



**Centro Universitário de Brasília - UniCEUB
Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS
Curso de Bacharelado em Direito**

FERNANDA SAYÃO NOGUEIRA ARAUJO

**FASHION LAW E A PROTEÇÃO DO DESIGN:
uma análise da Lei do Direito Autoral e da Lei de Propriedade Industrial no
caso referência de plágio no sistema fast fashion brasileiro**

**BRASÍLIA
2023**

FERNANDA SAYÃO NOGUEIRA ARAUJO

**FASHION LAW E A PROTEÇÃO DO DESIGN:
uma análise da Lei do Direito Autoral e da Lei de Propriedade Industrial no
caso referência de plágio no sistema fast fashion brasileiro**

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Orientadora: Prof. Dra. Karla Margarida M. Santos

BRASÍLIA

2023

FERNANDA SAYÃO NOGUEIRA ARAUJO

**FASHION LAW E A PROTEÇÃO DO DESIGN:
uma análise da Lei do Direito Autoral e da Lei de Propriedade Industrial no
caso referência de plágio no sistema fast fashion brasileiro**

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Brasília, 07 de dezembro de 2023.

BANCA AVALIADORA

Dr.^a Karla Margarida M. Santos
Orientadora

Professor(a) Avaliador(a)

AGRADECIMENTOS

À minha mãe Neudja, por ser sinônimo de força, cuidado e amor e jamais mediu esforços para fazer o melhor por mim.

Ao meu pai Fernando, que todo dia me ensina a como aproveitar a vida independente da idade.

À minha família materna, por sempre estar ao meu lado e torcendo pelo meu sucesso.

Aos meus eternos amigos do Leonardo da Vinci e meus amigos do UniCEUB, por estarem sempre comigo em qualquer tipo de dificuldade ou alegria, compartilhando diversos momentos memoráveis.

À minha orientadora, Karla Margarida, que sempre esteve disposta a me ajudar, ensinar e tornar esse trabalho mais leve.

À Projetos Consultoria Integrada, por ter sido minha melhor experiência na faculdade e ter me proporcionado tanto crescimento pessoal e profissional.

Ao UniCEUB, por contribuir com minha caminhada profissional, saio daqui com grandes amizades, aprendizados e experiências.

Por fim, agradeço a mim, pelo caminho de maturidade e dedicação que trilhei para chegar até aqui.

Muito obrigada a todos!

RESUMO

A presente pesquisa aborda a origem e construção da moda sob uma perspectiva sociológica somado ao fato da necessidade de proteção legal para as criações da moda em um contexto do *fast fashion* brasileiro. O trabalho tem como objetivo analisar a Lei do Direito Autoral e a Lei de Propriedade Industrial para contribuir com o debate de qual a legislação brasileira mais aplicável em caso de plágio dos artigos *fashion*. Para o desenvolvimento da discussão foi apresentado o estudo de caso referência *Village 284 vs Hermès* de forma mais aprofundada com o intuito de entender a aplicação da tutela jurídica. A pesquisa é de natureza aplicada e exploratória, por meio de desenvolvimento de pesquisa teórica e qualitativa e concluiu-se que o direito autoral é mais cabível aos casos de plágio no mercado *fast fashion* brasileiro por preencher os requisitos legais e em razão da desnecessidade de registro prévio para garantir a proteção legal.

Palavras-chave: Direito Autoral. *Fast Fashion*. Direito da Moda. Propriedade Industrial. Criações da moda.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIT	- Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção
CDMD	- Comissão de Direito da Moda
FBLI	- Fashion Law & Business Institute Brazil
LDA	- Lei do Direito Autoral
LPI	- Lei de Propriedade Industrial
INPI	- Instituto Nacional de Propriedade Intelectual
FENIT	- Feira Nacional da Indústria Têxtil

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Bolsa Birkin da Hermès.....	32
Figura 2- Bolsa da Village 284	32

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1 FASHION LAW NO ÂMBITO DA MODA	10
1.1 Conceito e História da Moda	10
1.2 <i>Fashion Law</i> : Moda no âmbito jurídico	13
1.3 Direito da Moda no Brasil	14
2 O SISTEMA FAST FASHION E SUAS PECULIARIDADES JURÍDICAS	18
2.1 Sistema Fast Fashion	18
2.2 Direito de Propriedade Intelectual no Brasil	21
2.3 Direito Autoral	24
3 CASO BRASILEIRO REFERÊNCIA DE PLÁGIO SOB O CONTEXTO FAST FASHION	29
3.1 Produtos <i>Inspired</i> vs Produtos falsificados	29
3.2 Caso concreto brasileiro - Hermes Internacional x Village 284	31
3.3 Os designs de moda como obras tuteláveis	35
CONCLUSÃO	39
REFERÊNCIAS	41

INTRODUÇÃO

As criações da moda possuem significados artísticos, estéticos e personalíssimos, ou seja, o criador desenvolve uma ideia e a materializa em artigos fashion. No mercado da moda, discute-se a interface do direito em busca de proteção legal tendo em vista a inexistência de mecanismos específicos para tutela dos *designs*.

As discussões sobre a indústria da moda e suas peculiaridades crescem exponencialmente e demonstram a importância social, jurídica e econômica que o Direito da moda está inserido na sociedade contemporânea. É necessário que a legislação acompanhe e desenvolva ferramentas necessárias para solucionar os desafios jurídicos.

O segmento jurídico que atende a esta questão é o *Fashion Law*, direito aplicado ao mercado de moda. Esta vertente jurídica, que ainda não foi amplamente difundida no Brasil, abarca áreas distintas do direito, como o Direito Empresarial, Societário e do Consumidor e assuntos correlatos como trabalho infantil, questões tributárias e trabalho análogo à escravidão.

O Brasil foi um dos primeiros países a adentrar quanto à origem do *Fashion Law & Business Institute Brazil* (FBLI), em 2012, e com a criação da CDMD/OAB (Comissão de Direito da Moda) em 2016.

Destaca-se a relevância de se analisar e investigar a proteção jurídica das criações de moda para impedir o prejuízo em torno de R\$17 milhões anuais, decorrentes do plágio. Logo, é necessário o estudo da proteção das criações da moda visando conter a cópia não autorizada no Brasil no mercado *fast fashion*.

A pesquisa tem como objetivo analisar a Lei do Direito Autoral bem como a Lei da Propriedade Industrial e concluir qual a legislação mais aplicável aos *designs* de moda em caso de plágio pelo mercado *fast fashion* brasileiro, sob o caso referência Village 284 vs Hermès.

Pretende-se apontar e contribuir com o desenvolvimento do direito à proteção intelectual e seus reflexos para a tutela dos *designs fashions*, na qual as obras são copiadas por empresas *fast fashion* e geram grande prejuízo econômicos e sociais bem como insegurança jurídica em relação a legislação aplicável.

No primeiro capítulo, são abordados e contextualizados o conceito e história da moda sob uma perspectiva sociológica de sistema e a relação com o *Fashion Law* bem como seu estabelecimento no Brasil.

Em sequência, será analisado o mercado *Fast Fashion*, sua construção, e relação com a globalização, demonstrando a relevância e impacto para a sociedade, somado a necessidade da tutela jurisdicional às criações de moda. Além disso, no segundo capítulo foram apresentados a legislação do direito de propriedade industrial e do direito autoral relacionados com a proteção dos *designs* de moda e suas particularidades.

Por fim, no último capítulo são abordados os conceitos de produtos *inspired* e cópias, sob análise do caso de plágio brasileiro mais conhecido sob o contexto *fast fashion* para concluir qual a legislação mais aplicável na proteção de criações de *designs* de moda.

O presente trabalho é uma pesquisa de natureza aplicada e exploratória, por meio de desenvolvimento de pesquisa teórica e qualitativa, através de uma revisão bibliográfica, com o intuito de adensar e contribuir com o tema em questão e apontar novos enfoques sobre *Fashion Law*, direito autoral e proteção de propriedade intelectual, dada a relevância social, jurídica e econômica do mercado da Moda na sociedade atual.

1 *FASHION LAW* NO ÂMBITO DA MODA

1.1 Conceito e História da Moda

É importante destacar que antes de se analisar e adentrar na discussão jurídica acerca do tema, é necessário entender o conceito de moda sob uma perspectiva sociológica de sistema e a relação com o *Fashion Law*.

A moda pode ser definida como um fenômeno que ajuda a criar relações entre os indivíduos em um contexto social, enfatizando traços estéticos em uma sociedade marcada pelo capital do poder (Lipovetsky, 1989).

A criação da vestimenta se deu em razão das condições climáticas desfavoráveis e a humanidade passou-se a cobrir-se pela primeira vez, seja com pele de animal seja com tecidos rústicos (Sant'Anna, 2009).

Nas sociedades complexas¹ essa “segunda pele” é escolhida e transformada a cada instante. O vocabulário de vestuário é construído de fato em outra época e tendo como principal característica a novidade. O impulsionamento da produção de novas e variadas peças com diferentes construções e composições foi nomeado como vestuário ocidental mais conhecido, como moda (Sant'Anna, 2002).

A moda não pertence a todas as épocas nem a todas as civilizações, é um fenômeno relacionado à vida humano-social, e que teve seu nascimento e desenvolvimento no mundo moderno ocidental devido aos intensos movimentos extravagantes e o exagero da alta sociedade:

Só a partir do final da Idade Média é possível conhecer a ordem própria da moda, a moda como sistema, com suas metamorfoses incessantes, seus movimentos bruscos, suas extravagâncias. A renovação das formas se torna um valor mundano, a fantasia exhibe seus artifícios e seus exageros na alta sociedade, a inconstância em matéria de formas e ornamentações já não é exceção, mas regra permanente: a moda nasceu (Lipovetsky, 1989, p. 23).

Antes da metade do século XIV, a moda quase não aparece. É com as sociedades complexas e nesse século que se aparece um vestuário radicalmente novo de diferenciação do sexo feminino e masculino: curto e ajustado para os homens e longo e justo para as mulheres (Lipovetsky, 1989, p. 29).

¹ Considerava-se “sociedade complexa” qualquer sociedade “não tribal” ou “não simples”, assumindo um caráter residual (PEIRANO, 1983).

Ocorreu a Revolução do vestuário definindo as bases do trajar moderno, e nas palavras de Gilles (1989, p. 30),

a mesma toga longa e flutuante, usada mais ou menos indistintamente há séculos pelos dois sexos, foi substituída, por um lado, por um traje masculino composto por um gibão, espécie de jaqueta curta e estreita, unida a calções colantes que desenham a forma das pernas, por outro lado, substituiu um traje feminino que perpetua a tradição do vestido longo, mas muito mais ajustado e decotado.

A novidade de diferenciação de trajes femininos e masculinos marcou a evolução das modas futuras até o século XX.

Entretanto, o conceito de moda muda incessantemente, mas nem tudo nela muda. Isso significa dizer que as modificações rápidas se referem aos acessórios e ornamentos, os enfeites e amplitudes enquanto as vestimentas e suas estruturas são mais contínuas e permanentes (Lipovetsky, 1989, p. 32). Tal entendimento é demonstrado e comprovado pelo sociólogo:

O verdugadim, essa armadura em forma de sino que arma o vestido, surgido na Espanha por volta de 1470, só será abandonado por volta da metade do século XVII; o calção bufante ficou em uso perto de um quarto de século, e o gibão justo perto de setenta anos, a peruca conheceu uma voga de mais de um século, o vestido à francesa manteve o mesmo corte durante várias décadas a partir da metade do século XVIII. São os adornos e as bugigangas, as cores, as fitas e as rendas, os detalhes de formas, as nuances de amplitude e de comprimento que não cessaram de ser renovados (LIPOVETSKY, 1989, p. 32).

É possível perceber e caracterizar que a moda não é em si uma série de inovações, mas sim pequenas transformações de detalhes, na qual as estruturas das vestimentas possuem uma particularidade de estabilidade. Assim, a moda é “a lógica das mudanças menores”, sendo de acordo com Sapir (1967) “a variação no interior de uma série conhecida”.

Gabriel Tarde (1979) analisa o surgimento da moda na modernidade ocidental tendo em vista que no processo da era de costumes valorizavam a antiguidade e a imitação dos ancestrais enquanto a era da moda possuía como características, as imitações dos modelos presentes e estrangeiros.

O marco do nascimento da moda se deu na modernidade em virtude da alta sociedade buscar incansavelmente as novidades e últimas tendências, marcada por imitações da moda na Itália, Espanha e França (Tarde, 1979). O diferente e estrangeiro são aspectos marcantes do “moderno” no Ocidente e complementa:

Com a moda, aparece uma primeira manifestação de uma relação social que encarna um novo tempo legítimo e uma nova paixão própria do Ocidente, a do “moderno”. A novidade tornou-se fonte de valor mundano, marca a excelência social, é preciso seguir “o que se faz” de novo e adotar as últimas mudanças do momento (Lipovetsky, 1989, p. 33).

Assim, o sistema da moda é a junção de duas lógicas: o efêmero e a fantasia estética. Em razão dessas duas características que a moda nasceu no limiar das sociedades modernas, devido ao excesso e loucuras de que foi palco a moda ocidental (Lipovetsky, 1989).

A expansão social da moda ocorreu a partir dos séculos XIII e XIV, com o desenvolvimento do comércio e dos bancos, bem como o crescimento da classe burguesa. A roupa foi a forma de se destacar e criar um código social. E Denise Polini discorre como a vestimenta ocupou um papel que refletia o modo de pensar, agir e ser, presentes na Europa.

[...] as roupas e escolhas estéticas passaram a retratar esta vida interior e as pessoas agora se orgulhavam de ostentar uma vestimenta ou um ornamento que refletisse seu novo modo de ser e de pensar, sendo a novidade e a mudança valorizadas (Poline, 2007)

Logo, é nessa época que o indivíduo preza pela aparência e estilo. O fenômeno da moda e o código social de diferenciação em razão da necessidade de se imitar e pertencer à corte. A busca pela distinção de classes pela burguesia e o respeito dos nobres relacionava-se com o tipo de vestuário e estilo, ocorrendo a reviravolta da moda (Lipovetsky, 1989).

No contexto da industrialização têxtil, a alta costura destacou-se em Paris e se desenvolveu no século XIX, na qual a confecção de roupas na sociedade industrial era feita sob encomenda por costureiras e alfaiates, ao mesmo tempo em que a produção em massa do vestuário industrializado padronizado culminava na sociedade (Osman, 2017).

De acordo com Jessa Krick, a alta costura foi presente e teve grande influência na construção do fenômeno da moda e Charles Frederick Worth foi um dos primeiros a conceituar o processo criativo e sua importância para o mundo da moda. O artista permeou o desejo do raro e único, diversificando a moda com a criação de peças sob medidas e a criação de um espetáculo publicitário que a cada estação era marcado por uma coleção.

Por fim, o surgimento e o papel da moda contribuíram para um processo de revolução democrática, em que buscou igualdade de condições alterando o princípio da desigualdade de vestuário, transformou os valores tradicionalistas e priorizou a busca pelo “novo”.

1.2 *Fashion Law*: Moda no âmbito jurídico

A indústria da costura francesa tinha muito domínio e Charles Worth transformou o sistema da moda, estabelecendo peças exclusivas por temporada e sob encomenda dos seus clientes. Contudo, esse sistema também contribuiu para o aparecimento de artistas copistas que visavam produzir e vender roupas semelhantes, mas em menor custo que as originais de Paris (Quinelato, 2020).

O primeiro pedido de proteção legal no âmbito da moda para os criadores da moda ocorreu no século XVIII, na cidade de Lyon, na França. Em 1787, um decreto lei da coroa real francesa estendeu a proteção para produtores de seda de todo o país. A competição britânica têxtil, no mesmo ano, promoveu a proteção legal para diversos tipos de fábricas, como algodão, cotton e linho (Quinelato, 2020).

O *Fashion Law* começa a surgir devido uma necessidade de proteção contra a pirataria e cópias:

A indústria da costura francesa respondeu ao aumento das cópias e piratarias de duas formas, uma delas dando a proteção intelectual para os signos e as marcas originais, e a segunda, através do licenciamento desses designs para fabricantes respeitados, nacionais ou estrangeiros. Além disso, os estilistas franceses podiam se apoiar em duas leis, a de direitos autorais de 1793, emendada em 1902, e a de design industrial de 1806, emendada em 1909. Esse entendimento foi reafirmado pela Corte nas primeiras décadas do século 20, em casos de estilistas conhecidos como Jenine Paquin, Madeline e Gabrielle Coco Chanel (Quinelato, 2020).

Logo, o sistema francês de enviar vestuários sob medida para todo o mundo sob encomenda limitava-se às classes mais elevadas, enquanto as classes mais baixas limitavam-se as roupas de fábrica, customização própria ou até as compras de cópias. Tal sistema se manteve até 1960 tendo em vista que após esse período os canais de *Fast Fashion* começaram a surgir (Quinelato, 2019).

Enquanto a França preocupava-se com a proteção da moda, os Estados Unidos evitavam a criação de proteção sobre o tema devido suas grandes empresas de varejo, tendo a única concessão legislativa de proteção têxtil e da moda no século 20, conhecido como Kahn Act, 1913 (Quinelato, 2020).

O ciclo *fashion* possui como objetivo a luta contra cópias em virtude da necessidade dos indivíduos de atualizar sempre o vestuário e estar de acordo com a tendência do momento, ou seja, o ciclo inicia-se com peças únicas de alto valor consumidas pelas classes elevadas, mas que com o passar do tempo, aparecem cópias no mercado de baixa qualidade e menor custo.

Na primeira década do século 21, a indústria da moda faz parte das discussões sobre propriedade intelectual na Organização Mundial de Propriedade Intelectual.

O *Fashion Law* somente se manifestou na cidade de Nova York, Estados Unidos (EUA), com a professora Susan Scafidi, fundadora da matéria de *Fashion Law* na Escola de Direito da Universidade de Fordham, no ano de 2006. Com a ausência de proteção legal às criações da moda e a grande demanda e importância social e econômica no mercado, surgiu a necessidade do amparo legal no setor.

A proteção dos direitos de propriedade industrial e a proteção do direito autoral na moda, busca coibir a ocorrência de crimes e outras formas de violação à propriedade intelectual, como a contrafação que será abordado na pesquisa, como um dos mais recorrentes.

Dessa forma, devido uma necessidade de reger a relação homem-moda e as relações de consumo somado aos anos de construção e evolução, o *Fashion Law* ou Direito da Moda surge, o que também é verificado no contexto jurídico brasileiro.

1.3 Direito da Moda no Brasil

Após o entendimento do conceito de moda e do surgimento do *Fashion Law*, é possível analisar o momento em que o Direito da Moda se estabeleceu no Brasil.

Mudanças no mercado de consumo brasileiro e o desenvolvimento dos vestuários podem ser evidenciadas no período da Revolução Industrial devido à criação da máquina a vapor que ocupou espaço da mão de obra humana.

No século XIX, com a evolução das máquinas, ocorreu a transição do trabalho manual e o modo de produção foi transformado. A máquina é o grande destaque na produção, crescendo os lucros e reduzindo salários (Varizo, 2019).

A manufatura do setor vestuário desenvolveu-se de duas formas distintas: a manufatura por costureiras e alfaiates, tendo pedidos feitos por encomenda e sob medida, concorrente com a produção em massa do vestuário industrial padronizado,

na qual não possuía o caráter personalizado de elaboração de peças únicas (Varizo, 2019).

Salienta-se que o Brasil era dependente dos produtos importados tendo em vista que o desenvolvimento industrial não era suficiente e a Europa dominava o mercado industrial, dificultando o crescimento da economia brasileira e tornando o país exclusivamente dependente da economia agrícola. Com o governo de Getúlio Vargas (GV) e Juscelino Kubitschek (JK), ocorreu uma maior evolução no setor e foram criados alguns direitos trabalhistas com a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) (Santos, 2022).

Em relação à moda, ainda não era presente o fenômeno da moda brasileira, mas a predominância e influência da francesa tinham destaque e, a partir de 1930 é possível observar as adaptações dos modelos estrangeiros às peças brasileiras por meio da Mena Fiala, criadora de vestidos de noiva (Navalon, 2008).

Consoante Maria José Jorente e Renata Mayumi Lopes, nos anos 50 e 60, o setor têxtil acabou sofrendo um período de recessão que segundo a Comissão Econômica para a América Latina (2015):

Entre o final da década de 1950 até o final dos anos 1960, o setor têxtil sofreu uma recessão que segundo um levantamento feito pela Comissão econômica para a América Latina (Cepal) foi causada pela obsolescência técnica e problemas organizacionais. Além disso, todo o país passava por um hiato econômico após o grande crescimento industrial propiciado pela Segunda Guerra Mundial. A indústria têxtil investiu na estruturação do setor e promoveu investimentos em mão de obra qualificada, porém, encontrou no mercado da moda uma solução que antes não havia sido intensamente explorada. Na primeira Feira Internacional da Indústria Têxtil (FENIT) os industriais tiveram a oportunidade de estudar as tendências da moda e novos processos tecnológicos para desenvolverem novos produtos para públicos agora segmentados.

Os grandes desfiles com a realização da primeira Feira Nacional da Indústria Têxtil (FENIT), e precursora da São Paulo Fashion Week, quando a participação da multinacional Rhodia foi essencial para o sucesso e a inclusão desse momento na história da moda brasileira (Navalon, 2008).

No contexto brasileiro, existem grupos de pesquisa e entidades de estudo sobre o Direito da Moda, sendo mais conhecidos o Instituto Brasileiro de Negócios e Direito da Moda (IBNDM), cursos realizados por IBMEC e FGV, Comissão da OAB do Rio de Janeiro e São Paulo, *Fashion Business Law Institute*, pós-graduação como na Faculdade Santa Marcelina e Mackenzie (Daneluzzi, 2019).

Destaca-se a relevância do assunto por meio do setor têxtil e de confecção, nas quais contribuem para a arrecadação de tributos e geração de empregos, sendo o 2º maior empregador da indústria de transformação, o 2º maior gerador do primeiro emprego, representando 16,7% dos empregos e 5,7% do faturamento da Indústria de Transformação (ABIT, 2022).

Para entender e visualizar melhor os dados e a importância da Indústria da moda para a economia brasileira, a Associação Brasileira de Indústria Têxtil elaborou um estudo e informou os seguintes dados (ABIT, 2022).

Investimentos no setor	R\$ 4,5 bilhões
Produção da confecção	7,93 bilhões de peças.
Volume da produção têxtil	1,91 milhões de toneladas.
Trabalhadores	1,36 milhão de empregados diretos (IEMI 2021) e 8 milhões de adicionarmos os indiretos e efeito renda, dos quais 60% são de mão de obra feminina.
Número de empresas	24,6 mil unidades produtivas formais em todo o país.

Atualmente, o Brasil tem grande visibilidade global em relação a alguns segmentos do vestuário, como, por exemplo, moda praia, fitness, jeanswear, homewear e lingerie, sendo a maior Cadeia Têxtil completa do Ocidente.

A indústria brasileira existe há quase 200 anos, representa 19,8% do total de trabalhadores alocados na produção industrial, com faturamento de R\$161 bilhões em 2020, destacando-se como a 5ª maior indústria têxtil do mundo (ABIT, 2022).

Assim, devido ao reconhecimento que o tema estava exponencialmente presente na sociedade bem como o crescimento das demandas jurídicas, a advogada Deborah Portilho, uma das maiores especialistas do assunto, afirma que o Brasil foi um dos primeiros países a receber o *Fashion Law & Business Institute Brazil* (FBLI), em 2012.

EM 2016, Portilho propôs a criação de uma comissão especializada na área, a Comissão de Direito da Moda (CDMD) - Ordem dos Advogados do Brasil, na seccional do Rio de Janeiro (OAB/RJ) e reflete o nascimento de uma nova área no direito ou várias em comum em virtude da necessidade de se entender as inúmeras particularidades do *Fashion Law* (Portilho,2019).

A moda desempenha um papel importante na sociedade em razão do mercado *Fast Fashion* estar em expansão contínua. Com isso, é fundamental que o Direito acompanhe as novas demandas jurídicas do mundo da moda, em específico em razão da ausência de legislação específica para o tema, a Propriedade Intelectual vem sendo cada vez mais aplicada.

2 O SISTEMA *FAST FASHION* E SUAS PECULIARIDADES JURÍDICAS

2.1 Sistema *Fast Fashion*

Dentre as peculiaridades do *Fashion Law* encontra-se o sistema *Fast Fashion* que está relacionado com a produção voltada para o grande número de consumidores, em que as peças são produzidas em larga escala para as grandes massas populacionais.

As coleções têm o intuito de acompanhar a indústria global, sendo renovadas a partir dos elementos da sazonalidade e apresentação de novas tendências. Nesse sentido, Renata Pitombo define o sistema *fast fashion* como:

[...] o fast fashion, combina capacidade de produção rápida (mínimo lead time) com a intensa capacidade de criação de design para o desenvolvimento de produtos que estejam adequados às últimas tendências da moda. De certa forma, podemos dizer que seu surgimento se deve a necessidade de se adequar às pressões do setor varejista, tais como o avanço das tecnologias, processo de internacionalização das empresas e, conseqüentemente, uma mudança no comportamento do consumidor (Cidreira, 2019, p. 7).

A produção em massa de mercadorias para indústria do varejo transformou o sistema de consumo, na qual a rapidez e o dinamismo são características que integram a cultura do descarte. A necessidade das empresas de grande porte acompanharem o desenvolvimento de produtos para o consumo levou a criação de um novo sistema: o *Fast Fashion*.

Assim, criava-se um ciclo vicioso de acompanhamento de tendências da moda, na qual as roupas eram vendidas de forma mais acessível e em grande escala. Como consequência, advia o consumo de novos produtos a cada instante, de acordo com o desejo do público e em espaços curtos de tempo.

Em um contexto de globalização é necessário que o Estado acompanhe o ritmo social, econômico e cultural da sociedade em um processo contínuo e de crescente internacionalização de direito, ou seja, a reflexão e intercruzamento de sistemas normativos para o desenvolvimento de legislações para minimizar os efeitos indesejados e potencializar a atuação integrada (Santos, 2016).

Isso significa dizer que é necessário pensar sobre a presença do sistema *Fast Fashion* na sociedade e construir a aplicação do *Fashion Law* no mercado da moda. O Direito da Moda é composto por diversas áreas jurídicas distintas, como o Direito

Empresarial, Societário e do Consumidor e assuntos correlatos como trabalho infantil, questões tributárias, sociológicas e filosóficas.

A globalização econômica é caracterizada por um processo que demanda transformações de padrões por parte do Estado e seus múltiplos atores sem a necessidade de ter participado do processo de internacionalização de formulações de regras (Dezalay, 1996).

O sistema *Fast Fashion* estabelece a diferença no fato de que o ciclo criação/produção/consumo não é realizado duas vezes ao ano, mas continuamente, em fluxos e tendências sazonais (Cietta, 2010).

Segundo Erner, o sistema *fast fashion* faz parte da indústria da moda para contribuir com a aceleração da moda, pois as tendências são transmitidas e comunicadas ao consumidor são o fio condutor desse sistema. Trabalha com quantidade planejada e limitada de produto de acordo com as tendências do momento e visando não só a redução de perdas em vendas, mas também estimular o consumo em que a diversificação do produto é levada ao varejo.

Nesse contexto, o *design* das coleções do *fast fashion* acaba apagado e menosprezado, e a cópia e o plágio se intensificam. Desse modo, com o sistema e a dinâmica de criação no segmento moda, ocorre o negligenciamento do designer. E com um produto com pouca inovação e desenvolvimento criativo, a imitação ocupa espaço e não promove uma experiência estética completa aos clientes (Cidreira, 2019).

Percebe-se que a cultura da moda se moldou ao longo dos anos e que antes a sociedade era focada no futuro, mas agora desloca sua atenção a temporalidade do agora, caracterizado pelo prazer extremo, que traz sentido para a vida e existência humana (Baumann, 2008).

De acordo com Baumann (2008), o consumo tornou-se obrigatório na modernidade líquida em razão do fetiche pelas marcas no capitalismo, na qual revolucionaram o mercado consumidor e os indivíduos não mais importavam o produto em si, mas exaltavam-se com a fábrica e o preço.

A obsessão pelo status na modernidade relaciona-se expressivamente a uma carga simbólica, cujo sujeito é objetificado pelo capitalismo, tornando - se o que

consome, e não mais o que é de essência. Logo, na modernidade líquida o sujeito pode ser definido como aquilo que consome (Baumann, 2008).

Nesse mesmo sentido, Yasmin Rodrigues (2022) aborda a influência do capitalismo e a relação com a modernidade líquida:

O capitalismo e a mídia influenciaram cada vez mais a vida dos indivíduos, tornando as tendências do “nada se cria, e tudo se copia” e da “moda vem e vai”, despadronizadas, com um amplo leque de modelos, versões e infinitas escolhas. Com isso, a indústria fashion começou a ditar os costumes e apresentar referências para explicar suas escolhas, lançando coleções frequentemente.

A indústria da moda se renova de forma constante, com coleções por temporada e o sistema *fast fashion* acompanha o desenvolvimento do mercado para que seus consumidores se sintam o sentimento de pertencimento e o prazer de “estar na moda”. O consumidor não se preocupa com a origem ou modo de produção criativo dos artigos da moda tendo em vista que está mais ligado ao simbolismo que a moda carrega.

O comércio varejista fabrica produtos muito similares, diversas vezes sem nenhuma modificação, as obras advindas das criações de designers são ignoradas e sua proteção jurídica é enfraquecida, ocorrendo a comercialização de verdadeiras cópias, a fim de legitimar apenas o consumo.

O *Slow Fashion*, que busca incentivar a educação sobre o consumo consciente e a necessidade de redução do consumo em razão do impacto ambiental, vem crescendo como o movimento contra os objetivos do *Fast Fashion* (De Paula, 2015).

O *Slow Fashion* explora a desaceleração da moda e enfatiza a possibilidade de utilização das peças em mais de uma estação do ano. A sustentabilidade é um dos seus pilares e a abordagem de um ciclo produtivo orgânico estimula a produção de peças de qualidade para tentar acabar com o fenômeno de descarte da moda (De Paula, 2015).

O consumo consciente não é a prática priorizada pelos clientes em razão de um dos critérios levados em consideração no momento da compra, é o valor das peças e a satisfação pessoal. O processo de compra de forma acelerada e a decisão do consumidor ocorrem de forma frenética devido a intensa renovação de peças (De Paula, 2015).

Assim, sendo a Moda um dos maiores setores de produção do mundo, acompanhada pelo mercado de consumo acelerado, a contrafação e a cópia de *designs* pelas empresas *fast fashion*, faz com que os criadores da moda e as empresas sofram prejuízos pela desvalorização dos produtos. Estima-se que, somente no Brasil em 2021, o segmento de vestuários liderou o mercado ilegal, sofrendo perdas de 60 bilhões em decorrência da comercialização de artigos de moda pirateados. (Luiz, 2022)

Por fim, cria-se uma cultura presente na moda que integra a sociedade contemporânea, despertando a discussão acerca da proteção estatal e da tutela jurídica do *design*.

Em que pese a globalização e o desenvolvimento do sistema *Fast Fashion*, surge a necessidade de criação de sistemas normativos para o desenvolvimento de legislações com objetivo de minimizar os efeitos indesejados e potencializar a atuação integrada das áreas do *Fashion Law*.

Com o tema em discussão, a jurisprudência e doutrina brasileira vem aplicando que as produções de moda **são passíveis de serem objetos de proteção tanto por direitos autorais quanto por propriedade industrial, conforme será visto a seguir.**

2.2 Direito de Propriedade Intelectual no Brasil

A Convenção da OMPI define Propriedade Intelectual como a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas. Refere-se às criações da mente e o direito à proteção jurídica à atividade intelectual (Borges, 2010).

Newton Silveira (2013), um dos grandes juristas sobre Propriedade Intelectual, conceitua como “Os direitos sobre certos bens incorpóreos ou imateriais constituem direitos reais e são objeto de um ramo do direito chamado de propriedade intelectual”.

Já José Oliveira Ascensão (2008, p. 87) também conceitua a propriedade intelectual e aborda a origem de sua expressão:

A expressão nasceu no final do século XVII, quando se anunciava, com a Revolução Francesa, o termo de todos os privilégios. Os privilégios concedidos aos autores (privilégios de impressão, por exemplo) ficaram assim ameaçados. Mas logo se cria uma nova qualificação, para afastar aquele obstáculo. O direito do Autor não seria um privilégio, mas uma propriedade. O autor tem a propriedade da obra. Mais ainda: era até a mais sagrada de todas as propriedades.

Nesse contexto, a propriedade intelectual é dividida em duas categorias principais: o Direito do Autor, na qual abarca as obras literárias, artísticas e científicas e a Propriedade Industrial para invenções técnicas. Suas legislações e seus procedimentos jurídicos estão dispostos em duas Convenções Internacionais: a de Berna, de 1886, sobre direitos autorais; e a de Paris, de 1833, sobre direitos industriais (Bittar, 2003).

É possível conceituar o direito de propriedade intelectual como o conjunto de direitos oriundos de bens imateriais, que resultam da atividade criativa e original do ser humano. Tais direitos são garantidos através de um conjunto de normas que possibilitam ao autor de determinada obra exercer toda a propriedade daquilo que criou.

No Brasil, a Propriedade Intelectual encontra respaldo legal na Lei nº 9.610/1998 referente aos direitos autorais e a Lei nº 9.279/1996 referente à propriedade industrial.

A Lei da Propriedade Industrial (LPI) de nº 9279/1996, regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial e encontra sua fundamentação na atual Constituição Federal no artigo 5º, inciso XXIX:

A lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País (BRASIL, 1988).

A Lei baseou-se na Convenção de Paris de 1883, em seu artigo 1º parágrafo 2º, na qual conceitua Propriedade Industrial como:

É o conjunto de direitos que compreende as patentes de invenção, os modelos de utilidade, os desenhos ou modelos industriais, as marcas de fábrica ou de comércio, as marcas de serviço, o nome comercial e as indicações de proveniência ou denominações de origem, bem como a repressão da concorrência desleal (FRANÇA, 1883).

Assim, a propriedade industrial é um conjunto de direitos, os quais promovem registros prévios legais, com intuito de reprimir atitudes criminosas determinadas por sua Lei própria de número 9.279 de 1996 e o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) é o órgão responsável por este registro no Brasil.

O desenho industrial é previsto e definido no art. 95 da Lei nº 9279/96 como:

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**.

O desenho industrial é um dos métodos de proteção de propriedade intelectual mais utilizados na indústria *fashion* e de acordo com o INPI possui os seguintes requisitos (Instituto Nacional da Propriedade Industrial):

Aspecto ornamental: requisito que define a finalidade da proteção oferecida pelo registro de desenho industrial, tal qual previsto na LPI, **descartados os aspectos técnicos e funcionais**. Trata-se do contraponto à forma funcional do objeto, ou seja, das **características decorativas e acessórias apostas à sua configuração com o propósito de mudar sua aparência**.

Novidade: requisito de caráter objetivo e comparativo; qualidade do novo, refere-se a tudo aquilo que não era conhecido antes do momento do depósito.

Originalidade: qualidade do original; atributo resultante de uma **ação criativa** que diferencia o objeto ou o padrão de outros no estado da técnica, oferecendo a este um caráter individual, distintivo.

Configuração externa: requisito relativo à **visibilidade da forma plástica, excluídos componentes internos de sistema** visíveis somente com a desmontagem do objeto.

Tipo de fabricação industrial: os objetos ou padrões **devem ser plenamente reproduzíveis, ou seja, devem ser passíveis de reprodução em escala industrial** com uniformidade predominante, sem desvios de configuração substanciais.

Nessa perspectiva, o art. 97 da LPI dispõe que tais objetos são considerados originais devido ao fato de possuírem uma configuração visual distintiva em relação a objetos anteriores, mas o resultado visual original poderá ser decorrente da combinação de elementos conhecidos (Brasil, 1996).

O desenho industrial não é registrável em caso de for contrário aos bons costumes ou que ofenda a honra ou imagem das pessoas, crença, culto. Como também impossibilita a proteção do registro caso o produto seja essencialmente técnico. Assim, a proteção jurídica alcança o *design*, sem considerações de utilidade (Brasil, 1996).

De acordo com o art. 101 da LPI, o pedido de registro do desenho industrial é instruído ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial e deverá conter o requerimento, o relatório descritivo, os desenhos e fotografias a serem registrados, as indicações, o campo de aplicação do objeto bem como o comprovante de pagamento das custas. Ressalta-se que os documentos que integram o pedido de registro deverão ser em língua portuguesa.

Uma vez conferido o registro do desenho industrial, este é válido somente em território nacional e possui vigência de 10 (dez) anos, contados da data do depósito, sendo prorrogável por mais três períodos de cinco anos (art. 108 da LPI).

Por fim, para o desenho industrial ser válido e exclusivo é necessário o cumprimento dos 5 requisitos: originalidade, aplicabilidade industrial, novidade, aspecto ornamental e configuração externa. O grande ponto e dificuldade de tutela pela aplicabilidade de tal instituto ocorre em virtude da funcionalidade primária de cobrir o corpo humano que as peças de roupa possuem.

O desenho industrial busca proteger os aspectos ornamentais e sua configuração externa, ou seja, proteção do *design* de todos os itens de criação da indústria da moda, inclusive as estampas. Contudo, não são protegidos itens funcionais, materiais em si, cores desses objetos. A aplicabilidade do desenho industrial se demonstra mais eficaz para jóias, bolsas, sapatos e acessórios, mas não pode ser definida como uma solução absoluta (Schaal, 2020).

Desta forma, demonstra-se que a proteção por desenho industrial não alcança a todos e quaisquer produtos resultantes da indústria da moda tendo em vista que algumas obras possuem caráter funcional e não são abarcadas pela Lei de Propriedade Industrial. Assim, a LPI tutela juridicamente os *designs* de caráter ornamental, como os acessórios e jóias em razão da facilidade de empregar este instituto de forma mais distinta e original, sem que se caia na vedação à proteção de elementos comuns ou essencialmente funcionais do art. 100 da LPI.

2.3 Direito Autoral

O Direito do Autor é conceituado como 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” (Bittar, 2019).

O Direito de Autor é considerado um Direito Especial, *sui generis*, com direitos de cunho intelectual, que realizam a defesa de vínculos tanto pessoais quanto patrimoniais, do autor com sua obra, a justificar a regência específica que recebem nos ordenamentos jurídicos do mundo atual, considerando o interesse cultural que se deposita sobre a obra de espírito (Bittar, 2019).

É direito autônomo e com disciplina própria, apartada das codificações, perante princípios e regras consagradas, universalmente, em sua esquematização estrutural, regida pelo Código Civil de 2002, vide a Lei nº 9.610/98, a LDA.

Seu surgimento é descrito pelo autor devido uma necessidade de reconhecimento e remuneração dos autores:

Na modernidade, com a descoberta da imprensa, por Gutemberg, nasceram os privilégios concedidos aos editores, pelos monarcas, para a exploração econômica da obra, por determinado tempo. Consistiam em monopólios de utilização econômica da obra, conferidos por dez anos. A insuficiência do sistema e a necessidade de assegurar remuneração aos autores fizeram com que aparecesse o primeiro texto em que se reconhecia um direito, em 10.04.1710, por ato da Rainha Ana, da Inglaterra (Copyright Act) para incremento da cultura (Bittar,2019).

No Brasil, o direito autoral sofreu diversas tentativas de homologação, mas teve seu marco com a Constituição de 1891:

Inúmeros projetos foram oferecidos para a regulamentação do Direito de Autor (1856, 1875, 1861 e 1893), sem êxito. A edição de lei especial encontrava como óbice a influência da doutrina francesa, que sustentava que as ideias gerais não poderiam ser objeto de propriedade, e, como consequência, utópica seria a sua regulamentação.

Entretanto, em 01.08.1898, com fulcro na Constituição de 1891 – que o incluía entre os direitos individuais (art. 72, § 26) –, **surgiu a Lei 496, definindo o Direito Autoral sobre as obras literárias, científicas e artísticas, baseada no Projeto Medeiros e Albuquerque, que se abebera na lei belga.** A partir daí, extensa legislação foi expedida para reger esse Direito (Bittar, 2019).

A regulamentação do Direito Autoral é disposta na Lei nº 9.610 de 19 de fevereiro de 1998, a qual compreende que os direitos dos autores integram a proteção jurídica sobre as obras do criador. De acordo com o art. 7º da mesma lei, é exemplificado quais obras intelectuais são suscetíveis à proteção:

- I - os textos de obras literárias, artísticas ou científicas;
- II - as conferências, alocações, sermões e outras obras da mesma natureza;
- III - as obras dramáticas e dramático-musicais;
- IV - as obras coreográficas e pantomímicas, cuja execução cênica se fixe por escrito ou por outra qualquer forma;
- V - as composições musicais, tenham ou não letra;
- VI - as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas;
- VII - as obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia;
- VIII - as obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia e arte cinética;
- IX - as ilustrações, cartas geográficas e outras obras da mesma natureza;

X - os projetos, esboços e obras plásticas concernentes à geografia, engenharia, topografia, arquitetura, paisagismo, cenografia e ciência;

XI - as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova;

XII - os programas de computador;

XIII - as coletâneas ou compilações, antologias, enciclopédias, dicionários, bases de dados e outras obras, que, por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam uma criação intelectual (BRASIL, 1998).

Ainda que no art. 7º demonstre um rol exemplificativo de obras passíveis de proteção autoral, e não esteja de forma explícita em relação a vestimentas, ou obras relacionadas a moda, é possível incluir o direito autoral as vestimentas no último inciso - “obras, que por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam uma criação intelectual”.

É interessante, e se faz necessário, conceituar o que é uma obra intelectual e qual o objeto da proteção desse ramo do direito. Uma obra intelectual pode ser definida como o resultado da expressão do espírito humano e que pode ser materializada de forma física e, segundo Bittar (2012) é definida como “esteticidade”.

O ponto central da proteção autoral é o grau mínimo criativo e a novidade na criação, logo, é imprescindível a originalidade e esteticidade. O Direito Autoral somente protege a forma como é exteriorizada a criação, ou seja, protege a obra, mas também a criatividade pessoal do criador que deu forma à obra (Bittar, 2013).

Assim, relacionando às criações de moda, podemos dizer que as “criações intelectuais” são amparadas pelo direito autoral, pois há a criação de uma obra intelectual que pode despertar um sentimento estético. Moura discorre que “tanto a arte quanto o *design* e a moda existem em razão da atividade humana; da interferência do conhecimento humano sobre a matéria que, somada ao universo do sensível e da estética, dá forma ao objeto” (Moura, 2008).

Para ter direito à proteção de direito autoral é necessário cumprir alguns requisitos como: (i) ser uma criação do intelecto humano; (ii) ter sido exteriorizada; (iii) ter suporte tangível ou intangível; (iv) suporte possa ser conhecido ou inventado no futuro; (v) a criação não **pode estar elencada nas proibições legais** (art. 8º da Lei nº 9.610/98 – Lei de Direitos Autorais); (vi) **deve haver criatividade, ou seja, a originalidade para que a obra seja protegida deve possuir contributo mínimo, que**

seria “o mínimo grau criativo necessário para que uma obra seja protegida por direito de autor” (Borges, 2010).

Nesse mesmo sentido, Yasmin Pasini Rodrigues discorre sobre a dificuldade de tutela dos *designs* da moda (2022):

A dificuldade em tutelar designs de moda como objetos passíveis de proteção autoral se dá pelo fato de que, embora despertem esteticidade, não a possuem de forma exclusiva, sendo na maioria das vezes considerados artigos utilitários.

A moda atualmente não acomoda somente o intuito de se vestir e proteger o corpo humano, e demonstra exponencialmente inovação e criatividade desde o desenho até a criação. Observa-se que os profissionais estão sempre em busca de criações jamais vistas e elaboradas para alcançar um produto original e intelectual que desperte pertencimento ou crítica social.

Nos artigos 18 e 19 da Lei de Direitos Autorais fundamenta que a proteção aos direitos de que trata a Lei independe de registro. Mesmo que o indivíduo não registre sua obra ela ainda é passível de proteção e inicia-se um dos grandes pontos de discussão da LDA, em caso de dispensabilidade de registro reforça a ideia de que a obra intelectual está protegida pelo simples fato de ter sido criada, independentemente de qualquer formalidade. Contudo, com o registro prévio há garantia de maior segurança e até mesmo prova de anterioridade.

O Direito Autoral reconhece que os direitos possuem caráter híbrido, pois tutelam tanto direitos de personalidade (os direitos morais) quanto os direitos patrimoniais (Direitos Reais) disposto no artigo 22 da LDA, ou seja, a possibilidade de aproveitamento econômico de sua criação, sendo este a principal demanda e origem de disputa no judiciário.

De acordo com o art. 24 da LDA, o direito moral busca proteger a autoria da obra podendo o autor reivindicar, conservar, modificar, assegurar a integridade da obra e ainda ser indenizado por qualquer dano ou prejuízo que lhe seja causado.

E atribuídos os direitos patrimoniais em relação à obra, cabe ao autor o direito exclusivo de utilizar, fruir e dispor da obra, nos termos do art. 28 da LDA. Por conseguinte, no art. 29, prevê a autorização exclusiva ao autor de explorar economicamente sua criação dentro dos parâmetros legais. Por fim, o art. 31 da Lei nº 9610 dispõe:

Art. 31 As diversas modalidades de utilização de obras literárias, artísticas ou científicas ou de fonogramas são independentes entre si, e a autorização concedida pelo autor, ou pelo produtor, respectivamente, não se estende a quaisquer das demais (BRASIL, 1998).

Isso significa que a exploração de qualquer modalidade da obra, seja de forma onerosa seja gratuita por terceiros, somente pode ocorrer se tiver autorização prévia e expressa do criador de forma individualizada. Dessa maneira, a proteção moral e patrimonial sobre as criações intelectuais é resguardada pelo direito do autor, ou seja, tal instituto ampara juridicamente bens espirituais resultantes da atividade criativa e inovadora dos seres humanos.

Portanto, tendo em vista que os vestuários e as criações da moda possuem uma função simbólica e valores sociais apresentados no primeiro capítulo bem como possui o processo criativo para elaboração das peças, tais obras podem ser tuteladas juridicamente pelo direito autoral, como veremos a seguir.

A proteção das criações de moda como obras intelectuais tem o objetivo de proteger não somente seus criadores, mas também os fenômenos que acompanham o desenvolvimento do mercado *fashion*. Produtos copiados e falsificados geram prejuízo no mercado *fashion* e podem ser enquadrar no crime de contrafação a depender do caso. Com isso, o judiciário vem sendo demandado para tutelar sobre os artigos *fashion* em casos de plágios, como no *leading case Village 284 vs Hermes* que será analisado a seguir.

3 CASO BRASILEIRO REFERÊNCIA DE PLÁGIO SOB O CONTEXTO FAST FASHION

3.1 Produtos *Inspired* vs Produtos falsificados

Os produtos *inspired* surgem a partir da inspiração de produtos originais marcados pelo simbolismo mundial, na qual são desejados por todos. Como por exemplo, as “*it bags*”, que são bolsas mundialmente conhecidas, produzidas por grifes famosas e apresentando um alto preço. As marcas de bolsas que foram consideradas “*it bags*” são Chanel, Hermès e Fendi e são utilizadas por artistas que se tornam referência devido sua posição social e ideia de que estão antenados ao mundo da moda.

Georg Simmel (2008) demonstra que, quanto maior a difusão de um artigo de moda entre a alta classe da sociedade, maior é o desejo gerado nas massas de possuir o produto, o que faz com que a reprodução de determinado item seja popularizada pelas redes *fast fashion*.

As redes sociais contribuem para o processo de criação de padrões de consumo e desejo tendo em vista que com o desenvolvimento da comunicação, que antes levava dias ou semanas para acontecer, hoje ocorre de forma instantânea. O sistema de comunicações impacta diretamente a indústria da moda fornecendo informações essenciais e de tendências sobre a moda. Os profissionais da indústria da moda buscam conhecer o comportamento do consumidor a fim de descobrir quais produtos os consumidores necessitam ou podem querer comprar no futuro (Frings, 2012).

O produto *inspired* destaca-se na discussão sobre a proteção jurídica conferida aos produtos da moda por meio da propriedade intelectual tendo em vista a dificuldade de verificar o que é inspiração ou efetiva cópia. A diferença entre os produtos falsificados e os inspirados é que, na falsificação, existe a intenção de que o produto passe pelo original, ou seja, tem o objetivo de levar o consumidor a confusão. O produto *inspired* é uma tentativa de se aproximar ao que seria o produto original, mas apresentando sutilezas ao fornecedor e não tem a intenção de se passar pelo original. Assim, o elemento que diferencia as cópias das inspirações é o da confusão (Cardoso, 2016).

A configuração de violação aos direitos autorais e/ou de propriedade intelectual industrial e a circulação de produtos falsificados caracterizam o crime mais comum presente na indústria *fashion*: a contrafação. O desenvolvimento de produtos falsificados demanda uma maior proteção jurídica pela propriedade intelectual devido ao aumento de demandas nesse contexto.

João Gama de Cirqueira (1982) define contrafação como “violação do uso exclusivo da marca registrada” e se constitui em “infração do registro”. O crime de contrafação é previsto no art. 180, §1º e 2º² do Código Penal, na qual é conceituado como receptação qualificada, bem como no art. 5º, inciso VII, da Lei de Direitos Autorais³, que determina o conceito de contrafação como a reprodução não autorizada.

Muito se confunde entre os conceitos de pirataria e contrafação, o primeiro caracteriza-se como a cópia de produtos. O produto é falso pela reprodução do modelo original, sem autorização do criador e ocorre a comercialização ilegal dele. Já a contrafação é o ato de imitação do produto para confundir o consumidor em relação ao produto original (Vidigal, 2014).

Os designers buscam coibir as práticas de contrafação, em especial a cópia-inspiração e a cópia-contrafação. A cópia- inspiração é a cópia que possui a marca e são comercializados como produtos falsificados e piratas. A cópia-contrafação é a cópia por imitação do *design*, mas sem a presença da marca original (Pontes, 2022).

O plágio ocorre quando o produto é apresentado como original, sem atribuir crédito ao verdadeiro autor da criação. As categorias da cópia (pirataria, falsificação, réplica ou plágio) varia de acordo com o cada caso concreto. A comparação entre as obras é necessária para alcançar uma conclusão concreta, a partir da verificação

² Art. 180 - Adquirir, receber, transportar, conduzir ou ocultar, em proveito próprio ou alheio, coisa que sabe ser produto de crime, ou influir para que terceiro, de boa-fé, a adquira, receba ou oculte:

Pena - reclusão, de um a quatro anos, e multa.

Receptação qualificada

§ 1º - Adquirir, receber, transportar, conduzir, ocultar, ter em depósito, desmontar, montar, remontar, vender, expor à venda, ou de qualquer forma utilizar, em proveito próprio ou alheio, no exercício de atividade comercial ou industrial, coisa que deve saber ser produto de crime:

Pena - reclusão, de três a oito anos, e multa.

§ 2º - Equipara-se à atividade comercial, para efeito do parágrafo anterior, qualquer forma de comércio irregular ou clandestino, inclusive o exercício em residência (Brasil,1940).

³ Art. 5º Para os efeitos desta Lei, considera-se:

VII - contrafação - a reprodução não autorizada;

minuciosa dos elementos que se apresentam em comum, para saber se o nível de semelhança é o suficiente para caracterizar a ilicitude (Santos, 2014).

A cópia traz consequências as marcas em razão de romper com a exclusividade da peça, tornando o produto original ultrapassado de maneira mais rápida e interrompendo a vida útil do produto, gerando ainda prejuízos financeiros para as empresas responsáveis por sua verdadeira criação (Pontes, 2022).

O plágio ocorre de maneira quase que natural no mercado *fashion* e menospreza toda a jornada de trabalho e produção do modelo original. A proteção jurídica das criações de moda por direitos autorais objetiva a redução da ocorrência de plágios e é mais aplicável sua legislação tendo em vista que a proteção aos direitos autorais independe de registro, nos termos do art. 18 da Lei nº 9619/98.

À vista disso, a Propriedade Industrial é menos aplicável aos casos de plágio no mercado *fashion*. A proteção oferecida por este instituto resguarda menos o criador da obra tendo em vista que para realizar o registro de sua criação, o designer precisaria realizar o pedido antes de a obra ser lançada ao público, o que, no mundo da moda, acarreta o atraso de toda a coleção e a perda do *timing*, visto demora do processo de solicitação de registro. E caso optasse por realizar o registro posteriormente à apresentação das peças ao público, o plágio ainda estaria presente em razão que as peças já estariam no mercado.

A legislação brasileira não possui normas específicas acerca do direito da moda, mas vem aplicando o direito autoral para proteger criações de moda que demonstram o cumprimento dos requisitos de criatividade e originalidade, considerando-as como obras artísticas. O grande ponto de discussão e dificuldade nos casos concretos é sobre a tutela jurídica das criações ao passo que as peças de roupas são consideradas úteis, não sendo abarcados pelos institutos da propriedade industrial e nem do direito autoral, mas devido ao grau artístico das obras, muitas vezes, são protegidas pelo direito do autor.

3.2 Caso concreto brasileiro - Hermes Internacional x Village 284

Um dos principais litígios no Direito da Moda foi referente à cópia da bolsa Birkin, de *design* autoral da grife francesa *Hermès*, pela rede de *fast fashion* brasileira Village 284 (Processo nº 0187707-59.2010.8.26.0100). O processo foi julgado pela

24ª Vara de São Paulo em 2010, tornando-se referência de jurisprudência para os casos de plágio no contexto *fast fashion* e o *fashion Law* em criações autorais.

As partes envolvidas são opostos tendo em vista que uma empresa produz artigos de luxo, consolidando-se no *design* clássico e característico da moda francesa mais conhecida no mundo. A *Hermès Internacional* possui produtos com acesso restrito devido seu modo de produção personalizado e artesanal, e conseqüentemente, a implicação de preços altos sob as peças.

Atualmente, as bolsas de Birkin, objeto do assunto do litígio, custam em médio € 7.400 (R\$ 38.640) na França (LIMA, 2023). Os consumidores da marca são pessoas com alto poder aquisitivo e da alta classe da sociedade.

A marca *Village 284* é uma empresa *fast fashion*, com principal público-alvo, os jovens e utiliza como estratégias: a diminuição de custos de produção para que os seus consumidores tenham preços acessíveis no poder de compra.

Em 2010, a rede paulista 284 lançou uma linha de produtos chamada “*I’m not the original*” (tradução: Eu não sou original). Dentre os produtos disponíveis para vendas, estavam as réplicas das bolsas *Birkin* e *Kelly*, da grife francesa *Hermès*, mas confeccionadas em tecido moletom, enquanto a original era composta de couro.

À título de ilustração, abaixo encontram-se a Bolsa original criada pela *Hermès* do lado esquerdo e a Bolsa produzida pela *Village 284* do lado direito para melhor visualização da discussão do caso concreto:



Figura 1- Bolsa Birkin da Hermès
Figura 2- Bolsa da Village 284

A marca francesa iniciou com o encaminhamento de uma notificação extrajudicial à 284 para que a mesma deixasse de comercializar as réplicas das bolsas. A marca brasileira ajuizou ação e tinha como objetivo a declaração de inexistência de violação a direitos autorais e/ou de concorrência desleal e argumentou que está dentro dos parâmetros legais por estar no exercício de suas atividades sociais e de acordo com a Lei nº 9279/96.

A marca *Hermès Internacional* ofereceu contestação, alegando haver necessidade de formação de litisconsórcio passivo necessário, porque a empresa *Hermès Sellier* é titular dos direitos autorais sobre o conjunto visual da bolsa Birkin, objeto da lide. Também sustentou que a autora pretendia lucrar utilizando da criatividade alheia e alegou preliminar de pedido juridicamente impossível de acordo com o artigo 5º, incisos XXXIV e XXXV, da Constituição Federal. No mérito, afirma que a bolsa Birkin copiada é tutelada pelos direitos autorais e que há concorrência desleal pela existência de cópia do produto (MIGALHAS. 2011).

A parte ré também apresentou reconvenção e requereu a antecipação dos efeitos da tutela para que a autora se abstenha de produzir, importar, exportar, manter em depósito e/ou comercializar produtos que violem os direitos autorais da Hermès sobre a bolsa *Birkin* ou qualquer outro produto de titularidade das rés/reconvintes e/ou que consistam em prática de concorrência desleal. Pediu que, ao final, seja confirmada a decisão para condenar a autora/reconvinda à abstenção daqueles atos, bem como condenada a informar e comprovar a quantidade total de produtos contrafeitos produzidos e comercializados, para apuração dos danos e condenação no pagamento de indenização por danos morais e materiais.

Os efeitos da tutela foram proferidos em favor das rés, mas a Village 284 argumentou em contestação à reconvenção ausência das condições da ação, posto que *Hermes* é parte ilegítima e no mérito, negou a violação de direito do autor em razão das bolsas estarem em domínio público; negou ocorrência de concorrência desleal e negou a existência de perdas e danos, pleiteando a revogação da tutela antecipada.

A sentença definitiva condenou a autora/reconvinda por danos materiais e morais, por entender que esta teria incorrido em ofensa aos direitos autorais das rés/reconvintes e em prática comercial desleal, por conta do aproveitamento

parasitário⁴; condenou a autora a se abster de produzir, importar, exportar e manter em depósito ou comercializar produtos que violem os direitos autorais da *Hermès* sobre a “Bolsa Birkin”; condenou a autora a divulgar nos canais de comunicação sua prática abusiva e concedeu os direitos patrimoniais sobre a obra, sob pena de multa de R\$50.000,00 (cinquenta mil reais) e por fim, nos termos do art. 106 da Lei nº 9.610/98, determinou a destruição de todos os exemplares ilícitos.

Na decisão foi destacado que as bolsas produzidas pela *Hermès* possuem valor de natureza artística devido seu alto status de ostentação, não sendo a utilidade a primeira característica do objeto. Trata-se de obra dotada de originalidade e esteticidade e em razão disso, goza de proteção pela lei de Direito Autoral.

A parte autora interpôs recurso de apelação (Apelação Cível nº 0187707-59.2010.8.26.0100 – 9ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo) tendo em vista a existência de “fatos novos”, mas no mérito recursal o relator entendeu “A pretensão das apeladas está fundada no direito de autor, cujo regime jurídico, repita-se, não exige registro da obra para garantia de proteção, conforme dispõe o art. 18 da Lei nº 9.610/98”. Alegou a dupla proteção tanto pela Lei do Direito Autoral como pela Lei de Propriedade Industrial em obras que possuem caráter estético e a conotação utilitária.

Contudo, como no caso concreto as bolsas da *Hermès* possuem alto valor artístico e servindo muito mais como “objeto de adorno e ostentação, o aspecto utilitário foi colocado em segundo plano” e r. magistrado alegou “ao contrário do alegado pela apelante, é inegável que as bolsas *Hermès* são criações artísticas originais, de cunho estético, incluindo-se no âmbito da proteção jurídica do Direito Autoral”.

Ressalta-se no mérito recursal que a perícia constatou que as bolsas apreendidas imitavam elementos característicos e da concepção criativa do conjunto de Bolsas “Birkin” e em virtude da cópia grotesca, constituem produtos de imitação. Somado ao fato da marca brasileira imitar intencionalmente as bolsas, evidenciado pelo uso da expressão “*I am not the original!*” da coleção, confessando que o produto

⁴ Aproveitamento parasitário consiste na replicação de determinadas fórmulas de sucesso com o objetivo de enriquecimento fácil. Utiliza-se de bens integrantes do ativo imaterial das empresas – nome empresarial e expressão de fantasia, marcas, segredos de negócio e de indústria, entre outros.

se tratava de cópia ilícita. O acórdão proferido pelo Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo manteve a sentença da primeira instância.

Observa-se que as bolsas Birkin foram tuteladas pelo Direito Autoral em virtude do caráter estético se sobressair ao caráter funcional ao mesmo tempo que o acórdão fundamenta ser possível a proteção jurídica tanto da Lei de Direito Autoral como pela Lei de Propriedade Industrial, como explica Carlos Alberto Bittar:

Conjugando-se esses elementos, desde a criação, é a obra integrada ao processo econômico, possibilitando a consecução de melhores efeitos na comercialização, cada vez mais dominada pela sofisticação dos mercados. De outro lado, inseparáveis esses caracteres opera-se a proteção da obra nos dois campos citados, reunidos os requisitos legais. (Bittar, 1994)

Importante ressaltar que no elenco das obras protegidas do diploma legal brasileiro vigente para a matéria (artigo 7º da Lei nº 9.610/98), as obras não foram especificadas, o que não implica ausência de proteção, pois a relação é exemplificativa e não exaustiva. Assim, os efeitos do Direito de Autor, não se desconhece que o bem jurídico protegido é a criação ou obra intelectual, qualquer que seja seu gênero, a forma de expressão, o mérito ou destinação, tendo a obra o caráter estético, revestido de certa originalidade.

3.3 Os *designs* de moda como obras tuteláveis

Diante da análise do caso referência percebe-se uma dualidade entre o Direito Autoral e o Direito de Propriedade Industrial. A empresa Village 284 alegou que as bolsas produzidas pela *Hermès* não seriam obras tuteláveis pelo Direito do Autor por serem fabricadas de maneira industrial enquanto a sentença define a proteção legal autoral.

Inicialmente, cita-se o trecho da sentença que definiu que as bolsas da *Hermès* abarcam na proteção autoral:

As inúmeras fotografias reproduzidas nas várias peças que compõem estes autos deixam patente a imitação dos elementos essenciais que, considerados em conjunto, fazem com que **os objetos sejam não apenas uma bolsa de natureza utilitária, mas uma verdadeira obra de arte.**

Vê-se que as bolsas produzidas pelas rés/reconvintes têm valor por sua natureza artística, servindo muito mais como objeto de adorno e ostentação, **permanecendo seu aspecto funcional e utilitário em segundo plano.** Trata-se de obra primígena dotada de originalidade e esteticidade, que goza de proteção pela lei de direito autoral e pelas convenções internacionais que disciplinam a matéria, das quais o Brasil é signatário. O fato das bolsas serem produzidas em maior escala pelas rés/reconvintes não lhes retira a natureza de obra de arte, sabido que qualquer obra de arte pode ser reproduzida em

larga escala pelo detentor do direito de autor ou sob sua autorização, a exemplo do que ocorre com a edição de livros, discos e filmes.

O juiz entendeu que as bolsas cumpriam os requisitos do Direito Autoral principalmente pelo critério de originalidade e esteticidade, mas convém lembrar que para as obras serem tuteladas pela proteção autoral é necessário preencher outros quesitos.

Um dos principais pressupostos para que o *design* possa ser tutelado pela Lei nº 9610/98 é observar se a obra é uma criação intelectual de espírito (art. 7º), ou seja, somente são protegidas pelo direito às criações advindas da atividade intelectual do ser humano que possuem como característica o caráter estético, em contraposição às invenções de cunho técnico.

A grande discussão e objeto da presente pesquisa é a problemática em torno da noção de criações de moda como objetos passíveis de proteção autoral ou pelo desenho industrial. Sabe-se que devido ao caráter funcional que produtos como roupas, bolsas e sapatos apresentam, não são passíveis de serem protegidas legalmente tanto pela LDI ou pela LDA. Ao mesmo tempo, pretende-se concluir qual a legislação mais aplicável nos casos de plágio das criações da moda no contexto *fast fashion*.

O *design* de acessórios, bolsas e joias é naturalmente mais suscetível à proteção pela Propriedade Industrial por serem considerados meramente decorativos e devido à ausência de caráter funcional. Muitos produtos da indústria *fashion* não possuem caráter exclusivamente utilitário, mesmo que a função seja inerente às criações da moda, o elemento artístico pode se sobressair e prevalecer, sendo objetos tuteláveis pelo Direito Autoral.

Não há dúvidas que as criações de moda são fruto do gênio humano e de que podem apresentar e despertar um sentimento estético. A moda demonstra-se cada vez mais autêntica e inovadora, em que os designers concentram seu trabalho para criar obras intelectuais, dotadas de sua personalidade.

Silveira (1982) ilustra que a presença do aspecto funcional na obra não exclui o seu caráter artístico. A dualidade entre o estético e funcional como elementos que se contrapõe, não necessariamente exclui a proteção por Direito Autoral. Contudo, os produtos *fashion* apresentam aspectos além da proteção do corpo humano, a das

bolsas vai além de apenas guardar objetos. Os objetos também apresentam um apelo estético e visam à comunicação com as pessoas.

Ressalta -se, porém, que nem todo e qualquer artigo da moda é objeto de proteção autoral. Além de apresentar valor estético, é imperioso que a criação da moda seja separada do seu aspecto funcional. A criação deve conter um valor criativo e original que independentemente do aspecto utilitário, o atributo estético se sobressai (Silveira, 1982).⁵

De acordo com o art. 7º, outro requisito para a proteção da obra intelectual é a sua externalização por qualquer meio ou suporte. Isso significa que é necessário que a ideia seja manifestada para o mundo físico, como no caso analisado – a bolsa (Brasil, 1998).

Nos termos do art. 8º, I, da Lei do Direito Autoral, a proteção legal não ocorre para as ideias em si, mas tão somente as exterioridades das criações. No momento em que o autor exterioriza sua ideia e a expressa em um suporte, a ideia alcança o formato de obra com características de originalidade e criatividade.

Com isso tem-se um dos requisitos – a originalidade. A presença do caráter estético, deve ser singular, único, original. Pode-se dizer que, no caso das criações de moda e diante da análise do caso concreto, que o Direito de Autor não protege determinada obra apenas por ser ela uma expressão de beleza, mas por ser uma expressão original e criativa (Cabrera, Silva, 2011).

As bolsas da Hermés foram obras tuteladas pelo Direito Autoral por serem “verdadeiras obras de arte” dotadas de originalidade nas confecções, devido à sua marca simbólica no mundo da moda e as particularidades de produção e elementos que compõem suas criações. A originalidade no Direito Autoral, para a maioria dos doutrinadores, configura-se no aspecto subjetivo, consistindo na característica oriunda do próprio criador, de sua marca pessoal (Silveira, 2012).

Assim, as criações de moda podem ser protegidas mesmo que usem como base formas já utilizadas, mas que se diferem dos detalhes apresentados advindos da criação intelectual de combinações de diferentes elementos, mas que ao final,

⁵ Esta última defende que a tutela do Direito Autoral deve ser conferida às criações independente de o aspecto artístico poder ou não ser dissociado do caráter industrial do objeto a que estejam vinculadas (Silveira, 1982).

caracterizam a obra como original. Em todo caso, a originalidade e a diferenciação serão resultado da expressão/invenção do aspecto pessoal do estilista, que é singular de cada indivíduo, chamado de “contributo mínimo” (Ellen, 2014).

Destaca-se, portanto, a importância de dissociar o aspecto estético e o funcional das criações de moda para que elas sejam protegidas pelo Direito Autoral. A originalidade e a esteticidade são quesitos fundamentais para que as obras sejam frutos da e proteção e criação intelectual.

Diante da análise da jurisprudência referência em relação a proteção jurídica dos *designs* de moda em um contexto *fast fashion*, percebe-se que mesmo que alguns produtos, como a bolsa, pudessem ser tutelados pela Propriedade Industrial (desenho industrial), devido ao grau artístico que a bolsa representa como um todo, foi tutelada pelo Direito Autoral.

CONCLUSÃO

A moda é presente e faz parte de um elemento essencial para os indivíduos, os setores econômico e social e demonstra ser além de um mercado lucrativo, uma expressão de individualidade. Seu surgimento se deu no mundo ocidental e se construiu ao longo do tempo.

Com o crescimento da indústria têxtil nas confecções de roupas, surge a necessidade de reger a relação homem-moda e as relações de consumo. Ao mesmo tempo que o mercado da moda traz o aumento da economia e desenvolvimento social, ocasionou o crescimento da pirataria e dos plágios, com isso foi preciso desenvolver meios para proteger juridicamente esse novo ramo conhecido como *Fashion Law* ou Direito da Moda.

Em mundo globalizado marcado pelo imediatismo e a disseminação de informações de forma espontânea, o acompanhamento do desenvolvimento de legislações para minimizar os efeitos indesejados e potencializar a atuação integrada torna-se um desafio para o Estado.

O comércio se adapta e acompanha o crescimento da sociedade, o modo de produção e consumo já não é mais o mesmo, a necessidade das empresas de grande porte acompanharem o desenvolvimento de produtos de forma rápida e dinâmica levou a criação de um novo sistema: o *Fast Fashion*.

Este sistema transformou a economia da moda que, ao diminuir custos e a qualidade das peças, fez com que os consumidores, muitas vezes, se submetessem a reprodução de cópias de criações de moda de outros designers. Por mais que o Direito da Moda ainda não possua legislação específica para o ramo da moda, concluiu-se que o instituto do Direito autoral vem sendo aplicado na jurisprudência brasileira nos casos de plágio pelo mercado *fast fashion*.

O Direito autoral visa resguardar e proteger juridicamente a utilização econômica e moral de obras intelectuais por seu criador. Contudo, o enquadramento dos artigos como obras intelectuais protegidas é o grande ponto de debate na indústria da moda. Isso porque mesmo sendo objetos utilitários, as criações merecem proteção, em razão de seu caráter estético. A propriedade industrial acaba sendo menos

aplicável aos casos de plágio tendo em vista a necessidade de realização de registro da criação enquanto o direito autoral independe desse requisito.

No estudo do caso concreto, *Hermés vs Village 284*, concluiu-se pela aplicabilidade do direito autoral tendo em vista o caráter estético e original que a Bolsa Birkin representava. Demonstrou-se o caráter fundamental de que restam separados os aspectos estético e funcional das criações de moda para que elas sejam protegidas pelo Direito Autoral, sendo necessário que apresentem também ser fruto de uma criação intelectual e dotada de originalidade.

A análise do caso não esgota o tema, mas contribuiu para demonstrar que o Direito Autoral pode proteger as criações da moda, permitindo ao criador uma maior segurança jurídica, financeiramente ou moralmente, enquanto o Direito de Propriedade Industrial é menos aplicável.

As demandas jurídicas relacionadas com casos de cópia por empresas *fast fashion* crescem cada vez mais, e com a presente pesquisa objetiva contribuir para o fomento do debate tendo feito a análise do caso concreto *Village 284 vs Hermes* em busca por respostas mais aplicáveis com a utilização da legislação brasileira.

REFERÊNCIAS

ABIT TÊXTIL E CONFECÇÃO. **Perfil do setor**. 2022. Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor> Acesso em: 09 out. 2022.

ASCENSÃO, J. Oliveira. **Direito de autor sem autor e sem obra**. 2008. Disponível em: <https://www.gedai.com.br/wp-content/uploads/2019/02/ASCENS%C3%83O-J.-Oliveira.-Direito-de-Autor-sem-Autor-e-Sem-Obra-2.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2023.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BITTAR, Carlos A. **Direito de autor**. 7. ed. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2019.

BORGES, Denis Barbosa. **Uma Introdução à Propriedade Intelectual**. Brasília: Lumen Juris, 2010.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 27 jul. 2023.

BRASIL. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm. Acesso em: 20 jul. 2023.

BRASIL. **Lei nº 9.610 de 19 de fevereiro de 1998. Lei de direitos autorais**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm. Acesso em: 20 de julho de 2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo. **Apelação Cível no 0187707-59.2010.8.26.0100** – 9ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo.

BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo. **Processo no 0187707-59.2010.8.26.0100** 24ª vara Cível da comarca de São Paulo.

CABRERA, Rafaela Ferreira; SILVA, Caíque Tomaz Leite da. Fashion Law – o direito de propriedade intelectual e a indústria da moda. **Revista Jurídica Estácio/UniSEB/ Centro Universitário Estácio/UniSEB**. Ano 1. n.1 (Nov. 2011). UNICOC: Ribeirão Preto, 2011.

CARDOSO, Gisele Ghanem. **Direito da moda: análise dos produtos “inspireds”**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016.

CERQUEIRA, João da Gama. Tratado de propriedade industrial. 2. ed. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 1982. v.1, p. 1.102.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **A cultura do esboço: dos saberes à moda**. 3 ago. 2019. Disponível em: <http://www.xvenecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload-484/111914.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2022.

CIETTA, Enrico. **A revolução do fast fashion: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

CONVENÇÃO DE PARIS PARA A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. 1883. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/anexo/and1263-94.pdf. Acesso em: 5 nov. 2022.

DANTAS, G. C. S. O surgimento da moda. **Brasil Escola**, 2022. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/curiosidades/o-surgimento-moda.htm>. Acesso em: 11 set. 2022.

DE PAULA, Gabriela Pegos. 2015. **A evolução da moda mediante os conceitos de Fast Fashion e Slow Fashion.** Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. 2015. Disponível em: <https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/5871?mode=full#:~:text=Reposit%C3%B3rio%20Institucional%20da%20Universidade%20Tecnol%C3%B3gica%20Federal%20do%20Paran%C3%A1,grupos%2C%20j%C3%A1%20que%20renova%20bens%20materiais%20e%20simb%C3%B3licos>. Acesso em: 04 set. 2023.

DEZALAY, Ives; TRUBEK, David M. A reestruturação global e o direito: a internacionalização dos campos jurídicos e a criação de espaços transnacionais. *In*: FARIA, José Eduardo (Org). **Direito e globalização econômica.** São Paulo: Malheiros, 1996, p -29-30.

DOMINGUES, Juliana Oliveira. QUINELATO, Pietra Daneluzzi. 2020. **Uma Perspectiva da Moda no Tempo e do Surgimento do Fashion Law.** Fashion Law: o Direito está na Moda. São Paulo: Singular, 2020.

ELLEN, Rebeca Candido Barreira. **O Direito Autoral e a proteção das criações da moda: um estudo de caso Village 284 vs Hermès.** 2014. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/8999>. Acesso em: 26 ago. 2023.

ERNER, Guillaume. **Vítimas da moda? Como a criamos, por que a seguimos.** Tradução de Eric Roland René Heneault. São Paulo: Senac, 2005.

FRAGOSO, João Henrique da Rocha. **Direito autoral: da antiguidade à internet.** São Paulo: Quartier Latin, 2009

FRINGS, Gini Stephens. **Moda do conceito ao consumidor.** 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Manual de Desenhos Industriais.** Disponível em: http://manualdedi.inpi.gov.br/projects/manual-de-desenho-industrial/wiki/03_Como_formular_pedido_de_registro_ou_peti%C3%A7%C3%A3o_de_desenho_industrial#:~:text=As%20peti%C3%B5es%20ou%20pedidos%20de,dispon%C3%ADvel%20no%20portal%20do%20INPI.

JORENTE, Maria José; FUJITA, Renata Mayumi Lopes. A indústria têxtil no Brasil: uma perspectiva histórica e cultural. **Revista Moda Palavra**, v. 8, 2015. Disponível

em:<https://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/download/5893/4139/16740> Acesso em: 14 out 2022.

KRICK, Jessa. "Charles Frederick Worth (1825–1895) and the House of Worth." In Heilbrunn Timeline of Art History. New York: The Metropolitan Museum of Art, 2000–. http://www.metmuseum.org/toah/hd/wrth/hd_wrth.htm (October 2004).

LIMA, Monique. Bolsa Birkin custará mais caro em 2023. **Revista Forbes**. Disponível em: [https://forbes.com.br/forbes-money/2022/10/bolsa-birkin-da-hermes-custara-mais-caro-em-2023-veja-o-valor/#:~:text=Atualmente%20uma%20Birkin%2025%20em,7.770%20\(R%24%2040.570\)](https://forbes.com.br/forbes-money/2022/10/bolsa-birkin-da-hermes-custara-mais-caro-em-2023-veja-o-valor/#:~:text=Atualmente%20uma%20Birkin%2025%20em,7.770%20(R%24%2040.570).). Acesso em: 21 ago. 2023.

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

LUIZ, Mirella. Brasil perde 300 bilhões por ano com a Pirataria. **Isto é**. 2022. Disponível em: <https://istoe.com.br/os-prejuizos-bilionarios-da-pirataria/>. Acesso em 26 jul. 2023.

MAIA, Laís Helena Horta. **A contrafação das criações de moda: a possibilidade de proteção das criações de moda em face ao crime de contrafação**. 2009. Monografia (Bacharelado em Direito) – UFS, São Cristóvão, 2009.

MIGALHAS. **Justiça Paulista proíbe Village 284 de comercializar produtos que violem direitos autorais da Hermès**. 26 maio 2011. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/134166/justica-paulista-proibe-village-284-de-comercializar-produtos-que-violem-direitos-autorais-da-hermes>.

MOURA, Mônica. A moda entre a arte e o design. *In*: PIRES, Dorotéia Baduy (org.). **Design de moda: olhares diversos**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2008.

NAVALON, Eloize. **Design de moda: interconexão metodológica**. 2008. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2008.

OSMAN, B. H. S. **Fashion Law: desconstrução do direito da moda no Brasil**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2017. Disponível em: <http://tede.mackenzie.br/jspui/handle/tede/3408>. Acesso em: 12 out. 2022.

PASINI, Yasmin Rodrigues. **O Direito autoral em caso de cópia por empresas fast fashion**. 2022. Trabalho de conclusão de curso - Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/233091/TCC%20Yasmim%20Pasini%20Rodrigues..pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 12 nov. 2022.

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

PORTILHO, D. **Fashion law: entenda como funciona o direito da moda**. 5 ago. 2019. Disponível em: <https://www.abit.org.br/noticias/fashion-law-entenda-como-funciona-o-direito-da-moda>. Acesso em: 09 out. 2022.

SANT'ANNA, P. **O desfile de imagens**: um estudo sobre a linguagem visual das revistas de moda (1990-2000). Campinas: Dissertação de mestrado em Antropologia Social, IFCH, Unicamp, 2002. Acesso em: 18 de set.2023.

SANTOS, Fabrício Barroso dos. O início da industrialização brasileira. **Brasil Escola**. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiab/industrializacao-brasileira.htm>. Acesso em: 13 out. 2022.

SANTOS, Karla Margarida Martins. **Cartéis Transnacionais**. A Transnacionalização das Decisões do Direito Concorrencial e as Ações de Reparação de Danos em Defesa da Concorrência. Curitiba: Juruá, 2016.

SANTOS, Manoel J. P. **Contrafação e plágio como violações de direito autoral**. In SANTOS, Manoel Joaquim Pereira dos; JABUR, Wilson Pinheiro (coord.). Direito Autoral. São Paulo: Saraiva, 2014.

SARPIR, Edward. **“La mode”**, in **Anthropologie**, Paris. Éd. de Minuit, 1967.

SILVEIRA, Newton. **Direito de autor no desenho industrial**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1982.

SIMMEL, Georg. A moda. **IARA Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 163-188, abr./ago. 2008.

SNOW, Alan; SILVEIRA, Newton. **Direito de autor no design**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

TARDE, Gabriel. **Les Lois de L' imitation**. 1890. Genebra, Slatkine, 1979.

UELLO. **O mercado da moda**: o gigante do e-commerce. Disponível em: <https://uello.com.br/blog/o-mercado-da-moda-no-e-commerce/>. Acesso em: 10 set. 2022.

VARIZO, Renan André dos Reis. **Fashion law, trabalho escravo e responsabilidade civil**: análise do mundo da moda. 2019. Dissertação (Mestrado em) - Universidade Presbiteriano Mackenzie, São Paulo, 2019. Disponível em: https://cc.bingj.com/cache.aspx?q=VARIZO%2c+Renan+Andr%3%a9+dos+Reis.+Fashion+law%2c+trabalho+escravo+e+responsabilidade+civil%3a+an%3%a1lise+do+mundo+da+moda&d=5054360752488721&mkt=pt-BR&setlang=pt-BR&w=ICo7eXN1CKv6dQz_20vpgeZcPJTzKhdC. Acesso em: 10 out. 2022.