

COMO PROTEGER A PROPRIEDADE INTELECTUAL DOS ESTILISTAS ATRAVÉS DO *FASHION LAW*?

Isabella Henriques Bernatavicius (IC) e Renata Domingues Balbino Munhoz Soares (Orientadora)

Apoio: PIBIC Mackpesquisa

RESUMO

A proteção da propriedade intelectual no campo do *Fashion Law* é fundamental para o desenvolvimento da indústria da moda ao proteger e dar valor a criações e marcas de moda, assim como ao viabilizar a concorrência justa e incentivar a inovação e a criatividade. Isto é, em consequência da defesa assegurada pela propriedade intelectual a designers de moda, há a valorização do trabalho dos mesmos, o que faz com que estes estilistas e outros profissionais que trabalham nesse setor se sintam mais estimulados a inovar e a criar, promovendo, dessa forma, a indústria da moda positivamente e assegurando sua modernização e renovação frente às mudanças que o mundo atual passa constantemente. Assim, o presente trabalho visa o estudo entre o *Fashion Law* e a Propriedade Intelectual, isto é, o que são cada um destes saberes jurídicos? Qual o vínculo entre estas duas áreas? Como elas se complementam? E por que essa informação é algo tão importante para o polêmico mundo da indústria da moda? Com estas perguntas há a indagação que deu origem à pesquisa em questão: Como proteger a Propriedade Intelectual dos estilistas através do Direito da Moda? Quais são os elementos presentes na área da Propriedade Intelectual que possibilitam salvaguardar os direitos dos designers de moda e suas criações?

Palavras-chave: Propriedade Intelectual, Direito da Moda, vínculo e proteção.

ABSTRACT

The protection of intellectual property in the field of *Fashion Law* is fundamental for the development of the fashion industry by protecting and giving value to creations and fashion brands, as well as by enabling fair competition and encouraging innovation and creativity. That is, as a result of the defense ensured by intellectual property to fashion designers, there is an appreciation of their work, which makes these stylists and other professionals who work in this sector feel more stimulated to innovate and create, promoting, in this way, the fashion industry positively and ensuring its modernization and renewal in the face of the changes that the current world constantly goes through. Therefore, the present work aims the study between *Fashion Law* and Intellectual Property, that is, what is each of

these legal knowledges? What is the link between these two areas? How do they complement each other? And why is this information so important to the controversial world of the fashion industry? With these questions, there is the question that gave rise to the research in question: How to protect the Intellectual Property of stylists through Fashion Law? What are the elements present in the area of Intellectual Property that make it possible to safeguard the rights of fashion designers and their creations?

Keywords: Intellectual Property, Fashion Law, link and protection.

1. INTRODUÇÃO

A indústria da moda é uma extensa área econômica que dispõe de diversas atividades, ou fases, para que o resultado final, a venda e o consumo de um produto, aconteça da forma esperada. Ou seja, primeiro tem-se a criação de uma peça de roupa, sapato ou acessório para depois ocorrer a produção deste, sendo que, ao final, com o objetivo da criação já alcançado, há a venda e o consumo do mesmo. Logo, assim como para que uma máquina simples funcione é preciso que seja aplicada uma força, para que a indústria da moda continue persistindo e “dando vida” às suas criações é necessário o trabalho de milhões de pessoas nestas fases que englobam a indústria da moda.

Nesse contexto, é possível a compreensão de como esse setor é importante para a existência em sociedade. De fato, observando-se a vivência social, a moda é relevante uma vez que é algo tão pessoal que serve como uma forma que cada sujeito dispõe de se expressar no mundo, dependendo do espaço e tempo que este se encontra. Assim dizendo, em uma audiência de instrução, por exemplo, o mais apropriado é a utilização de roupas formais, é dessa maneira que, em um primeiro olhar, advogados e advogadas comunicam credibilidade, demonstrando controle da situação e segurança com o que defendem, e isso é um modo de auto expressão (ARAGÃO; LOPES, 2012).

Sob esse viés, a moda sempre foi dinâmica, criativa e atraente, inovando-se a cada época, porém seguindo os costumes que cada demanda, por exemplo, atualmente não há mais indivíduos que utilizam-se do *bliaut*, espécie de vestido empregado por homens e mulheres na Europa Ocidental do século XI ao XIII, ao contrário, o que a moda necessita nos dias atuais são as famosas calça jeans. Ademais, é um setor bastante competitivo também, em que muitos estilistas tentam a sorte grande para terem seus nomes conhecidos na indústria e serem venerados e vistos como ídolos, assim como Alexander McQueen, mas que acabam tendo suas criações plagiadas por outros “designers de moda” e, assim, perdem o tão lutado espaço nessa indústria, por exemplo. Contudo, ressalta-se que a competitividade acontece até mesmo entre os grandes nomes da moda, que, nas Semanas de Moda, apresentam o seu melhor trabalho com a intenção de se consagrarem como o melhor.

Efetivamente, seguindo essa linha de raciocínio, os estilistas e as outras pessoas que trabalham na criação e desenvolvimento das peças se doam por completo para as marcas de moda, dedicando um tempo que não voltará mais e aplicando um esforço inimaginável para alcançar o topo da indústria. Em consequência disso, surgiu o chamado Direito da Moda (“*Fashion Law*”), uma área jurídica que tem como objetivo a proteção dos direitos dos designers de moda, assegurando as criações dos mesmos.

Em se tratando do *Fashion Law* há um campo de conhecimento especializado na proteção das criações, das ideias que advêm dos estilistas, e essa é a propriedade intelectual. Isto é, essa disciplina jurídica abrange leis e regulamentações que implicam em especificidades acerca da indústria da moda, como a proteção de marcas registradas, direitos autorais e patentes. Sendo que, é com a utilização desses instrumentos jurídicos, que há a possibilidade de preservação do intelecto dos estilistas, a chamada propriedade intelectual, em que sua proteção tem o intuito de impossibilitar a apropriação indevida de criações.

Diante disso, o presente trabalho visa não só a discussão acerca de como o *Fashion Law* consegue proteger a propriedade intelectual dos designers de moda, mas também de como o registro de marcas e o direito autoral conseguem conservar a identidade de uma marca e a originalidade de suas criações. De fato, é esse aspecto do mundo da moda que demonstra a importância do Direito para os estilistas, fazendo com que seu conhecimento, de certo modo, seja benéfico tanto para os próprios quanto para a orientação de profissionais especializados no Direito da Moda.

De fato, com estudo e compreensão em relação ao impacto do *Fashion Law* na indústria têxtil, os designers ganham uma vantagem no tão competitivo mercado da moda ao saberem como defenderem suas únicas e inovadoras peças. Logo, assim como qualquer indivíduo deve saber quais são seus direitos e deveres perante a lei, é importante aos profissionais da moda terem esse saber jurídico para compreenderem quais direitos os mesmos dispõem a respeito da propriedade intelectual e, assim, serem capazes de se defender, e é dessa maneira que a indústria avança.

2. DESENVOLVIMENTO DO ARGUMENTO

2.1. PREMISSAS NECESSÁRIAS PARA O ENTENDIMENTO DA PROTEÇÃO DO INTELLECTO HUMANO

A propriedade intelectual é uma área jurídica que aborda a proteção legal de criadores e inventores em relação a suas produções, que podem ser obras literárias e artísticas, designs industriais e marcas comerciais (BARBOSA, 2003). Isto é, a importância desse campo jurídico é reconhecida no momento em que é preciso a defesa e a identificação de autoria sobre criações vindas da mente humana, permitindo para os que dispõem dessas ideias controlar e explorar comercialmente suas criações. De acordo com Buainain e Carvalho (2000):

A propriedade intelectual possibilita transformar o conhecimento em princípio um bem quase-público em bem privado e é o elo de ligação entre o

conhecimento e o mercado. A intensidade do desenvolvimento científico e tecnológico, a aproximação e interpenetração entre ciência e tecnologia (aproximando a ciência do mercado de forma não experimentada anteriormente), a redução dramática do tempo requerido para o desenvolvimento tecnológico e incorporação dos resultados ao processo produtivo; a redução do ciclo de vida dos produtos no mercado; a elevação dos custos de pesquisa e desenvolvimento e dos riscos implícitos na opção tecnológica; a incorporação da inovação como elemento ampliação da competitividade; e, particularmente, a capacidade de codificação dos conhecimentos, aumenta a importância da proteção à propriedade intelectual como mecanismo de garantia dos direitos e de estímulo aos investimentos

As primeiras menções de uma proteção feita exclusivamente para as criações vindas da mente humana foram através de fases nacionais, ou seja, cada estado regravava o assunto “propriedade intelectual” de acordo com critérios próprios destes. Sendo imprescindível ressaltar que são consideradas as primeiras proteções vindas deste saber jurídico aquelas concedidas aos comerciantes da Idade Média, que dispunham de marcas exteriorizadas por selos que as diferenciavam de outros produtos (FRANCO, 2001).

De fato, os estatutos de Florença e Veneza são vistos para historiadores e profissionais do Direito como os pioneiros do que atualmente conhecemos como propriedade intelectual, isso porque no século XV já havia uma legislação que pretendia a defesa de inventores e artistas, tendo seus direitos reconhecidos a partir de atos normativos determinados pelo governo local. Isto é, estes podem ser considerados os primeiros documentos oficiais a certificar a concessão de uma propriedade imaterial, de uma propriedade que surgiu a partir do intelecto humano (NARD, 2007).

No ano de 1421, Florença reconheceu e expediu uma patente ao arquiteto e inventor Filippo Brunelleschi pela criação de uma embarcação especializada no transporte de mármore. Outrossim, em 19 de março de 1474, na Rainha do Adriático, ou melhor, na cidade de Veneza, o primeiro estatuto de propriedade intelectual foi reconhecido e, então, promulgado com o intuito de "estimular o avanço tecnológico" pela concessão de licenças de importação das mercadorias desde que incorporando invenções (SHERMAM, 1997).

Nos séculos XVII e XVIII, os direitos de propriedade intelectual ainda continuavam a variar segundo cada nação que os protegia, assim como era feito na Idade Média, entretanto, neste momento já havia uma certa discussão acerca da diferença entre “propriedade industrial” e “propriedade intelectual” (BODENHAUSEN, 1968).

No século XIX, a Revolução Industrial proporcionou aos indivíduos que praticavam atividades industriais o controle de suas produções a partir de patentes e o domínio de sua distribuição por meio das marcas. Posto que, bem como nos séculos anteriores, a proteção relativa à propriedade intelectual não era considerada um instrumento de proteção

internacionalizado, ou seja, os países a regulavam de acordo com o que o ordenamento jurídico de cada um determinava, o que, conseqüentemente, provocava conflitos entre estes, por exemplo, admitia-se uma aplicação industrial patenteada ser usurpada por outro sem que isto fosse ilegal.

Efetivamente, tendo em vista que o objetivo principal do Direito é a instauração da paz e a regulamentação do convívio humano para que haja, assim, o fim de conflitos, era necessário a internacionalização do direito à propriedade intelectual. Sob essa ótica, artistas europeus, com a ajuda de suas próprias organizações, foram relevantes para a criação de um regulamento internacional sobre a propriedade intelectual visto que suas discussões acabaram forjando as bases dos direitos de Propriedade Intelectual Europeu, que culminaram na Convenção da União de Paris de 1883 para proteção da propriedade industrial e da União de Berna de 1886 para proteção de obras literárias e Artísticas (SMITH, 2000).

Dessa maneira, em 1883, com a Convenção de Paris pela Proteção da Propriedade Industrial, e em 1886, com a Convenção de Berna pela Proteção do Trabalho Artístico e Literário, houve as primeiras tentativas de internacionalizar a propriedade intelectual. Contudo, apenas com a criação da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) é que pode-se dizer que ocorreu a internacionalização desse mecanismo de proteção.

Criada em 1967, na Convenção de Estocolmo, a OMPI surgiu em conjunto com as discussões de âmbito internacional que emergiram após a Segunda Guerra Mundial na Organização das Nações Unidas. Neste momento, a organização teve seus objetivos estabelecidos, determinando, desse modo, uma padronização internacional sobre como a proteção vinda da propriedade intelectual deveria funcionar.

2.2. MÉTODOS E FORMAS DE PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

De fato, toda ideia vinda do intelecto humano, seja científica, tecnológica, artística e literária, pode ser amparada juridicamente pela propriedade intelectual, que se divide em três tipos: Direitos Autorais e Conexos, Propriedade Industrial e Proteção *Sui Generis* (PIMENTEL, 2008).

Regulamentado pela Lei 9.610/98, também conhecida como Lei de Direitos Autorais, o Direito Autoral tem como objetivo a proteção de obras literárias, artísticas e científicas, como livros, músicas, filmes, pinturas e fotografias criadas tanto por pessoas físicas quanto por pessoas jurídicas, para que estas possam desfrutar das vantagens patrimoniais e morais da exploração de suas criações. Sendo assim, estão inseridos nos Direitos Autorais os Direitos do Autor, os Direitos Conexos e Programas de Computador.

É conveniente destacar que os Direitos Autorais estão divididos em direitos morais e direitos patrimoniais. O primeiro refere-se à segurança que os criadores terão sobre suas obras, sejam elas literárias, artísticas e científicas, garantindo autoria da criação ao autor da obra intelectual, como exemplo nos casos de obras tuteladas pelo Direito do Autor. Já, os direitos patrimoniais dizem respeito àqueles os quais os criadores visam a utilização econômica das obras. Em suma, os direitos autorais asseguram o controle sobre a reprodução, distribuição, exibição pública e adaptação de obras.

Já, a Propriedade Industrial concentra o seu interesse na atividade empresarial. Regida pela Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, a propriedade industrial dispõe de direitos e obrigações acerca de bens intelectuais que são objetos da atividade industrial de empresas ou indivíduos, garantindo, assim, o controle sobre a fabricação, comercialização, importação, uso, venda e cessão. Com isso, ressalta-se que o estudo desta é voltado para Marcas, Patentes, Desenhos Industriais, Indicação Geográfica e Segredos Industriais e Repressão à Concorrência Desleal.

Por fim, a Proteção Sui Generis pode ser vista como um campo jurídico entre o estudo do Direito Autoral e a Propriedade Industrial, tendo sido sua criação necessária após o surgimento de novas criações intelectuais. Com isso, o foco principal deste tipo de propriedade intelectual pode ser verificado na Proteção de Cultivares (ou Obtenções Vegetais ou Variedades Vegetais), forma de cultivar uma planta que recebeu um genótipo e/ou um fenótipo único, obtendo assim um nome especial e devidamente registrado com base nas suas características produtivas, ou em Topografias de Circuito Integrado, conjunto de imagens relacionadas, construídas ou codificadas sob qualquer meio ou forma que represente uma configuração tridimensional das camadas que abrangem um circuito integrado.

Dessa forma, segundo o conteúdo do presente trabalho, o interesse de estudo de agora em diante será a Propriedade Industrial, principalmente o objeto de Patentes, que tem em vista conferir direito de exclusividade a estilistas sobre suas criações, e das Marcas Registradas, isto é, símbolos, nomes, logotipos, slogans ou combinações que tem como ponto a identificação e distinção de acessórios, sapatos e roupas entre designers de moda, é a chamada identidade visual, os fatores, como texturas e cores, que fazem indivíduos saberem qual a marca de algum produto só pelo olhar. Além disso, importará o Direito Autoral, que garante aos designers controle sobre a reprodução, distribuição e exibição de seus designs de moda.

Logo, a tutela proporcionada pela propriedade intelectual se demonstra necessária em diversos setores, inclusive na indústria da moda, tendo em vista que, por exemplo, o

registro de marcas resguarda logotipos e nomes de marcas, o direito autoral preserva obras criativas, como designs de roupas e estampas, e as patentes servem nos casos de inovações técnicas e funcionais no campo da moda. Por conseguinte, percebe-se que, para os estilistas, designers de moda e indivíduos que trabalham na indústria como um todo, a propriedade intelectual executa uma função extremamente importante no quesito proteção.

2.3. A INDÚSTRIA DA MODA E SUA MANIFESTAÇÃO NO DIREITO

A expressão *Fashion Law* surgiu em 2006 nos Estados Unidos pela advogada e professora Susan Scafidi. A jurista dava aulas na Fordham University (NY) em uma disciplina que abordava a falta de proteção jurídica que a indústria da moda sofria, assim, sendo a pioneira nesta área jurídica, ela criou o primeiro curso de *Fashion Law* do mundo, que tinha como objetivo tratar as questões jurídicas envolvendo a moda. Em 2010, fundou o *Fashion Law Institute*, que deteve o importante papel de disseminar o conteúdo a respeito da proteção legal de criações de moda. A organização, que nem fins lucrativos tinha, foi o primeiro espaço direcionado ao estudo das questões jurídicas vinculadas a indústria da moda (LINO; MARFARÁ; PACHECO; MESSIAS, 2019).

Diante dessa perspectiva, criado como uma forma de estabelecer e determinar como a indústria da moda deveria comportar-se, o *Fashion Law*, em português Direito da Moda, é uma disciplina jurídica especializada no estudo da relação entre o campo do Direito e a abrangente área da indústria têxtil. Sua compreensão, então, baseia-se na aprendizagem de diversas questões legais e jurídicas que afetam o trabalho de estilistas, marcas, varejistas e consumidores.

Por ser um dos setores mais representativos da economia, dentro da indústria têxtil há diversas demandas judiciais que se tornam representativas, não sendo raros os casos que vão parar nos tribunais por conta de uso inapropriado de marcas, Direitos Autorais violados, uso de trabalho análogo ao escravo, muito comum em confecções obscuras, sonegação de impostos, pirataria, entre outras situações (CRISTINA, 2020).

De fato, essa disciplina tem como propósito criar uma segurança jurídica para a proteção e regulamentação aos direitos, obrigações e interesses dos profissionais que trabalham neste setor, defendendo a integridade e a originalidade das criações e proporcionando práticas comerciais éticas e responsáveis, assim como um ambiente seguro e sustentável para a indústria prosperar.

Convém enaltecer que o estudo do *Fashion Law* é algo que deve ser constante tanto para os profissionais de Direito quanto para os que dependem da indústria têxtil, que necessitam atualizar-se sobre leis e regulamentações relevantes, bem como sobre mudanças no ambiente jurídico que afetam seu setor. Ambas as áreas de interesse desta

disciplina progressivamente sofrem mudanças em seu desenvolvimento, conseqüentemente, há uma incessante transformação acerca do conteúdo tratado no Direito da Moda.

Uma característica relevante no que diz respeito ao *Fashion Law* é a sua interdisciplinaridade com outros ramos jurídicos. Podendo ser estabelecido como um conjunto que mistura vários tipos de leis compostas pelos: Direito dos Contratos, Direito do Trabalho, Direito do Consumidor, entre outros, mas que tem como objeto principal o Direito da Propriedade Intelectual, considerado um princípio base para o *Fashion Law* (PLÁCIDO, 2015). Em síntese, o *Fashion Law* está interligado a inúmeras outras questões jurídicas que também envolvem a indústria da moda, algumas delas são:

1. Propriedade Intelectual, que compreende a proteção de marcas registradas, direitos autorais e designs de moda;
2. Direito do Consumidor, concerne sobre normas e leis que defendem os consumidores da indústria da moda contra publicidade enganosa, por exemplo. Ademais, também visa tratar dos seguintes assuntos: rotulagem precisa, informações claras sobre produtos, devoluções e trocas, garantias e segurança do produto;
3. Contratos e Licenciamento, que aborda a redação e negociação de contratos de licenciamento e de acordos contratuais entre estilistas, marcas de moda, modelos, agências e outros profissionais;
4. Sustentabilidade e Ética, são as questões relacionadas à responsabilidade social e ambiental na indústria da moda, como práticas sustentáveis de produção, uso de materiais ecológicos, condições de trabalho justas, transparência na cadeia de suprimentos, combate ao trabalho escravo e promoção da responsabilidade corporativa;
5. Proteção de Design, que versa sobre as leis que protegem designers de moda com a apropriação de patentes de design, por exemplo, para elementos inovadores e funcionais em roupas e acessórios, bem como a defesa contra a cópia e a apropriação indevida de designs;
6. Publicidade e Endosso, que são regulamentações que envolvem publicidade e endosso de produtos na indústria da moda, incluindo assuntos como a conformidade com as leis de publicidade enganosa, o uso de influenciadores e celebridades em campanhas publicitárias, práticas corretas de divulgação e conformidade com os regulamentos de concorrência leal;

7. Concorrência Desleal, área do Direito que tem como intuito a proteção contra práticas comerciais injustas e desleais na indústria da moda, como a prevenção da cópia não autorizada de designs, imitação de marcas, plágio, uso indevido de imagens e criação de confusão entre marcas.

2.4. O VÍNCULO ENTRE A PROPRIEDADE INTELECTUAL E O *FASHION LAW*

A propriedade intelectual, no âmbito do *Fashion Law*, acabou se tornando um importante elemento de proteção aos designers de moda, visando a defesa de logotipos, nomes de marcas e da identidade visual exclusiva a partir do registro dessas marcas, assim como a proteção de designs de moda originais, estampas e obras criativas fundamentada no Direito Autoral. Ademais, torna-se imprescindível ressaltar ainda a concorrência desleal, que tem como objetivo impossibilitar práticas comerciais enganosas, como cópias não autorizadas de designs, imitações de marcas ou plágio.

Diante disso, é possível concluir que a finalidade do Direito da Moda é certificar que estilistas não tenham seus trabalhos explorados indevidamente e que, assim, consumidores sejam protegidos contra produtos falsificados ou enganosos. Efetivamente, o vínculo entre a propriedade intelectual e o *Fashion Law* apresenta-se de forma significativa, tendo em vista que a propriedade intelectual dispõe de um papel crucial na proteção dos designs de moda e o Direito da Moda é a área jurídica que lida com as questões legais que envolvem a indústria da moda.

Dessa maneira, no contexto relativo ao *Fashion Law*, a propriedade intelectual desfruta dos seguintes temas para a adequada proteção dos estilistas e profissionais da indústria da moda: Direitos Autorais, Marcas Registradas e Patentes de Design.

2.4.1. DIREITOS AUTORAIS

Carlos Alberto Bittar (2003), em sua breve explicação sobre o Direito Autoral, afirma:

O ramo do Direito Privado que regula as relações jurídicas, advindas da criação e da utilização econômica de obras intelectuais estéticas e compreendidas na literatura, nas artes e nas ciências.

No Brasil, sistematizado pela Lei nº 9.610/98 (LDA – Lei de Direitos Autorais), os Direitos Autorais são de extrema relevância para o Direito da Moda tendo em vista que estes têm como objetivo a defesa da expressão criativa e original em obras literárias, artísticas e visuais, e a moda, de certa forma, dispõe de um caráter artístico em sua essência desde tenha uma identidade própria. Isto é, contando que o design disponha de originalidade, criatividade e seja possível a exteriorização, este poderá ser considerado uma obra artística. Ademais, destaca-se que o art. 7º da Lei supracitada não envolve um rol taxativo do que os

Direitos Autorais devem tutelar, e no art. 8º, que aborda o que não se deve defender com os Direitos Autorais, não nenhuma menção acerca da indústria da moda (SKIBINSKI, 2014).

Portanto, há a possibilidade de proteção, no âmbito do *Fashion Law*, dos Direitos Autorais. Efetivamente, inseridos na indústria da moda, estes focam os designs de roupas, estampas, padrões e ilustrações, oferecendo direito exclusivo de reproduzir, distribuir e exibir tais criações.

2.4.2. MARCAS REGISTRADAS

As Marcas Registradas são símbolos, nomes, logotipos ou combinações que particularizam produtos ou serviços de uma certa marca de moda. Por conseguinte, tendem defender os nomes destas marcas, logotipos e a identidade visual exclusiva de cada uma delas, bem como de designers de moda, para que, desse modo, não haja o uso não autorizado ou confusão com marcas similares. Segundo Vieira e Buainain (2006):

Sinais distintivos que identificam, direta ou indiretamente, produtos ou serviços. A identificação se realiza através da aposição do sinal no produto ou no resultado do serviço, etc.

Os sinais distintivos não só identificam o produto e o particularizam na frente de seus concorrentes, mas também definem uma espécie de canal de informação e comunicação com o consumidor (MORO, 2009), que, ao reconhecer o sinal distintivo de certa marca, já a distingue das outras visto as características particulares dos produtos desta.

De acordo com Copetti (2010), as funções das marcas registradas são:

1. função distintiva, “o sinal como tal é idôneo para distinguir os produtos ou serviços que visa a identificar”;
2. função de indicação de origem, tem o intuito de identificar o responsável pela fabricação do produto;
3. função econômica, observada na relação entre a valorização da marca e a diminuição de “esforço do produtor/comerciante na busca do consumidor”;
4. função de qualidade, “deve-se ao fato de os consumidores saberem e esperarem que o produto tenha uma determinada qualidade, estando ligada à confiança que a marca adquire no mercado”;
5. função publicitária, a marca necessita fortalecer sua imagem no mercado, fixando-se na mente do consumidor que terá, assim, mais interesse em adquirir seus produtos.

Em síntese, a importância das marcas para o mundo da moda é a possibilidade que o consumidor encontra em diferenciar diferentes produtos. A marca é algo distintivo para as empresas, reafirmando, na indústria da moda, a credibilidade e a reputação destas e de

seus estilistas. Os consumidores acabam adquirindo confiança nestas marcas ao saber que seus produtos irão garantir qualidade e dispor de características específicas, são exemplos Nike, Adidas e Giorgio Armani. Em consequência disto, no campo da indústria têxtil, as marcas acabam sendo vistas como o ato mais importante na proteção de criações de designers de moda (SOARES, 2019).

2.4.3. PATENTES DE DESIGN

No Brasil, previstas tanto na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 quanto na Lei nº 9.279/96, as Patentes de Design dispõem-se acerca da proteção dos designs de moda para proporcionar direitos exclusivos sobre elementos de design inovadores e distintos e, dessa maneira, evitar a cópia não autorizada e a apropriação indevida de criações únicas. Seguindo as palavras de Aurélio W. Bastos (1997):

É um direito exclusivo concedido a uma invenção, que consista em um produto ou um processo que prevê, em geral, uma nova maneira de fazer algo, ou oferece uma nova solução técnica para um problema. Título de exploração temporal, concedido pela Administração ao inventor, em contrapartida à divulgação, bem como da exploração fidedigna do seu invento. O inventor precisa atender aos requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial. Pode-se afirmar que a Patente é um documento expedido pelo órgão competente do Estado que reconhece o direito de propriedade industrial reivindicado pelo titular.

Isto é, as Patentes são direitos dedicados a invenções, entretanto serão consideradas invenções, deverá o produto dispor de três requisitos, são eles: novidade, atividade inventiva e aplicação industrial. Barbosa (2002) os explica da seguinte forma:

- a. Novidade - que a tecnologia ainda não tenha sido tornada acessível ao público, de forma a que o técnico, dela tendo conhecimento, pudesse reproduzi-la.
- b. Atividade Inventiva - que a inovação não decorra obviamente do estado da arte, ou seja, que o técnico não pudesse produzi-la simplesmente com o uso dos conhecimentos já acessíveis.
- c. Utilidade Industrial - que a tecnologia seja capaz de emprego, modificando diretamente a natureza, numa atividade econômica qualquer.

Portanto, para ser conferida a proteção pelas Patentes serão necessárias ao inventor a novidade, criação de algo que tenha características não vistas em outros produtos e objetos, a atividade inventiva, aquela criação que não é possível de ser atingida por qualquer indivíduo que disponha da capacidade técnica para a criar, um exemplo no âmbito da indústria da moda utilizado por Plácido (2015) é “a criação de uma tecnologia capaz de pigmentar tecidos utilizando um menor consumo de água e produtos químicos e por consequência reduzindo a contaminação de efluentes”, e, por fim, a utilidade industrial,

refere-se a aplicabilidade industrial da invenção, que ela “seja suscetível de aplicação objetiva, concreta, em escala e forma industrial” (BARBOSA, 2014)

Em suma, a intenção das Patentes é garantir exclusividade de produção, uso e comercialização aos criadores, para que, dessa maneira, estes possam explorar suas criações de forma totalitária. Portanto, esse modo de proteção pode ser quase visto como uma recompensa ao inventor por conta do investimento e do tempo gastos focando somente no desenvolvimento de uma invenção que tem como objetivo a mudança para algo melhor.

De fato, dentro do Direito da Moda, a proteção legal vinda da propriedade intelectual se demonstra essencial não só na tutela de designs de moda e criações e ativos intangíveis na indústria da moda, mas também em legitimar os interesses de estilistas, marcas de moda e outros atores da indústria. Motivando a inovação e a criatividade na indústria da moda ao garantir que estilistas tenham controle sobre suas criações, bem como a exclusividade e a integridade de seus produtos e marcas. Por conseguinte, a propriedade intelectual estimula o desenvolvimento de novos designs e marcas distintas promovendo a valorização dos estilistas e, assim, levando a indústria da moda para frente.

2.5. CASOS PRÁTICOS

Há inúmeros casos práticos que exemplificam a relação entre propriedade intelectual e *Fashion Law*. A seguir, são apenas alguns exemplos notáveis de casos envolvendo questões de propriedade intelectual na indústria da moda.

O primeiro caso é o “Caso Gucci X Guess”, o qual, no ano de 2009, a Gucci processa a Guess por violação de marca registrada, afirmando que esta copiava os seus designs e logotipos. O caso abrangeu diversas questões acerca do tema de propriedade intelectual, como violação de marca registrada, concorrência desleal e direito autoral. O fim da disputa entre as duas marcas de luxo deu-se em 2012, a juíza Shira Scheindlin, responsável pelo caso, sentenciou a favor da marca italiana, determinando que houve sim uma violação de marca registrada por parte da Guess (MARIOTTI, 2012; PACCE, 2012).

Tendo sido tramitado na 24ª Vara Cível de São Paulo, o processo entre a Hermès e a Village 284 ocorreu devido a uma acusação de violação de Direitos Autorais e de concorrência desleal. A loja paulistana criou uma coleção de bolsas “I’m Not Original” que tinha como intuito a semelhança das bolsas Birkin, originais da grife francesa, só que com um preço mais acessível a consumidores em massa. O diferencial entre ambos os produtos era o material empregado na produção, enquanto a Hermès confeccionava suas bolsas com couro, a Village 284 utilizava-se tecidos de algodão. A francesa encaminhou uma notificação extrajudicial à 284 com o propósito de suspender a comercialização dos produtos

semelhantes da linha “I’m Not Original”. Com isso, a rede *Fast Fashion* entrou com a ação judicial afirmando que não houve violação de Direitos Autorais muito menos concorrência desleal, uma vez que apenas estava realizando seu trabalho ao fazer uma “homenagem” à grife francesa (BARREIRA, 2014). Após anos de litígio, a 9ª câmara de Direito Privado do TJ/SP decidiu por preservar a sentença que proibiu a marca Village 284 de produzir, importar, exportar, manter em depósito e/ou comercializar bolsas similares às da Hermès (TJ/SP, 2016).

Em 2011, a marca de sapatos de luxo Christian Louboutin processou a grife Yves Saint Laurent (YSL) por infração à marca registrada da sola vermelha. O processo acarretou várias discussões acerca da proteção de cores como marca registrada, além de compreender questões sobre direito autoral. Depois de muitas disputas o litígio foi resolvido em 2012, em que foi determinado que a Louboutin tinha sim direito de exclusividade à "Red Sole Mark", até considerando esta uma marca registrada da grife. Mesmo após a YSL recorrer, apenas foi confirmado judicialmente que a cor vermelha podia ser registrada pela Louboutin, contudo foi autorizado à YSL a utilização de da sola vermelha desde que o sapato inteiro fosse vermelho (IBAIXE JR; SABÓIA, 2014).

Outro caso interessante é o “Caso Lululemon X Calvin Klein”, neste houve um processo entre as duas marcas por suposta violação de suas patentes. Melhor dizendo, em 2012, a marca de roupas esportivas Lululemon moveu uma ação judicial contra a Calvin Klein por suposta violação de patentes em seus design de leggings com cintura alta, alegando que a Calvin Klein plagiava seus designs patenteados. A relevância deste caso deu-se pela discussão acerca da proteção de designs de moda por meio de patentes e a necessidade de defesa contra a cópia não autorizada de criações originais. Em contrapartida, o que fora realmente determinado no final desta disputa é um mistério, visto que o fim do caso se deu por um acordo confidencial entre as partes (ROGERS, 2012; LUTZ, 2012).

Por fim, um caso mais recente é o “Caso Chanel X What Goes Around, Comes Around”, que aconteceu em 2018, quando a francesa processou a loja de roupas vintage What Goes Around Comes Around por infração de marca registrada e concorrência desleal. A marca de luxo alegou que a loja vendia produtos falsificados e usava marcas registradas da Chanel sem autorização e de forma indevida. Consequentemente, o caso destacou-se por demonstrar a importância da proteção de marcas registradas e do combate à venda de produtos falsificados na indústria da moda (HAYS, 2018).

Logo, torna-se imprescindível esclarecer que esses casos somente são alguns exemplos que evidenciam questões de propriedade intelectual no âmbito do *Fashion Law*,

havendo ainda diversos outros acontecimentos da indústria da moda que envolvem estas duas áreas. Ademais, ressalta-se que a importância de casos reais é validar o quão relevante é a proteção adequada vinda da propriedade intelectual para a indústria da moda, é essa tutela que garante a exclusividade das criações e marcas, que promove a concorrência justa e que dificulta práticas comerciais desleais, a apropriação indevida, a cópia não autorizada e o plágio.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em síntese, o relacionamento entre a propriedade intelectual e o Direito da Moda apresenta-se com uma certa dependência entre essas duas áreas jurídicas. Realmente, a propriedade intelectual dispõe da responsabilidade de defender as ideias dos estilistas e marcas de moda, e o *Fashion Law*, sendo a área jurídica que se dedica-se nas questões legais e regulatórias específicas da moda, é quem manuseia a tal propriedade intelectual. Dessa forma, o vínculo existente entre a propriedade intelectual e o Direito da Moda é necessário à proteção dos direitos e criações da indústria da moda.

A tutela aos direitos e criações da indústria da moda resulta no incentivo à inovação, criatividade e concorrência justa. Estilistas e marcas sentem que dessa maneira é possível trabalharem com exclusividade sobre suas criações, impossibilitando a cópia não autorizada, o plágio e a apropriação indevida. Outro aspecto relevante é que a propriedade intelectual, com seu propósito de proteção legal, encoraja a transparência, a responsabilidade social e a sustentabilidade na indústria da moda ao estimular práticas éticas e a devida atribuição de crédito aos criadores.

Em contrapartida, é conveniente destacar que a área da propriedade intelectual na indústria da moda é complexa e em constante evolução, com o constante desenvolvimento de tecnologias e o aumento da globalização, serão apresentados novos desafios e questões legais para os profissionais do setor. Logo, é essencial que estes profissionais encontrem-se sempre atualizados sobre as leis e normas pertinentes à indústria têxtil e que também procurem aconselhamento jurídico especializado quando seus direitos forem violados.

Conclui-se, portanto, que o *Fashion Law* e a propriedade intelectual, como áreas jurídicas interligadas, dispõem de um papel essencial na indústria da moda, protegendo e valorizando criações e marcas de moda, assim como possibilitando a concorrência justa e incentivando a inovação e a criatividade. A correta aplicação da propriedade intelectual no Direito da Moda afeta significativamente a economia da moda, proporcionando um ambiente de negócios saudável e incitando investimentos em inovação e desenvolvimento de novos designs e marcas.

4. REFERÊNCIAS

- ARAGÃO, Luiza Santana, LOPES, Flor Marlene. **A moda como forma de comunicação: história, tendências e linguagens da maneira de vestir**. Universitas: Arquitetura e Comunicação Social, v. 9, n. 1, p. 47-58, jan./jun. 2012.
- BARBOSA, Denis Borges. **Os requisitos da patente de invenção**, 2002. Acesso em: 01 de agosto de 2023.
- BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual**. São Paulo: Lúmen Júris, 2003.
- BARBOSA, Denis Borges. **Tratado da Propriedade Intelectual. Tomo II - Patentes**. Rio de Janeiro: Lúmens Juris, 2014.
- BARREIRA, Rebeca Ellen Cândido. **O Direito Autoral e a Proteção das Criações de Moda: um estudo do caso Village 284 vs. Hermès**, 2014. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/8999/1/2014_RebecaEllenCandidoBarreira.pdf. Acesso em: 14 de agosto de 2023.
- BASTOS, Aurélio Wander. **Dicionário de Propriedade industrial e assuntos conexos**. São Paulo: Lúmen Júris, 1997.
- BITTAR, Carlos Alberto. **Direito de autor**. 4ª edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.
- BODENHAUSEN, Georg Hendrik Christian. **Guide to the application of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property as revised at Stockholm in 1967**. Genebra: BIRPI, 1968.
- BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação nº 0187707-59.2010.8.26.0100, 9ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo, São Paulo, 16 de agosto de 2016.
- BUAINAIN AM, CARVALHO SMP. **Propriedade intelectual em um mundo globalizado**. Trabalho apresentado na WIPO - International Conference on Intellectual Property, Trade, Technological, Innovation and Compettiveness, Rio de Janeiro, 2000.
- BUAINAIN AM, VIEIRA ACP. **Propriedade intelectual, biotecnologia e proteção de cultivares no âmbito agropecuário**. Livro Biotecnologia e recursos genéticos: desafios e oportunidades para o Brasil, Finep, 2006.
- COPETTI, Michele. **Afinidade entre Marcas: uma questão de Direito**. Rio de Janeiro: Lúmen Juris, 2010.
- CRISTINA, Valéria. **Precisamos falar sobre Fashion Law?**. Jusbrasil, 2020. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/precisamos-falar-sobre-o-fashion-law/1110487708>. Acesso em: 21 de junho de 2023.
- FRANCO JÚNIOR., Hilário. **A Idade Média: Nascimento do Ocidente**. 2ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.
- HAYS, Kali. **Chanel Sues What Goes Around Comes Around Over Product Sales**. Business News, 2018. Disponível em: <https://wwd.com/business-news/legal/chanel-sues-what-goes-around-comes-around-sales-1202629434/>. Acesso em: 14 de junho de 2023.
- IBAIXE JR, João, SABÓIA, Valquíria. **Caso Christian Louboutin contra Yves Saint Laurent: Nascimento do Direito da Moda**. Migalhas, 2014. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/203478/caso-christian-louboutin-contra-yves-saint-laurent-nascimento-do-direito-da-moda>. Acesso em: 14 de junho de 2023.
- LUTZ, Ashley. **Why The Whole Fashion Industry Is Watching Lululemon's Lawsuit Against Calvin Klein**. Business Insider, 2012. Disponível em:

<https://www.businessinsider.com/lululemon-calvin-klein-lawsuit-2012-9>. Acesso em: 14 de junho de 2023.

LINO, Larissa Pereira; MARFARÁ, Carolina; PACHECO, Marcela Lima Costa; MESSIAS, Jaddy Maria Alves. **Fashion law: o direito aplicado à moda**. Migalhas, 2019. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/310653/fashionlawo-direito-aplicado-a-moda>. Acesso em: 26 de julho de 2023.

MARIOTTI, Augusto. **Gucci x Guess: similaridade, cópia, inspiração ou coincidência?**. Uol, 2012. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/gucci-x-guess-similaridade-copia-inspiracao-ou-coincidencia/>. Acesso em: 14 de junho de 2023.

MORO, Maitê Cecília Fabbri. **Marcas tridimensionais: sua proteção e os aparentes conflitos com a proteção outorgada por outros institutos da propriedade intelectual**. São Paulo: Saraiva, 2009.

NARD, Craig Allen; WAGNER, R. Polk. **Patent Law**. New York: Foundation Press, 2007.

PACCE, Lilian. **Na batalha Gucci X Guess, a 1ª ganhou**. Lilian Pacce, 2012. Disponível em: <https://www.lilianpacce.com.br/moda/processo-gucci-guess-resultado/>. Acesso em: 14 de junho de 2023.

PIMENTEL, Luiz Otávio. **Propriedade Intelectual e Universidade: Aspectos legais**. Florianópolis: Boiteaux, 2005.

PLÁCIDO, Lucila de Castro. **Fashion Law: a relevância jurídica da moda**. Conteúdo Jurídico, 2015. Disponível em: <https://conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/45037/fashion-law-arelevancia-juridica-da-moda>. Acesso em: 26 de julho de 2023.

ROGERS, Abby. **Fashion's Biggest Lawsuit Has Finally Ended In A Secret Settlement**. Business Insider, 2012. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/lululemon-vs-calvin-klein-lawsuit-2012-11>. Acesso em: 14 de junho de 2023.

SHERMAN, Brad e BENTLY, Lionel. **The making of modern intellectual property law: experience the British, 1760-1911**. New York/Cambridge: Cambridge University Press, 1999.

SKIBINSKI, Francielle Huss. **O Fashion Law no Direito Brasileiro – The Fashion Law in Brazilian Law**. Acadêmica de Direito da Faculdade de Direito do Centro Universitário Curitiba – Unicuritiba, 2014.

SMITH, Bradford L. **The third industrial revolution: law and policy for the internet**. New York: Foundation Press, 2000.

SOARES, Renata Domingues Balbino Munhoz. **Fashion Law – Direito da Moda**. São Paulo: Almedina, 2019.

Contatos: isabellabernatavicius@gmail.com e renata.soares@mackenzie.br