambiente de competição justa, onde a criatividade e o trabalho são valorizados e incentivados, para que a propriedade intelectual não seja apenas um mecanismo de proteção, mas de inovação.

A Propriedade Intelectual é a área do direito na qual abrange a regulamentação e a proteção das criações provenientes do intelecto, sendo eles os bens imateriais e intangíveis, em que constituem direitos reais, são denominados propriedade intelectual. A proteção intelectual dos produtos da indústria da moda pode ser feita através de diversos institutos, dependendo de cada caso, como marca e desenho industrial. (SOARES, 2020)

A marca, além de cumprir sua função fundamental de permitir a distinção dos produtos e serviços de determinada empresa dos demais, também estabelece sentimento de confiança no consumidor, que cria parâmetros para suas escolhas baseando-se na reputação daquela marca, além de gerar a identificação com o consumidor, já que vem, muitas vezes, acompanhada de conceitos e valores.

Ao considerar o cenário atual, a propriedade intelectual vem desenvolvendo-se cada dia mais no ramo do direito da moda, que compreende desde o processo criativo até o formato de apresentações das coleções nas passarelas e as embalagens utilizadas para os produtos. Sendo assim, surge a necessidade de fidelizar e tornar a marca individual em um mercado cada vez mais competitivo e de criações com rara excentricidade.

Surgiu a necessidade do direito de propriedade industrial no ramo da moda, sendo considerado o principal mecanismo utilizado para a tutela de criações de moda, pois protege a reprodução indevida e desautorizada dos produtos por eles tutelados (RAMOS, 2016).

No direito industrial a forma de se exteriorizar a proteção de um objeto ou ideia encontram-se na proteção, enquanto o âmbito do direito autoral se preocupa com a proteção da forma exterior da criação, buscando vedar o plágio e a concorrência desleal de outras indústrias. (COELHO, 2012).

4. MARCA

A marca, segundo a Lei da Propriedade Industrial (LPI), é um sinal visualmente perceptível que tem por função distinguir produtos e serviços (de origem diversa) de outros idênticos. A marca faz parte da propriedade industrial e está regulada pela Lei no. 9.279, de 14 de maio de 1996. A marca registrada garante ao seu titular o direito de uso exclusivo no território nacional no seu ramo de atividade econômica. (BRASIL, 1996)

Existem atualmente como tipos de marcas em relação à sua natureza: as marcas de produto; marcas de serviço; marcas coletivas; marcas de certificação. Além disso, há ainda outras duas hipóteses trazidas pela legislação e que não estão compreendidas dentro dessa classificação: as marcas de alto renome e as marcas notoriamente conhecidas, que recebem um tratamento diferenciado em decorrência das suas especificidades e particularidades.

As marcas de produtos são definidas pelo art. 123, I, da Lei no. 9.279/1996: “é aquela usada para distinguir produtos de outros idênticos, semelhantes ou afins, de origem diversa, as marcas de produto são aquelas usadas para distinguir produtos de outros idênticos, semelhantes ou afins, de origem diversa (BRASIL, 1996).

A marca de alto renome e a marca notoriamente conhecida se aproximam conceitualmente diante da proteção especial conferida a ambas pela lei, mas não correspondem à intangíveis sinônimos, pois, no caso da marca de alto renome, sua proteção especial pressupõe registro no Brasil, enquanto em relação à marca notoriamente conhecida sua proteção se dará com base na Convenção da União de Paris, independentemente de registro interno (CHAGAS, 2023).

O Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) negou o pedido de proteção do solado vermelho existente nos sapatos produzidos pela grife francesa Christian Louboutin. O pedido visava a proteger o que se chama de “marca de posição”, que se traduz na presença/aplicação de um sinal distintivo em uma posição específica de um produto, distinguindo-o de seus concorrentes. (INPI, 2021)

A marca de posição, no Brasil, foi expressamente reconhecida como sendo registrável em 2021, quando foi editada a Portaria 37 do INPI, a qual, em seu art. 1º, estabelece o seguinte: “art. 1º- Será registrável como marca de posição o conjunto distintivo capaz de identificar produtos ou serviços e distingui-los de outros idênticos, semelhantes ou afins, desde que: I – seja formado pela aplicação de um sinal em uma posição singular e específica de um determinado suporte; e II – a aplicação do sinal na referida posição do suporte possa ser dissociada de efeito técnico ou funcional.” (INPI, 2021)

O pedido da grife francesa foi formulado em 2009, época em que ainda não havia essa regulamentação. Com a entrada em vigor da Portaria, o pedido foi remanejado para a categoria de “marca de posição”. No INPI, o pedido foi indeferido com base no item 5.13.2 do Manual de Marcas, que trata da marca de posição. De acordo com o examinador de marcas, responsável pelo caso, não foi preenchido o requisito da distintividade do sinal aplicado. (INPI, 2009)

A famosa grife de calçados femininos pediu o registro do seu icônico solado vermelho como marca de posição, mas o INPI indeferiu o pedido contra esse indeferimento. Foi ajuizada ação judicial, na qual se alegou o seguinte: “falta de fundamentação e inobservância de pressupostos básicos do processo administrativo”, “interpretação equivocada da legislação aplicável e imperícia quanto à distintividade inerente do sinal”.

Outra importante decisão foi a da 7ª Vara Federal Cível da Seção Judiciária do Distrito Federal. No caso, uma indústria de calçados ajuizou, em face da Grendene e do INPI, uma ação pelo procedimento comum requerendo, em sede de antecipação de tutela, a suspensão do registro do desenho industrial da sandália “aranha”, da marca Melissa, e a permissão para que continue produzindo sandálias desse modelo.

Em sua inicial, a autora arguiu que o registro do desenho industrial foi irregularmente concedido à Grendene, tendo-se em vista que não foram preenchidos os requisitos legais para tanto. Ademais, pontuou, dentre outros argumentos, que o modelo é produzido há mais de 40 anos, não sendo a atualização do desenho industrial suficiente para perpetuar o registro e o direito à exclusividade.

O juízo de primeiro grau deferiu o pedido de tutela de urgência. Na fundamentação, o magistrado prolator da decisão, Marllon Sousa, destacou que o desenho industrial registrado não possui originalidade e novidade, tendo-se em vista que modelos semelhantes de sandálias são produzidos desde 1956 no Brasil. Afirmou ainda que o modelo específico da sandália “aranha” é de 1979, e seu desenho industrial já caiu em domínio público.

O juiz ainda destacou que, “quanto ao alegado de que a empresa ré apenas atualiza os modelos de suas sandálias e as registra com a finalidade de continuar com a exclusividade no mercado, verifica-se que os modelos registrados, conforme documentos de IDs [...] possuem semelhança e não demonstram novidade”.

5 DESENHO INDUSTRIAL

O desenho industrial é um dos mecanismos mais utilizados como proteção na indústria fashion. Como é definido no artigo 95, da Lei nº 9279 de 1996 (Lei de Propriedade Industrial – LPI):

Art. 95. Considera-se desenho industrial a forma plástica ornamental

de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial. (BRASIL, 1996).

Assim como os demais direitos de propriedade intelectual, o desenho industrial, para ser registrado, precisa preencher alguns requisitos legais específicos, são eles: a novidade; originalidade; e a possibilidade de servir para a fabricação em escala industrial. O desenho industrial tem potencial para ser aplicado aos mais diferentes setores da indústria, agregando valor e competitividade a produtos como joias, alimentos, embalagens, brinquedos, roupas, automóveis, eletrodomésticos, acessórios, entre outros. (DUARTE, 2018).

A proteção aos desenhos industriais, prevista na Lei de Propriedade Industrial, procura, simplesmente, complementar o quadro das criações no campo da indústria, sem entrar no mérito artístico ou técnico de tais produtos, casos em que, respectivamente, a proteção decorreria da lei de direitos de autor ou da lei das patentes de invenção e de modelos de utilidade. (SILVEIRA, 2020)

Formam requisitos para obtenção de desenho industrial: a novidade legislativa da LPI, que acrescenta o discutível requisito de originalidade, o art. 97, que define originalidade no sentido de distintividade: “configuração visual distintiva, em relação a outros objetos anteriores”, podendo “ser decorrente da combinação de elementos conhecidos” (parágrafo único). (BRASIL, 1996)

A novidade se acha definida no art. 96, em relação ao estado da técnica, seguindo o modelo do art. 11, relativo às patentes. O período da isenção é de 180 dias (art. 96, § 3º), com remissão ao art. 12. Além desses requisitos relativos (novidade e originalidade), a lei estabelece um impedimento absoluto: “a forma necessária comum ou vulgar do objeto ou, ainda, aquela determinada essencialmente por considerações técnicas ou funcionais” (art. 100, II).

5.1 Plágio

A arte, de caráter eminentemente social, despersonalizada, alcançou seu ponto máximo na Idade Antiga, na Atenas de Péricles. A essa altura, o homem já conhecia também o artista e o respeitava. Nesse tempo, já existia a noção de plágio, mas de maneira incipiente. Era ainda questão de moral, não de direito. A impressão era de que a obra existia no material apenas, nada fora dele.

A Idade Média culminou com o esplendor artístico do Renascimento e com o surgimento de figuras de grande poder criativo, como Leonardo da Vinci, inventor, artista e filósofo, o símbolo da extraordinária capacidade do homem de crescer ao mundo novas formas e coisas que sem a sua existência simplesmente não surgiriam. Leonardo, como se sabe, era cioso de suas criações, usando artifícios como o de escrever ao contrário e praticar erros intencionais em seus projetos para que não pudessem ser furtados. (SILVEIRA, 2020)

A pirataria existe em diversos âmbitos da sociedade por intermédio do plágio, em especial na indústria da moda, por ser um problema recorrente, que afeta tanto os criadores como os consumidores e a sociedade em geral, que acaba sofrendo com a falta de qualidade que esses produtos falsificados oferecem. A pirataria ocorre

geralmente pela ação do plágio.

Para a advogada Vicki Dallas (2015), a pirataria na moda pode ser definida como a reprodução não autorizada de produtos ou de elementos que caracterizam uma criação protegida pela propriedade intelectual. Além de afetar diretamente os criadores, a pirataria também prejudica a economia como um todo, pois gera perdas em termos de arrecadação de impostos e empregos. Essa violação de direitos no que se refere à pirataria não atinge apenas os autores, designers e empresas, mas a sociedade em geral, violando o sistema econômico global.

5.2 Trade Dress

O conceito de *trade dress* surgiu nos Estados Unidos. Já no Brasil, a doutrina classifica como "conjunto-imagem", "roupagem externa" ou ainda "embalagem" do produto ou bem. Trata-se, portanto, da percepção visual externada por um determinado bem no mercado consumidor, de forma suficientemente peculiar e distintiva, e que, por isso, goza de proteção jurídica autônoma e independente dos preceitos da Propriedade Intelectual.

O autor Denis Borges Barbosa define como sendo "um conjunto de cores, a forma estética, os elementos que compõem a aparência externa, como o formato ou apresentação de um produto, estabelecimento ou serviço, suscetível de criar a imagem-de-marca de um produto em seu aspecto sensível". (BARBOSA, 2003)

Ou seja, não se trata de uma marca, e, sim, da "roupagem externa", do "conjunto-imagem" ou da "apresentação visual" de produtos, estabelecimentos e serviços, criados por profissionais do marketing para diferenciá-los da concorrência, chamando a atenção do consumidor por intermédio do sentido da percepção.

Uma hipótese de conduta prejudicial à concorrência leal que não possui dispositivo penal específico, é a imitação do *trade dress*, conjunto de características perceptíveis aos consumidores que são aptas a identificar a origem de um produto ou serviço, que constitui a soma de elementos visuais e sensitivos que traduzem uma forma peculiar e suficientemente distintiva, vinculando-se à sua identidade visual, de apresentação do produto ou serviço no mercado consumidor. (SILVEIRA, 2020)

O *trade dress* não decorre de previsão legal expressa, pelo que a sua violação está ligada à construção doutrinária e jurisprudencial, e a sua conclusão decorrerá de exame do caso concreto, o que ocasiona insegurança jurídica, pois ainda é bastante comum deparar-se com decisões em que, os julgadores dispensam exame técnico e presumem o risco de confusão decorrente da notoriedade da semelhança da apresentação dos bens em cotejo.

Em setembro de 2017, a terceira turma firmou no REsp. 1.353.451/MG importante entendimento no sentido de que "a confusão que caracteriza concorrência desleal é questão fática, sujeita a exame técnico, a fim de averiguar o mercado em que o bem e serviço foram inseridos, e o resultado da entrada de novo produto na competição, de modo a se alcançar a imprevisibilidade da conduta anticompetitiva aos olhos do mercado". (BRASIL, 2017).

Conforme o decidido acima pela terceira turma, a dispensa de prova técnica apenas é permitida nas hipóteses específicas, não sendo possível ao magistrado consultar única e exclusivamente o seu íntimo, apegar-se a uma eventual notoriedade na semelhança visual, para concluir pela possibilidade de confusão. Os efetivos

contornos do instituto frente às arestas firmadas pela garantia constitucional da livre concorrência e da vedação à concorrência desleal, contêm diversos critérios conjugados que devem ser contemplados para a aferição do cabimento da proteção jurídica.

Em dezembro de 2018, a quarta turma do STJ julgou o REsp. 1.778.910/SP, e sob a relatoria da min. Maria Isabel Gallotti, concluiu que "o conjunto-imagem é complexo e formado por diversos elementos. Dados a ausência de tipificação legal e o fato de não ser passível de registro, a ocorrência de imitação e a conclusão pela concorrência desleal deve ser feita caso a caso. Imprescindível, para tanto, o auxílio de perito que possa avaliar aspectos de mercado, hábitos de consumo, técnicas de propaganda e marketing, o grau de atenção do consumidor comum ou típico do produto em questão, a época em que o produto foi lançado no mercado, bem como outros elementos que confirmam identidade à apresentação do produto ou serviço. (BRASIL, 2018).

No acórdão, a ministra faz alusão às sutilezas que podem separar a concorrência desleal da legítima prática competitiva e cita o acórdão da Terceira Turma da Corte proferido em caso paradigmático, o ministro Marco Aurélio Belizze ressalta que "(...) para se caracterizar uma atitude anticompetitiva e desleal é imprescindível que a situação concreta demonstre um comportamento imprevisível aos olhos do mercado, o que não se pode reconhecer quando se utiliza elementos comuns, partilhados por uma multiplicidade de concorrentes no mesmo nicho do mercado. Daí essa Terceira Turma ter sublinhado que, nos casos de alegação de concorrência desleal pela utilização de conjunto-imagem assemelhado apta, em tese, a causar confusão nos consumidores, é imprescindível uma análise técnica que tome em consideração o mercado existente, o grau de distintividade entre os produtos concorrentes no meio em que seu consumo é habitual e ainda o grau de atenção do consumidor comum".

Como constou no REsp. 1.353.451/MG: "por não ser sujeito a registro - ato atributivo do direito de exploração exclusiva - sua proteção não pode servir para ampliar direito que seria devido mediante registro, de modo que não será suficiente o confronto de marca a marca para caracterizar a similaridade notória e presumir o risco de confusão". (BRASIL, 2017).

Vale dizer, a jurisprudência do STJ tem repetidamente entendido que, para o exame de violação ao *trade dress*, não basta a demonstração de similaridade notória e a presunção do risco de confusão do consumidor. De fato, não se pode prescindir de elementos como a prova da suficiência peculiar e distintiva de determinado bem, sob pena de abuso de direito, caracterizado pela indevida ampliação de seu escopo. Os recentes posicionamentos adotados pelo Superior Tribunal de Justiça têm demonstrado que a Corte, ciente do crucial papel uniformizador que desempenha, tem procurado garantir que o bem jurídico efetivamente tutelado esteja presente.

Portanto, ao optar por questionar judicialmente eventual violação ao *trade dress*, o interessado deve, além de estar munido de elementos técnicos capazes de atestar a "suficiência distintiva" do seu produto ou bem, solicitar, de plano, uma perícia técnica para subsidiar a ação, sobretudo visando apurar se há conflito com a propriedade industrial de outra titularidade, resultando em uma necessidade de coibição de tais condutas.

No Brasil, a legislação tipifica o plágio como uma conduta de concorrência desleal, que é criminosa. A subtração da propriedade intelectual é equiparada ao

furto de um bem, ou seja, é uma ideia construída ao longo da história jurídica nacional. A repressão à concorrência desleal está prevista no artigo 195 da Lei 9.279/1996².

Conforme se verifica, o aludido artigo elenca uma série de condutas passíveis de serem consideradas desleais, bem como tipifica como crime algumas delas. A convenção da União de Paris, da qual o Brasil é signatário, promulgada através do Decreto Lei nº 635 de 21/08/1992, se dispõe a conceituar a concorrência desleal, embora de maneira genérica, da seguinte forma, em seu artigo 10:

Os países da União obrigam-se a assegurar aos nacionais dos países da União proteção efetiva contra a concorrência desleal. Constitui ato de concorrência desleal qualquer ato de concorrência contrário aos usos honestos em matéria industrial ou comercial. Deverão proibir-se particularmente:

1º Todos os atos suscetíveis de, por qualquer meio, estabelecer confusão com o estabelecimento, os produtos ou a atividade industrial ou comercial de um concorrente;

² Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem:

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

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

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

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

V - usa, indevidamente, nome comercial, título de estabelecimento ou insígnia alheios ou vende, expõe ou oferece à venda ou tem em estoque produto com essas referências;

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

VII - atribui-se, como meio de propaganda, recompensa ou distinção que não obteve; VIII - vende ou expõe ou oferece à venda, em recipiente ou invólucro de outrem, produto adulterado ou falsificado, ou dele se utiliza para negociar com produto da mesma espécie, embora não adulterado ou falsificado, se o fato não constitui crime mais grave;

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

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

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

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

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

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

§ 1º Inclui-se nas hipóteses a que se referem os incisos XI e XII o empregador, sócio ou administrador da empresa, que incorre nas tipificações estabelecidas nos mencionados dispositivos.

§ 2º O disposto no inciso XIV não se aplica quanto à divulgação por órgão governamental competente para autorizar a comercialização de produto, quando necessário para proteger o público. (BRASIL, 1996).

- 2º As falsas alegações no exercício do comércio, suscetíveis de desacreditar o estabelecimento, os produtos ou a atividade industrial ou comercial de um concorrente;
- 3º As indicações ou alegações cuja utilização no exercício do comércio seja suscetível de induzir o público em erro sobre a natureza, modo de fabricação, características, possibilidades de utilização ou quantidade das mercadorias.

Assim, nota-se que a convenção dita de maneira superficial o instituto, dando liberdade aos países signatários para legislarem internamente sobre a matéria de concorrência desleal. A livre concorrência, como qualquer liberdade, não é irrestrita, e o seu exercício encontra limites nos direitos dos outros concorrentes, os quais devem ser respeitados. Não respeitados esses limites surge a concorrência desleal como um inibidor. (SOARES, 2004)

Em que pese muitos bens imateriais sejam tutelados por normas específicas (tome-se como exemplo as patentes, marcas e direito de autor) e gozem de exclusividade absoluta, alguns bens não recebem do legislador o tratamento próprio. Esses bens passam a receber, entretanto, tratamento e proteção genérica através das normas de repressão à concorrência desleal.

Contudo, a proteção genérica dependerá da comprovação de situação de concorrência entre os agentes. Em qualquer sistema jurídico que haja liberdade de iniciativa, ou seja, acesso livre à atividade econômica e livre concorrência, surgem interesses econômicos sem condicionamento primário de direito.

O plágio é uma prática que pode representar flagrante conflito ao direito de propriedade intelectual, segundo a pesquisadora Aurora Teixeira (2011), pode ser configurado em vários comportamentos. Entretanto, nem todas as condutas indicadas como plágio na literatura restaram consignadas como crime na legislação brasileira. Para constituir o delito contra a propriedade intelectual, o Código Penal Brasileiro exige que o agente transgrida, ofenda ou venha infringir o direito autoral.

Portanto, uma vez comprovada a prática do plágio, sua proibição começa pela tutela constitucional conferida na Constituição Federal de 1988, mais especificamente no artigo 5º, XXVII, que registra in verbis: “aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar.

A livre concorrência representa de certa maneira um facilitador outorgado pelo Estado, por outro, limita a iniciativa, na medida em que é restrita a algumas exceções, dentre elas a propriedade industrial. Assim, é permitida a competição, desde que o objeto da competição não seja protegido. Pode-se dizer, portanto, que a livre concorrência também visa que o empresário titular não obtenha vantagem econômica mediante artil. (SOARES, 2021)

No Brasil, a concorrência desleal é objeto da Lei 9.279/1996 (Lei de Propriedade Industrial ou LPI). Em convergência com a Convenção de Paris, a lei brasileira incluiu a proibição de práticas de concorrência desleal no campo da propriedade industrial: “Art. 2º A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante: [...] V – repressão à concorrência desleal”.

Dentre os bens jurídicos tutelados pela lei de propriedade industrial, apenas a concorrência desleal não é mencionada no dispositivo constitucional que dá status de direito fundamental à propriedade industrial (art. 5º, XXIX, da CF/88). No entanto, o princípio constitucional da livre concorrência (art. 170, IV, da CF/88) poderia servir de fundamento normativo para as regras de proibição da concorrência desleal.

A Lei de Propriedade Industrial possui um título específico para cada um dos bens jurídicos mencionados no art. 2º, com exceção da concorrência desleal. O Título I trata de patentes, o Título II, de desenho industrial, o Título III, de marcas, e o Título IV, de indicações geográficas. No entanto, não há nenhum título destinado à repressão da concorrência desleal. O Título V da LPI trata de matéria penal – tipifica os crimes contra a propriedade industrial. Dentro desse título, há capítulos específicos sobre crimes contra patentes, crimes contra as marcas, entre outros. Um desses capítulos (VI) estabelece os crimes de concorrência desleal. (BRASIL, 1996)

No que tange a concorrência desleal, é importante destacar que abrange tanto normas de direito público, como de direito privado. Por exemplo, no que se refere ao direito privado, tutela diretamente o estabelecimento e aviamento, enquanto o direito público tenta as infrações de abuso de poder econômico. Para a caracterização da existência de concorrência desleal, deve-se analisar se realmente existe a concorrência, pois tratando-se de concorrência desleal não há de se falar em lesão se sequer existir a concorrência, pois essa competição deve ser exercida, dado que dois competidores que não se agredem não podem alegar deslealdade concorrencial. (SILVEIRA, 2020)

Na conjuntura atual, observa-se que a ausência de norma jurídica específica sobre a proteção da indústria da moda, os métodos de proteção de propriedade intelectual mais utilizados nesse ramo com maior incidência, incluem-se na proteção do desenho industrial e marcas, tendo a necessidade de existirem soluções para maior efetividade jurídica na indústria da moda.

6. PROTEÇÃO EFICIENTE

O Brasil vem implementando políticas visando fomentar o cenário da proteção intelectual e da inovação no país. Ao longo desses anos, o governo aprovou a Lei de Inovação, a qual deu origem às Leis Estaduais de Inovação, a Lei do Bem e a Lei de Incentivos Fiscais, a Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior, com objetivo de avançar economicamente e de promover o desenvolvimento de tecnologias com potencial de competição no mercado internacional. Somado a isso, implementou o Programa de Desenvolvimento Produtivo, cujo objetivo é dar continuidade ao crescimento do país em diversas áreas, com ênfase na inovação, na competitividade, no apoio ao empreendedorismo e no aumento das exportações, entre outras políticas. (ARAÚJO, 2008).

Nesse contexto, insere-se a necessidade de repensar em uma maior proteção jurídica para o Direito da Moda, uma construção de redes de pessoas, figuras políticas e de relevância social, que participam e contribuem ativamente no processo de alavancagem da proteção intelectual do país, pois em uma economia baseada no conhecimento, os direitos de propriedade intelectual são ferramentas jurídicas importantes para incentivar a inovação e competitividade.

A Lei de Inovação foi regulamentada pelo Decreto nº 5.563, de 11 de outubro de 2005, e possui como objetivos a constituição de ambiente propício às parcerias estratégicas entre as universidades, institutos tecnológicos e empresas, normas de incentivo ao criador-inventor (BARBOSA, 2006). Ainda, a Lei de Inovação dispõe em seus artigos 19 e 20 sobre as formas de incentivo à inovação nas empresas nacionais envolvidas em atividades de pesquisa e desenvolvimento segundo as prioridades da política industrial e tecnológica nacional e sobre a modalidade de exercício do poder de compra do Estado como meio de incentivo à inovação. Por fim, o artigo 28 da referida lei disciplina os incentivos fiscais concedidos a empresas. (BRASIL, 2005)

A elaboração de instrumentos jurídicos como resoluções, atos e portarias é de suma importância para a adequação do ambiente acadêmico aos preceitos normativos referentes à propriedade intelectual. Ainda, visando o incentivo ao desenvolvimento científico e tecnológico do país, foi promulgada a Lei nº 11.196, de 21 de novembro de 2005, denominada Lei do Bem, que estabelece os mecanismos para desonerar os investimentos realizados em projetos de inovação, bem como o Decreto nº 5.798, de 08 de junho de 2006, que regulamenta os incentivos fiscais à inovação. (BRASIL, 2008)

Nesse contexto, a gestão da propriedade intelectual objetiva zelar pela manutenção das marcas e empresas, pela existência de estímulo à proteção das criações, acompanhar o processamento dos pedidos e a manutenção dos títulos de propriedade intelectual (ARAÚJO, 2008).

É imprescindível também, a existência do sigilo de tais informações das criações de marcas ou desenhos industriais. A assinatura pelos inventores da inovação visa assegurar seus direitos diante da atuação desleal de algumas empresas que atuam no segmento mercadológico em que a propriedade intelectual está relacionada, haja vista que algumas empresas miram ter acesso ao conhecimento gerado, sem que efetuem investimentos pecuniários no desenvolvimento da pesquisa.

Um bom mecanismo para preservação da integridade e exclusividade dos criadores, é a assinatura do Contrato de Autores e Inventores para que seus direitos fiquem resguardados na proporção de sua contribuição intelectual, para evitar que, caso haja a transferência de tecnologia, haja questionamentos sobre o grau de participação no recebimento dos recursos pecuniários advindos por cada envolvido, de forma que sua assinatura deva ocorrer anteriormente ao requerimento da proteção junto aos órgãos competentes.

A sociedade, o governo e os operadores da área do direito e da moda devem estimular a cultura da proteção da propriedade intelectual gerada na Instituição, podendo elas integrarem e atuarem em rede, aprimorando-se e avançando na gestão da propriedade intelectual. É necessário ações conjuntas de vários setores, como as ICTs, as empresas, o SEBRAE, as incubadoras de empresas, os parques tecnológicos, as agências de fomento, bem como o governo de forma geral, por meio de legislações, políticas de incentivo e financiamento à pesquisa e desenvolvimento, propriedade intelectual e, por consequência, à inovação.

No cenário atual, a construção de redes de apoio e capacitação, estimuladas pelo governo, é uma estratégia fundamental de disseminação e consolidação da cultura da propriedade intelectual, bem como a capacitação dos profissionais, principalmente os operadores do direito, formando multiplicadores de conhecimento no tema da propriedade intelectual.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve o objetivo de demonstrar a existência do Direito da Moda constatando que o Direito e a indústria da moda possuem conexões, principalmente no que tange aos institutos jurídicos de proteção às criações, especialmente da propriedade intelectual. A moda é um fato inerente à sociedade, e seu cenário impulsiona de forma crescente a economia mundial, fazendo-se assim, extremamente necessária a existência de mecanismos legais, que sejam capazes de suprir as necessidades no âmbito empresarial.

Foram discutidos no presente trabalho a matéria do Direito Autoral e Industrial, visto que o mundo da moda carece de novidade legislativa nas inovações que estimulam o mercado industrial. Com base no que foi apresentado, demonstrou-se que a proteção das criações do mundo fashion é legítima pelo ordenamento brasileiro vigente através dos Direitos de Autor, bem como pelos Direitos de Propriedade Industrial, no entanto, é fundamental que haja mais debates a respeito do emprego dos elementos protetores das criações intelectuais às singularidades da indústria da moda.

O Fashion Law ou Direito da Moda é o ramo do direito no Brasil pouco explorado, no qual necessita mais visibilidade, carecendo de mais discussões, para então, explorar demasiadamente os efeitos destas proteções na contemporaneidade, mesmo não sendo um ramo do Direito tão conhecido, a proteção das criações de moda é legítima pelo ordenamento jurídico brasileiro, por meio da Lei de Direitos Autorais e pelos Direitos de Propriedade Industrial, apesar disso, é indispensável mais debates referentes às proteções intelectuais singulares da indústria da moda.

Embora, ainda seja um assunto pouco explorado no Brasil, encontrando-se em processo de expansão, é extremamente relevante para a indústria, portanto deve a propriedade intelectual como instituto jurídico, ser responsável pela proteção das criações enfrentando diversos conflitos referentes a pirataria, propriedade intelectual e concorrência desleal, que fere o direito de seus criadores.

O plágio se difere da inspiração, a partir do momento em que viola o direito autoral de outrem, configurando a concorrência desleal. No ramo do Direito da moda, a proteção das criações de moda é legítima pelo ordenamento jurídico brasileiro, por meio da Lei de Direitos Autorais e pelos Direitos de Propriedade Industrial. Apesar disso, é indispensável mais debates referentes às proteções intelectuais singulares da indústria da moda, para maior viabilidade na sociedade atual.

No Brasil, as proteções jurídicas para sanar as omissões no âmbito da moda, podem ser encontradas na Constituição Federal, na Lei dos Direitos Autorais (Lei 9.610/98) e na Lei de Propriedade Industrial (Lei 9.279/96). A Propriedade Industrial protegerá os produtos da moda, neste artigo será abordado quanto às necessidades de registro de marca ou desenho industrial, o registro da marca se dará aos sinais distintivos visualmente perceptíveis e que se diferencie dos demais produtos já na Indústria da Moda e os Desenhos Industriais, será concedido à forma plástica ornamental de um objeto, a presente pesquisa, analisou decisões judiciais voltadas a lides do ramo da moda tendo como objetivo demonstrar os meios adotados no Brasil para a solução de eventuais lacunas em relação ao Direito e a Indústria da Moda.

Conclui-se, que este tema deve ser mais discutido e almeja-se que este tema aqui exposto auxilie de alguma maneira para aumentar o conhecimento sobre o

Fashion Law e noções sobre a Propriedade Intelectual, aumentando os debates para resultar em soluções aplicáveis a este tema.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, **Política de Propriedade Intelectual e Inovação: a gestão nas universidades, o contrato de autores e inventores, termo de sigilo e a transferência de tecnologia**, Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

BARBOSA, D. B. **Uma introdução à propriedade intelectual**, 2. Ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003. p. 271.

BARBOSA, D.B. **Breves comentários à Lei nº 11.484**, Revista dos Tribunais: São Paulo, p. 69-121, 2008.

BARBOSA, D.B. **Direito da Inovação (Comentários à Lei n. 10.793/2004, Lei Federal de Inovação)**. Rio de Janeiro: Lúmen Júris, 2006.

BRASIL. **Decreto nº 5.563, de 11 de outubro de 2005**. Regulamenta a Lei nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004, que dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo, e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 13 out. 2005. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/Decreto/D5563.htm> Acesso em: 10/10/2023.

BRASIL. **Lei nº 9.279 de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 15 mai. 1996. Disponível em: <<http://www2.camara.gov.br/internet/legislacao/legin.html?visualizarNorma.html?ideNorma=374644&PalavrasDestaque=>> . Acesso em: 10/10/2023.

BRASIL. **Lei nº 9.456, de 25 de abril de 1997**. Institui a Lei de Proteção de Cultivares e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 28 abr. 1997. Disponível em: <<http://www2.camara.gov.br/internet/legislacao/legin.html?alizerNorma.html?ideNorma=349440&PalavrasDestaque=>>. Acesso em: 10/10/2023.

BRASIL. **Lei nº 9.609, de 19 de fevereiro de 1998**. Dispõe sobre a proteção da propriedade intelectual de programa de computador, sua comercialização no País, e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 20 fev. 1998. Disponível em: <
<http://www2.camara.gov.br/internet/legislacao/legin.html/visualizarNorma.html?ideNorma=364738&PalavrasDestaque=>> Acesso em: 10/10/2023.

BRASIL. **Lei nº 10.973, de 02 de dezembro de 2004**. Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 03 dez. 2004. Disponível em:
 <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/Lei/L10.973.htm>. Acesso em: 10/10/2023.

BRASIL. **Lei nº 11.196, de 21 de novembro de 2005**. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 22 nov. 2005. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/LEI/L11196.htm> Acesso em: 10/10/2023.

BRASIL. **Lei nº 11.484, de 31 de maio de 2007**. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 31 mai. 2007. Disponível em: <
http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/topografia-de-circuitos/legislacao/index.htm/impressao_view > Acesso em: 10/10/2023.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Presidência da República, 1988. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 10/10/2023.

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça, Recurso Especial, **REsp 1.353.451-MG**, Terceira Turma. Data de Julgamento 19/09/2017
 Disponível em: <https://www.conjur.com.br/dl/acordao-recurso-especial-1353451.pdf>.
 Acesso em 14/06/2023

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça, Recurso Especial, **REsp. 1.778.910/SP**, Terceira Turma. Data de Julgamento 19/12/2018
 Disponível em:
<https://processo.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia/toc.jsp?livre=%28RESP.clas.+e+%40num%3D%221353451%22%29+ou+%28RESP+adj+%221353451%22%29.suce>. Acesso em 14/06/2023

CASTRO, Beatriz Vergaça. Sinais distintivos não tradicionais: o caso Louboutin. **Revista da ABPI – Associação Brasileira da Propriedade Intelectual**, Rio de Janeiro, v. 148, p. 39-53, maio/junho, 2017.

COELHO, Ulhoa Fábio. **Curso de Direito Comercial: Direito da empresa**. Propriedade

Industrial. São Paulo: Saraiva, 2012.

DUARTE, Melissa F.; BRAGA, Prestes C. **Propriedade intelectual**. Grupo A, 2018. *E-book*. ISBN 9788595023239. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595023239/>. Acesso em: 14 set. 2023.

EMPÓRIO DO DIREITO. **Fashion Law - A Relevância Do Direito De Propriedade Intelectual No Ramo Da Moda**. Disponível em: <https://emporiოდodireito.com.br/leitura/fashion-law-a-relevancia-do-direito-de-propriedad-e-intelectual-no-ramo-da-moda>. Acesso em: 17 abr. 2023.

FALCONE, Bruno. **Propriedade industrial e defesa da concorrência: convergência principiológica**. Curitiba: Juruá, 2013. P. 217.

FIORINI, Verônica. **Design de moda: abordagens conceituais e metodológicas**. In: PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). *Design de moda: olhares diversos*. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008, p. 95-114.

HENRIQUES, DANIELA OLIVEIRA. **Fashion Law e Propriedade Intelectual: O Trade Dress na Indústria da Moda**, 2021.

LARISSA PEREIRA LINO. **Fashion Law: o Direito aplicado à moda**, São Paulo, 2022.

RAMOS, André L. S. C. **Direito Empresarial esquematizado**. São Paulo: Forense. 2016.p.173

SANTOS, H. H. D. O. **Moda e economia criativa: políticas culturais no Brasil contemporâneo**: São Leopoldo, 2005.

SCAFIDI, Susan. **Fiat Fashion Law!** The Launch of a Label - and a New Branch of Law. In: SILVANIC, M. (Ed.). *Navigating Fashion Law: Leading Lawyers on Exploring the Trends, Cases, and Strategies of Fashion Law*. Coletânea Inside the Minds, Estados Unidos da América: Aspatore Books, 2012. p. 7-18.

SILVEIRA, Newton; **Propriedade Intelectual**: propriedade industrial, direito do autor, software, cultivares, nome empresarial, abuso de patentes. 5. ed. Barueri SP: Manole, 2014.

SILVEIRA, Newton. **Propriedade intelectual**: propriedade industrial: direito de autor, software, cultivares, nome empresarial, abuso de patentes. 5. ed. Barueri: Manoele, 2014. p.103. 66

SILVEIRA, Paulo Burnier da. **Direito da Concorrência**. Grupo GEN, 2020. *E-book*. ISBN 9788530991975. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530991975/>. Acesso em: 17 set. 2023.

SOARES, Viviane Ferreira de Lima. FASHION LAW: **O Direito de Propriedade Intelectual Aplicado à Indústria da Moda**, Brasília, 2016.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL (OMPI). Convenção de estabelecimento da Organização Mundial da Propriedade Intelectual. Estocolmo, 14 de julho de 1967.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION – WIPO. Official website. Disponível em www.wipo.int, acesso em 10/06/2023.

Agradecimentos

Em primeiro lugar, a Deus, que fez com que eu chegasse até aqui, à minha família por ter me apoiado e ser minha motivação para realizar os meus sonhos e aos meus amigos por me acompanharem nessa trajetória.