



CENTRO UNIVERSITÁRIO VALE DO SALGADO (UNIVS)
CURSO DE BACHARELADO EM DIREITO

KAUANY BRITO ALMEIDA

**FASHION LAW E A EFEMERIDADE DA MODA: COMO A PROPRIEDADE
INTELECTUAL NORTEIA A INDÚSTRIA**

ICÓ-CE
2025

KAUANY BRITO ALMEIDA

**FASHION LAW E A EFEMERIDADE DA MODA: COMO A PROPRIEDADE
INTELECTUAL NORTEIA A INDÚSTRIA**

Artigo científico apresentado ao curso de Direito, do Centro Universitário Vale do Salgado (UNIVS), como requisito para a obtenção de título em Bacharel em Direito.

Orientadora: Profa. Ma. Antônia Gabrielly Araújo dos Santos.

KAUANY BRITO ALMEIDA

**FASHION LAW E A EFEMERIDADE DA MODA: COMO A PROPRIEDADE
INTELECTUAL NORTEIA A INDÚSTRIA**

Artigo científico apresentado ao curso de Direito, do Centro Universitário Vale do Salgado (UNIVS), como requisito para a obtenção de título em Bacharel em Direito.

Aprovado em: ___/___/2025

FICHA DE AVALIAÇÃO

Profa. Ma. Antônia Gabrielly Araújo dos Santos
Centro Universitário Vale do Salgado
Orientadora

Profa. Dra. Layana Dantas de Alencar
Centro Universitário Vale do Salgado
1ª Examinadora

Prof. Dra. Erika de Sá Marinho Albuquerque
Centro Universitário Vale do Salgado
2ª Examinadora

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01 – Yves Saint Laurent e seu vestido inspirado em Piet Mondrian	12
FIGURA 02 – À esquerda, o meia-pata da YSL que gerou a polêmica; à direita, modelo peep-toe de Louboutin	16
FIGURA 03 – <i>Monange Dream Fashion Tour</i>	17
FIGURA 04 – <i>Victoria's Secret Fashion Show</i>	17
FIGURA 05 – Bolsa Birkin da marca Hermès, à esquerda e uma versão similar criada pela Village 284, à direita	19
FIGURA 06 – João Batista Castilho da Rocha	20
FIGURA 07 – AREZZO	21
FIGURA 08 – Marca figurativa de Le Garage.....	22

RESUMO

O artigo explora o Direito da Moda (Fashion Law), um campo emergente que visa regular e proteger a indústria da moda, que, por sua natureza efêmera e inovadora, enfrenta desafios jurídicos complexos. Diferente de outras áreas do Direito, não há uma legislação específica para solucionar litígios nesse setor. Assim, a pesquisa foca na intersecção entre o Fashion Law e a Propriedade Intelectual, analisando as categorias de proteção: Patente, Desenho Industrial, Marca e Trade Dress. Para analisar esta novidade do Direito o presente trabalho tem como problemática central os elementos que estruturam o Direito da Moda, considerando as perspectivas jurisdicionais e o contexto histórico, bem como o Fashion Law abordado perante os tribunais, tipos de infrações que acometem esse ramo, entre outras concepções. O objetivo geral é investigar o Direito da Moda como um subsistema jurídico visando regular e proteger todas as fases da indústria da moda, abrangendo profissionais, designers, consumidores e empresas. Fez-se uso, principalmente, do método de pesquisa exploratória e qualitativa, mas outras técnicas de pesquisa foram utilizadas, como a aplicada e indutiva, estudo de casos e bibliográfica. Dessa forma, evidencia-se a urgência de necessidade para formação de profissionais capacitados para atender a uma indústria que, por sua natureza mutável e inovadora, enfrenta diversos desafios.

Palavras Chave: Direito da moda. Fashion law. Trade-dress. Propriedade intelectual.

ABSTRACT

This article explores Fashion Law, an emerging field that aims to regulate and protect the fashion industry, which, due to its ephemeral and innovative nature, faces complex legal challenges. Unlike other areas of law, there is no specific legislation to resolve disputes in this sector. Thus, the research focuses on the intersection between Fashion Law and Intellectual Property, analyzing the categories of protection: Patent, Industrial Design, Trademark and Trade Dress. To analyze this novelty in Law, this work has as its central problem the elements that structure Fashion Law, considering the jurisdictional perspectives and the historical context, as well as Fashion Law addressed before the courts, types of infringements that affect this branch, among other concepts. The general objective is to investigate Fashion Law as a legal subsystem aiming to regulate and protect all phases of the fashion industry, covering professionals, designers, consumers and companies. The exploratory and qualitative research method was used mainly, but other research techniques were used, such as applied and inductive, case studies and bibliographical. Thus, the urgent need for training professionals capable of serving an industry that, due to its changing and innovative nature, faces several challenges is evident.

Keywords: Fashion law. Fashion law. Trade-dress. Intellectual property.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 ANÁLISE DA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA VIGENTE SOBRE A PROTEÇÃO DE CRIAÇÕES NO SETOR DA MODA, COM ENFOQUE NAS NORMAS DA LEI DE PROPRIEDADE INTELECTUAL.....	10
2.1.1 Do direito da propriedade industrial	12
2.2 IDENTIFICAÇÃO E TRATAMENTO JURÍDICO DAS PRINCIPAIS INFRAÇÕES NO SETOR DA MODA NO BRASIL: PLÁGIO E CONTRAFAÇÕES.....	18
2.3 ANÁLISE DA JURISPRUDÊNCIA BRASILEIRA EM CASOS DE INFRAÇÕES DE PROPRIEDADE INTELECTUAL NO SETOR DA MODA.....	20
2.3.1 João Batista Castilhos da Rocha versus Arezzo	20
2.3.2 Poko Pano versus C&A	21
CONSIDERAÇÕES FINAIS	23
REFERÊNCIAS	24

1 INTRODUÇÃO

A moda, enquanto forma de expressão artística e vislumbrada no setor global, abrange uma rede de relações comerciais e criativas. A partir da década de 2000, especificamente no ano de 2006 nos Estados Unidos, a professora Susan Scafidi iniciou a disciplina “Fashion Law” no curso de Direito da Fordham University, em Nova York. Com a ascensão da disciplina e os problemas que envolve o direito da moda junto à indústria, houve a criação do “Fashion Law Institute”, uma entidade sem fins lucrativos que visava treinar advogados e designers, facilitando a compreensão sobre o tema e o suporte dado a esses profissionais para melhor entendimento, a fim de solucionar conflitos. O movimento do Fashion Law surgiu no Brasil em 2010, englobando com ele diversos ramos do direito e suas especificidades sobre o tema. O país foi um dos pioneiros a aderir essa designação, originando o “Fashion Law & Business Institute Brazil” (FBLI), em 2012.

Ao passo que as tecnologias avançam, junto à globalização, o mercado da moda se expande, com isso surge litígios envolvendo propriedade intelectual, marcas, patentes e trade-dress. Nesse cenário, emerge o "Fashion Law" ou Direito da Moda, uma área jurídica que busca regular as relações dentro da indústria da moda, abrangendo desde a proteção das criações dos designers até a resolução de conflitos entre empresas.

No Brasil, a legislação de Propriedade Intelectual é essencial para regular essas criações, embora receba críticas sobre sua eficácia na proteção de pequenas empresas e designers independentes. Este trabalho tem como objetivo analisar de que forma as leis brasileiras protegem o setor da moda, examinando casos práticos e a efetividade dessas normas nos tribunais e buscando entender as infrações mais comuns e a resposta do sistema jurídico a esses desafios. Com isso, busca-se elucidar os principais problemas enfrentados por designers e empresas na proteção de suas criações, contribuindo para uma discussão mais ampla sobre a necessidade de adaptações ou melhorias na legislação vigente.

O Direito da Moda vai além da produção de vestuário, sendo uma forma de expressão cultural e individual que reflete mudanças sociais e influências artísticas, musicais e tecnológicas. Além disso, a moda contribui para a inclusão social, permitindo que indivíduos expressem sua identidade e pertencimento a determinados grupos. Também pode ser vista como um meio de comunicação, transmitindo mensagens e valores por meio de roupas e acessórios. No âmbito jurídico, o Fashion Law surge para regulamentar e proteger essa indústria, abordando questões como propriedade intelectual, direitos autorais, marcas e infrações comerciais.

A problemática central da pesquisa busca analisar como a legislação brasileira vigente protege as criações dos designers e soluciona litígios no setor da moda, considerando a ausência de normas específicas para o Fashion Law. O estudo investiga a eficácia do sistema jurídico ao lidar com infrações nesse setor, observando as decisões dos tribunais e a estrutura da indústria da moda. Dessa forma, pretende-se avaliar se as categorias de proteção da Propriedade Intelectual são suficientes para garantir segurança jurídica aos profissionais da moda ou se há lacunas que demandam regulamentação específica.

O presente estudo tem como objetivo geral a análise da eficácia da legislação brasileira e das decisões judiciais na proteção das criações de designers no setor da moda, considerando a estrutura da indústria e as infrações no setor do Fashion Law e traz os seguintes objetivos específicos: identificar a legislação brasileira vigente sobre a proteção de criações no setor da moda, com foco nas normas de propriedade intelectual aplicáveis aos designers, verificar os principais tipos de infrações no setor da moda no Brasil, como plágio e contrafações, e como elas são tratadas pelo sistema jurídico e Analisar a atuação dos tribunais brasileiros em litígios envolvendo violações de direitos de propriedade intelectual no setor da moda, com base em decisões judiciais recentes.

A pesquisa justifica-se pela relevância da indústria da moda, que vai além da criação de vestuário e abrange toda a cadeia produtiva. Diante disso, torna-se essencial que o Estado promova garantias e ofereça respaldo por meio das legislações vigentes e futuras voltadas ao setor. No Brasil, o setor tem grande impacto econômico, mas enfrenta desafios jurídicos devido à ausência de normas específicas. O Fashion Law surge para preencher essa lacuna, garantindo a proteção das criações e a correta aplicação das leis, especialmente no âmbito da Propriedade Intelectual. Este estudo busca aprofundar essa relação, contribuindo para a segurança jurídica e o desenvolvimento do setor.

Este trabalho adota uma pesquisa aplicada, com o objetivo de identificar e solucionar problemas específicos no campo do Fashion Law, esse modo de análise aplicada gira em torno das lides presentes nas atividades das institucionais, das organizações, grupos ou atores sociais. Sobre esse método, Marconi e Lakatos (2003, p. 86) afirmam que: “[...] o objetivo dos argumentos indutivos é conduzir a conclusões cujo conteúdo é bem mais abrangente do que o das premissas nas quais se basearam.” A pesquisa é de natureza exploratória, buscando aproximar o pesquisador do problema central e fornecer uma base teórica sólida por meio de estudos bibliográficos (Gil, 1991). A abordagem qualitativa foca na análise dos fenômenos e seus significados, priorizando a compreensão aprofundada dos fatos em vez da representatividade numérica (Goldenberg, 2004). A pesquisa bibliográfica será conduzida com

base em artigos acadêmicos, legislações e jurisprudências para compreender o contexto legal e identificar falhas na regulamentação do setor. Serão analisados casos e julgados dos últimos 10 anos, permitindo uma visão ampla sobre os avanços legislativos e desafios enfrentados na proteção da propriedade intelectual no setor da moda. Além disso, serão exploradas questões relacionadas aos crimes cibernéticos e suas implicações para a indústria, considerando a crescente relevância do direito digital na proteção de criações e marcas. O estudo será baseado em pesquisa bibliográfica, analisando artigos acadêmicos, legislações, jurisprudências e relatórios para compreender o contexto legal e identificar falhas na regulamentação. Serão consideradas obras contemporâneas e materiais previamente publicados, permitindo uma análise aprofundada do tema. Este estudo tem como objetivo aprofundar a compreensão da relação entre o Direito e a Moda, ressaltando a influência das legislações brasileiras na proteção da propriedade intelectual e dos direitos autorais, bem como na regulamentação das práticas comerciais no setor, examina a eficácia das normas jurídicas em conflitos como plágio e concorrência desleal, além de avaliar se a legislação atende às demandas do mercado global. O trabalho também vislumbra propor possíveis aprimoramentos na legislação em vigor, visando criar um ambiente mais justo e inovador para os profissionais do ramo.

Dado o exposto, deseja-se que, ao ler esse trabalho, o leitor aprenda e se identifique com o assunto de grande valia abordado. Ademais, que os operadores do Direito voltem suas habilidades para este ramo tão importante e indispensável, mas que carece de notoriedade, o Direito da Moda.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ANÁLISE DA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA VIGENTE SOBRE A PROTEÇÃO DE CRIAÇÕES NO SETOR DA MODA, COM ENFOQUE NAS NORMAS DA LEI DE PROPRIEDADE INTELECTUAL

As inovações sociais são amparadas pelo Direito, ele é o meio utilizado para acompanhar essas transformações. A moda por sua vez, trata-se de uma dessas inovações sociais. No mesmo contexto, a propriedade intelectual protege a arte e a música, e indiretamente a moda, visto que, esta advém de uma criação do ser humano.

Segundo Sacramone (2024), a propriedade industrial resguarda a materialização da invenção, garantindo a técnica de sua reprodução. Esses direitos da propriedade industrial garantem ao autor o benefício exclusivo de sua criação, além de assegurar o reconhecimento da sua identidade e personalidade. A propriedade intelectual abrange bens imateriais, como marcas, patentes e direitos autorais, que são protegidos pelo Estado por um período temporário. Esses direitos são inalienáveis e irrenunciáveis, ou seja, o autor não pode renunciar a eles, mesmo ao ceder ou licenciar os direitos econômicos da obra.

O direito de propriedade intelectual é extremamente importante para a indústria da moda, pois como este ramo não possui legislação própria, é a propriedade intelectual que cuidará de litígios ocorridos nesse setor.

A indústria da Moda tornou-se uma das maiores e mais dinâmicas da economia global. E, junto com ela, vem o aumento da relevância e diversidade das suas questões jurídicas. Por ser uma indústria técnica, sofisticada e em constante expansão, várias especialidades do Direito são demandadas, o que pede que o bom prestador de serviços do *Fashion Law* consiga reunir a expertise necessária para atuar em frentes diversas e dinâmicas (Cury; Rosina, 2018, p.20).

A moda, ao contrário de outros ramos da arte como a música e as artes visuais, não recebe a mesma proteção legal na propriedade intelectual. Embora existam leis que proíbem o plágio e garantem o pagamento aos artistas pelo uso de suas criações, como no caso de músicas e obras de arte, a legislação relacionada à moda apresenta lacunas e pontos desatualizados, dificultando o entendimento, especialmente para quem não é especialista. Segundo Coutinho et al. (2016), a falta de profissionais do Direito especializados no setor e o desconhecimento sobre o processo de arrecadação e distribuição dos valores provenientes do uso de obras intelectuais contribuem para a falta de proteção e benefícios que os artistas deveriam receber.

O ordenamento jurídico não oferece a mesma proteção ao vestuário, tratando os criadores de moda de forma distinta dos demais artistas. Embora os designers de moda invistam meses na criação e desenvolvimento de coleções, envolvendo uma série de processos e recursos, suas criações são frequentemente copiadas em massa por corporações, muitas vezes chinesas, e por lojas de fast fashion. Essas cópias são produzidas sem fiscalização, deixando os designers sem compensação pelo uso de suas criações, o que evidencia a falta de proteção adequada por parte da legislação. Ou seja, não há uma proteção efetiva para a peça de roupa, os detalhes e elementos da costura, assim como as estampas devem ser protegidos, considerando que esses componentes são caracterizadores de uma marca, como o monograma da Louis Vuitton e o xadrez da Burberry.

Dentro da propriedade intelectual destaca-se a propriedade industrial e o direito autoral, são importantes áreas para as invenções da moda e que adiante serão exploradas e exemplificadas.

Cardoso (2018) defende que no cenário atual a moda tem relação com quase todos os ramos do direito, desde o trabalhista, tributário, cível, ambiental, dentre muitos outros que englobam a moda, a autora referencia que o Direito e a Moda unem-se por um elo, como os litígios e as incertezas do *fashion business* que demandam de assistência jurídica para deliberar problemas ocorridos entre empresas, empresa e consumidor, empresa e meio ambiente, empresa e empregado, entre outros.

No Brasil, o "Direito da Moda" é tratado de forma vaga, sem uma legislação específica, sendo amparado principalmente pela Lei de Propriedade Intelectual (Lei 9.279/96) e suas ramificações, como a Propriedade Industrial e o Direito Autoral (Lei 9.610/98). Essas leis regulamentam a proteção das criações na moda, mas não abordam diretamente o tema de forma detalhada. De acordo com as normas brasileiras, o instituto do direito autoral é o que tem melhor relação com o direito da moda, vislumbrando o artigo 22 da lei nº 9.610, "pertencem ao autor os direitos morais e patrimoniais sobre a obra que criou". O artigo 27 da mesma lei traz que "os direitos morais do autor são inalienáveis e irrenunciáveis. Referente aos direitos patrimoniais, estes condizem com a utilização econômica da obra intelectual, conforme o artigo 28 "Cabe ao autor o direito exclusivo de utilizar, fruir e dispor da obra literária, artística ou científica." (Brasil, 1998)

Consoante Mariot (2016) o disposto no artigo 7º da Lei n.º 9.610/98 serve como parâmetro pelos Tribunais Brasileiros para adequar seus pareceres sobre a moda, relativo aos direitos autorais, porém, o desenho industrial aparenta ser o meio jurídico satisfatório para tutelar todas os estágios produtivos da moda, desde a criação, até o surgimento das

modelagens e estampas.

O Direito Autoral consiste em um conjunto de normas legais que protegem a relação entre o criador e o uso de suas obras, abrangendo criações artísticas, literárias e científicas.

Oliveira (2019) concorda que, apesar da moda exercer um encargo utilitário, isso não impossibilita que haja a qualidade artística das criações oriundas desta indústria.

Aqui há um exemplo entre combinação de obra de arte com a alta costura. As obras assimétricas do artista Piet Mondrian servem como inspiração para o renomado estilista Yves Saint Laurent.

Houve um encontro da moda com a arte. Fogg (2013) “Yves Saint Laurent prestou uma homenagem direta ao rigor composicional das pinturas neoplasticistas de Piet Mondrian da década de 1930”. Conforme a autora, no vestido *shift* (reto e sem mangas), o estilista concretiza de forma original o minimalismo, as cores primárias e a geometria do pintor, abordando aspectos característicos do autor e mantendo a singularidade do pintor (Fig. 01).

FIGURA 01: Yves Saint Laurent e seu vestido inspirado em Piet Mondrian.



FONTE: BENEDETTI, 2022.

Tanto na moda, quanto na arte, pode-se englobar um mundo de inspirações, elas andam de mãos dadas para criar trabalhos fantásticos. Um dos objetivos desta pesquisa é justamente esse, demonstrar por meio da exposição da moda, que esta também é uma forma de arte e deve ser acompanhada pela legislação, assim como os artistas (pintores, escritores, compositores, entre outros) também são amparados.

2.1.1 Do direito da propriedade industrial

A Propriedade Industrial refere-se à proteção dos direitos através da concessão de patentes, invenções e modelos de utilidade, além do registro de desenhos industriais e marcas.

Esse sistema também combate a concorrência desleal, com ações que são supervisionadas por órgãos competentes. Em essência, trata-se de um conjunto de direitos que incentiva o registro legal prévio e pune ações ilícitas conforme a Lei 9.279/96. O Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) é a entidade encarregada de efetuar esses registros no Brasil (BRASIL, 1996).

Os Direitos Intelectuais Autoral e Industrial estão correlacionados e encontram-se dentro dos Direitos de Propriedade Intelectual, esses títulos são distintos e para cada caso concreto há uma especificidade definida pelos seus dispositivos, que melhor se adequa ao fato.

A Constituição Federal em seu artigo 5º, inciso XXIX, fundamenta a Lei de Propriedade Industrial (LPI). A Lei tem como base a Convenção de Paris de 1883, em seu artigo 1º parágrafo 2º, conceitua a Propriedade Industrial:

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).

As esferas dos direitos de propriedade industrial são: as patentes de invenção, os modelos de utilidade, os desenhos industriais, as marcas, a concorrência desleal e o *trade dress*.

A Lei de Propriedade Industrial em seu artigo 6º garante ao autor, o direito de propriedade sobre sua criação, através do registro de patente e no artigo 42 da mesma lei, é conferido ao seu titular o direito de impedir que terceiros desfrutem e alienem o produto objeto da patente, sem que haja seu consentimento.

Seguindo o ordenamento jurídico brasileiro, na patente tem-se a presença da invenção e do modelo de utilidade. “Invenção é o ato original do gênio humano”. (COELHO, Fábio, p. 108, 2011). Ou seja, se ocorrer a concepção de algo que ainda não é conhecido, trata-se de uma invenção. O artigo 8º da LPI adverte que necessita da presença dos requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial, para que se caracterize uma invenção.

Barbosa (2002, p.1-2) conceitua os requisitos:

- 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.

A patente de invenção desempenha um papel fundamental na moda, pois garante o direito exclusivo de exploração de uma criação, como demonstra o exemplo da fibra de elastano

da marca Lycra, patenteada em 1959, e a meia-calça de Nylon, patenteada em 1938. Segundo Maia (2016), essas patentes permitem que os inventores ou empresas explorem suas criações por um período determinado, incentivando a inovação ao possibilitar o retorno financeiro pelo investimento feito. Ambos os exemplos foram desenvolvidos pela indústria norte-americana DuPont.

Um modelo de utilidade é uma forma de proteção de propriedade intelectual destinada a invenções que trazem melhorias funcionais em produtos já existentes, mas que não precisam atender aos elevados requisitos de inventividade exigidos para uma patente de invenção.

O prazo para proteção do modelo é de 15 anos, contado da data do depósito no Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

Na moda, a patente de modelo de utilidade protege inovações que aprimoram a funcionalidade de uma peça, como as roupas hidrofóbicas, desenvolvidas pela Universidade Deakin, na Austrália, que repelem água e mantêm o corpo seco (Cunha, 2015).

O desenho industrial ou modelo industrial está previsto no artigo 95 da LPI, refere-se à forma plástica ornamental de um objeto ou ao conjunto decorativo de linhas e cores aplicáveis a um produto, resultando em uma aparência externa nova e original, adequada à produção industrial.

Essas criações buscam fornecer aos produtos e artigos industriais um aspecto novo e que para além de diferenciá-los de outros semelhantes, os torne mais agradáveis pela sua ornamentação e pela forma que se apresentam (Cerqueira, 2010, p. 213).

Ele é o meio eficaz para salvaguardar o design de moda por meio do registro de desenho industrial, focando essencialmente em dois critérios: a novidade e a originalidade. Os desenhos de moda e croquis podem enquadrar-se como desenhos industriais para conseguirem proteção jurídica.

As marcas estão configuradas no artigo 122 da LPI, são “os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais” (Brasil, 1996). “A marca é o designativo que identifica produtos e serviços.” (Coelho, 2011, p. 112).

A marca tem uma notória aplicação no direito da moda, vejamos o artigo 122 da Lei 9.279/1996 e os artigos 125 e 126 da referida lei, que abordam sobre a proteção às marcas de alto renome e as notoriamente conhecidas:

Art. 122. São suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais.

Art. 125. À marca registrada no Brasil considerada de alto renome será assegurada proteção especial, em todos os ramos de atividade.

Art. 126. A marca notoriamente conhecida em seu ramo de atividade nos termos do

art. 6º *bis* (I), da Convenção da União de Paris para Proteção da Propriedade Industrial, goza de proteção especial, independentemente de estar previamente depositada ou registrada no Brasil.

§ 1º A proteção de que trata este artigo aplica-se também às marcas de serviço.

§ 2º O INPI poderá indeferir de ofício pedido de registro de marca que reproduza ou imite, no todo ou em parte, marca notoriamente conhecida (Brasil, 1996).

Marcas de alto renome são aquelas que possuem alta notoriedade entre os consumidores, destacando-se por sua tradição e qualificação no mercado. Elas transmitem um elevado nível de confiança e qualidade, além de possuírem uma boa reputação em relação aos produtos ou serviços que oferecem. Por essa razão, essas marcas são protegidas em todos os setores do mercado, e não apenas no segmento específico em que operam, a fim de evitar a exploração indevida por terceiros.

A validade do reconhecimento de alto renome é de 10 anos, e sua renovação requer a apresentação de informações atualizadas que sustentem a continuidade desse status.

Conforme mencionado, uma marca é um sinal que a identifica, permitindo que o consumidor reconheça um produto ou serviço e o diferencie dos demais. No entanto, uma marca também pode ser percebida através de seu padrão de estampa, como ocorre com a estampa da *Gucci* e da *Louis Vuitton*, pois há uma associação direta entre o padrão do produto e o seu fabricante. Desse modo, o padrão acaba exercendo a função de marca.

No que concerne a concorrência desleal, ela ocorre quando ações ilícitas e censuráveis, são praticadas com o intuito de confundir os consumidores, adquirir lucro e, conseqüentemente, prejudicar os concorrentes. Se comprovada a ofensa do direito de propriedade industrial, o lesado pode ser indenizado. Essa prática não se refere apenas ao objetivo de atrair consumidores, mas sim à forma como esse objetivo é alcançado.

As ações que comprovam a concorrência desleal não são restritas, assim, da margem para um número exacerbado de meios de prova, e ainda assim, a concorrência não é tão prática de comprovação. Atente-se ao exemplo do caso do designer francês Christian Louboutin, que criou o famoso sapato com solas vermelhas e que teve sua ação indeferida pela justiça americana. Louboutin acusou Yves Saint Laurent de "concorrência desleal" e "violação de marca registrada" após a marca lançar sapatos femininos com solas vermelhas, elemento até então associado exclusivamente à identidade da marca Louboutin (France Prece, 2011).

FIGURA 02: À esquerda, o meia-pata da YSL que gerou a polêmica; à direita, modelo peep-toe de Louboutin.



FONTE: BAZAAR, 2012.

Louboutin perdeu a ação, sob o entendimento de que uma cor não poderia ser apropriada como marca no ambiente da indústria da Moda. O Juízo deferiu autorização para a YSL para comercializar sapatos de solado vermelho desde que fossem monocromáticos

Por fim, o conceito de trade-dress (traduzido para conjunto-imagem por alguns doutrinadores e estudiosos do tema), liga-se à aparência, textura, cor e até mesmo ao aroma, ou seja, são todos os elementos utilizados por uma marca, que caracterizam determinado objeto, loja ou serviço (LIRA, 2018, p. 160). A violação do trade dress é um tipo de concorrência desleal que ocorre quando uma empresa imita características de um produto ou serviço de um concorrente.

Andrade (2011) traz alguns requisitos para configuração do conceito. Tem-se a distintividade: para alcançar a proteção, a forma dos produtos deve ser diferente dos seus concorrentes.

Minada (2014, p. 92) expõe que: O trade dress não pode apresentar uma configuração ordinária e trivial com a qual o consumidor já esteja acostumado, sob pena de não exercer sua função precípua de sinal distintivo e, conseqüentemente, não gozar de proteção pela legislação brasileira.

Outra configuração do conceito abarca a Não funcionalidade, Deborah Portilho (2015, p. 191) explana que, se a característica possuir um efeito técnico, ela não é passível de proteção pelo direito marcário, sequer pelo *trade dress*. Esse trecho aborda que elementos com função técnica não podem ser protegidos por marca ou trade dress, pois são resguardados por patentes. Após a expiração da patente, tornam-se de domínio público, impedindo o monopólio de uma função prática por uma única empresa.

No contexto de concorrência, não é permitido proteger elementos puramente funcionais como trade dress, pois isso impediria que outras empresas oferecessem produtos com funcionalidades semelhantes, o que seria considerado uma barreira injusta à concorrência.

O terceiro requisito é a possibilidade de confusão pelo consumidor.

A confusão em relação à fonte se caracteriza pela designação equivocada de origem do produto, ou seja, quando um consumidor acredita que o produto de uma marca, por portar determinado sinal distintivo, originou-se de outra fonte do produto ou serviço característico (Saddi, 2019, p. 57).

O risco de confusão acarreta a perda da função mais relevante da marca que é a distintividade e acaba por não exercer o seu papel jurídico, portanto a expressão confusão/associação quanto à origem deve ser levada em consideração (Moro apud. Murad, 2019, p. 30).

No caso *Victoria's Secret* (Fig. 03) vs. *Monange* (Fig. 04), a marca americana Victoria's Secret processou empresas brasileiras Hypermarcas S/A, Globo Comunicações e Participações S/A e Mega-Marcus, Eli & Gustavo Associados - Mega Models e Agency LTDA, que foi julgada pelo Tribunal do Rio de Janeiro, alegando concorrência desleal no evento "Monange Dream Fashion Tour". A Victoria's Secret afirmou que o desfile utilizou elementos característicos de seu famoso show, como as "asas de anjo", músicas, passarela e modelos semelhantes, o que poderia induzir o público a associar os eventos.

FIGURA 03: *Monange Dream Fashion Tour.*



FONTE: GERALDINI, 2020.

FIGURA 04: *Victoria's Secret Fashion Show.*



FONTE: GERALDINI, 2020.

A juíza Maria da Penha Nobre Mauro, em 1ª instância, julgou um caso de plágio em desfile de moda, no qual estava em disputa o uso de asas de anjos em uma coleção de lingerie. Dessa forma, a autora pleiteava indenização por dano moral, bem como a proibição do uso dos elementos copiados pela parte ré. Além disso, o tribunal reconheceu a concorrência desleal, por conseguinte, determinou tanto o pagamento da indenização quanto a obrigação de não fazer. Por fim, como o voto vencido prevaleceu, os embargos foram providos por maioria, o que reforça a proteção jurídica das criações na moda. O caso de 2011 foi escolhido para destacar a necessidade de maior conscientização do Judiciário sobre a concorrência desleal. A análise da jurisprudência evidencia fragilidades no ordenamento jurídico brasileiro, que ainda carece de uniformidade e consolidação, resultando em divergências entre as instâncias.

2.2 IDENTIFICAÇÃO E TRATAMENTO JURÍDICO DAS PRINCIPAIS INFRAÇÕES NO SETOR DA MODA NO BRASIL: PLÁGIO E CONTRAFAÇÕES

No Direito da Moda, área jurídica voltada para as questões legais da indústria da moda, há uma variedade de infrações que podem ocorrer, desde violações de direitos de propriedade intelectual até práticas de concorrência desleal. Abaixo estão alguns dos principais tipos de infrações que afetam esse setor:

A) Contrafação: Cerqueira (2010, p. 189) conceitua contrafação como “os atos praticados por terceiros que importem violação do uso exclusivo da marca e que constituem infração de registro”.

Eduardo e Rui Caldas Pimenta (2005, p. 164) definem que o termo utilizado para cópia é contrafação.

O caso *Hermès v. 284* envolveu uma disputa judicial entre o grupo francês Hermès International e a empresa brasileira Village 284, julgada na 24ª Vara Cível de São Paulo. A Hermès acusou a Village 284 de concorrência desleal por fabricar e vender uma bolsa semelhante ao modelo *Birkin*, lançado pela Hermès em 1984. Após uma notificação extrajudicial, a Village 284 entrou com uma ação declaratória para afastar a acusação de violação de direito autoral e concorrência desleal, baseando-se na Lei de Propriedade Industrial (Lei 9.279/96).

A 9ª Câmara de Direito Privado do TJ/SP A 9ª decidiu pela proibição da Village 284 de produzir, vender, exportar, entre outras definições bolsas semelhantes às da Hermès.

A Figura 05 ilustra a semelhança entre o produto original — uma bolsa Birkin da marca

Hermès, à esquerda — e uma versão similar criada pela Village 284, à direita, chamada de I'm not the original (em português: não sou original).

FIGURA 05: Bolsa Birkin da marca Hermès, à esquerda e uma versão similar criada pela Village 284, à direita.



FONTE: REDAÇÃO, 2016.

Como a lei nº 9.610/98 não dispõe uma definição para o plágio, seu conceito é determinado pela doutrina. Além disso, o Art. 184 do Código Penal estabelece que violar direitos autorais ou conexos é crime, com pena de detenção de 3 meses a 1 ano ou multa. Caso a infração envolva a reprodução total ou parcial de obra intelectual com intuito de lucro, sem autorização do autor ou detentor dos direitos, a pena é mais severa, sendo de reclusão de 2 a 4 anos, além de multa.

B) Plágio: O plágio alcança as prerrogativas pessoais do autor, fazendo com que o indivíduo que comete o plágio, defina obra alheia como se fosse sua. “*Se se plagia, dá-se como seu aquilo que provém de outro*” (Pimenta; Pimenta, 2005, p. 165).

Segundo Araújo (2018), a cópia é vista como algo nocivo para as marcas, pois compromete o conceito de exclusividade e gera uma percepção negativa em relação ao produto original, levando-o a se tornar obsoleto mais rapidamente. Isso reduz sua vida útil e dificulta que a empresa criadora recupere o investimento feito no desenvolvimento da peça. Um exemplo disso é a tendência da estampa *tie-dye*, que voltou a aparecer em marcas de prestígio no início de 2020 e hoje já está disponível em lojas populares. Esse processo leva a uma certa desvalorização da estampa, à medida que ela se torna algo comum.

No Brasil, contrafação e plágio são conceitos semelhantes, ambos envolvendo apropriação indevida de criação alheia. A contrafação é uma cópia econômica ilícita, visando lucro direto sem ocultar a autoria original; já o plágio apresenta o trabalho de outro como próprio, de forma disfarçada. A distinção entre eles é complexa e depende do contexto de aplicação (Chaves, 1983).

2.3 ANÁLISE DA JURISPRUDÊNCIA BRASILEIRA EM CASOS DE INFRAÇÕES DE PROPRIEDADE INTELECTUAL NO SETOR DA MODA

Serão apresentados casos emblemáticos entre Direito e Moda decididos pelos tribunais brasileiros para aprofundar e exemplificar ainda mais essa temática.

Os casos João Batista Castilhos da Rocha vs. Arezzo e Poko Pano vs. C&A foram selecionados porque são relevantes para as infrações de propriedade intelectual na moda, abordando plágio, concorrência desleal e violações de direitos autorais. Além disso, envolvem marcas de destaque, o que evidencia os desafios jurídicos enfrentados, bem como as lacunas e divergências nas decisões do Judiciário. Dessa forma, a análise desses casos permite avaliar se a proteção legal no setor da moda é eficaz, considerando tanto os aspectos técnicos da legislação quanto sua aplicação prática.

2.3.1 João Batista Castilhos da Rocha *versus* Arezzo

O artesão João Batista Castilhos da Rocha (Fig. 06) processou a AREZZO (Fig. 07) por violação de direitos autorais. Rocha, especialista em marfeteria de couro, alegou que a marca usou suas criações sem permissão após demonstrar interesse inicial em incluir sua obra na coleção primavera-verão 2002/2003. Mesmo após questionamentos sobre seus direitos autorais, não houve acordo formal, e o contato foi interrompido. Mais tarde, Rocha descobriu que suas peças estavam sendo usadas em produtos internacionais da AREZZO, o que ele classificou como "pirataria intelectual".

FIGURA 06: João Batista Castilho da Rocha.



FONTE: Ávilla, 2022.

FIGURA 07: AREZZO.

AREZZO

FONTE: LOGODOWNLOAD, 2019.

João ajuizou uma ação de indenização c/c danos morais e materiais contra a empresa, a fim de ser ressarcido pelos danos sofridos.

A ação de indenização envolveu contrafação e violação de direito autoral, visto que uma empresa reproduziu, sem autorização, desenhos criados por um artesão em couro, aplicando-os em pulseiras e chinelos de sua coleção primavera-verão 2002/2003. Embora a contestação tenha sido intempestiva e tenha ocorrido revelia, a sentença ainda assim analisou a defesa integralmente, de modo que não houve prejuízo processual.

Além disso, o tribunal reconheceu a contrafação, razão pela qual justificou a indenização ao autor. Quanto à fixação dos danos, o dano patrimonial e moral foi arbitrado com base na razoabilidade e proporcionalidade. Por outro lado, a publicação da sentença na imprensa foi considerada desnecessária em razão do tempo decorrido. Ademais, o tribunal concluiu que não houve litigância temerária, enquanto os honorários advocatícios foram fixados no valor máximo de 20% da condenação. Por fim, o recurso foi aceito, o que levou à reforma parcial da sentença.

O caso exposto evidencia a necessidade de garantir uma proteção mais robusta aos criadores, especialmente aos artistas e estilistas independentes, que estão mais suscetíveis a serem copiados por empresas consolidadas no mercado da moda. Essas empresas, por possuírem mais recursos, conseguem obter lucros significativos a partir das criações alheias.

2.3.2 Poko Pano *versus* C&A

Em 2003, a grife Poko Pano processou a C&A pôr copiar uma estampa exclusiva de bonecas em biquínis, vendendo-os a preços inferiores. A sentença reconheceu a originalidade da estampa, protegida por direitos autorais, e destacou que a cópia poderia enganar consumidores e prejudicar a imagem da Poko Pano. Após uma cliente denunciar a cópia, a Poko Pano obteve liminar para impedir a venda dos produtos da C&A, com multa diária de R\$ 10.000,00 em caso de descumprimento. A empresa brasileira argumentou que a estampa era uma ideia de tendência e, portanto, não protegida por lei. A juíza, no entanto, entendeu que a

estampa tinha características únicas e deveria ser protegida. A Poko Pano teve reconhecido seu direito a indenização por perdas e danos.

Em resumo, a Poko Pano afirmou que a C&A violou seus direitos autorais e cometeu concorrência desleal ao utilizar, em seus produtos (Fig. 08), um desenho criado e desenvolvido por sua equipe de profissionais (Fig. 09), disponibilizando-o para venda em suas lojas. Essa prática teria causado grandes prejuízos à empresa. Além dos direitos autorais sobre a imagem da boneca, a autora também possuía um pedido de registro de marca da figura junto ao INPI.

FIGURA 08: Marca figurativa de Le Garage.



FONTE: SOUZA, 2015.

Embora tenha havido recurso, a decisão de primeira instância foi confirmada, condenando a C&A ao pagamento do valor determinado pela juíza. Contudo, as partes, Le Garage e C&A, firmaram um acordo, encerrando assim a disputa.

Dado o exposto, cumpre-se a proposta de expor casos reais da disputa entre Moda e Direito no âmbito dos tribunais brasileiros, facilitando assim uma melhor compreensão por parte do leitor, que ao consumir a pesquisa poderá aprender sobre os vários institutos analisados e assim criar suas próprias concepções acerca do tema.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo explorou a relação entre o Fashion Law e a Propriedade Intelectual, destacando a forma como a legislação brasileira resguarda as criações no setor da moda. Foi possível constatar que, apesar da relevância econômica e cultural da moda, ainda há carência de regulamentação específica, o que leva à aplicação de normas gerais, como a Lei de Propriedade Industrial e a Lei de Direitos Autorais, muitas vezes de maneira inadequada.

A pesquisa demonstrou que desafios como plágio, concorrência desleal e contrafação continuam sendo obstáculos significativos para designers e empresas. A análise de casos práticos revelou avanços na proteção jurídica da moda, mas também evidenciou lacunas e dificuldades na efetivação dessas normas, isso reforça a necessidade de um aprimoramento legislativo e da especialização dos operadores do Direito para que possam atuar de forma mais eficaz nesse mercado.

Diante desse cenário, conclui-se que o Fashion Law deve ser fortalecido como um campo jurídico específico, possibilitando a criação de mecanismos mais adequados à realidade da indústria da moda. Além disso, a modernização das normas existentes e a ampliação do debate acadêmico sobre o tema são fundamentais para garantir maior segurança jurídica, inovação e desenvolvimento sustentável no setor.

Nesse contexto, o Fashion Law surge como um campo jurídico interdisciplinar essencial, reunindo normas do direito civil, penal, contratual, empresarial e, sobretudo, da propriedade intelectual, para acompanhar as transformações e complexidades do setor.

A análise demonstrou que, diante da velocidade com que as tendências surgem e desaparecem, torna-se desafiadora a aplicação das normas tradicionais de proteção autoral. No entanto, ainda que muitas peças não sejam protegidas pela legislação de direitos autorais por não atenderem ao requisito da originalidade, é inegável que a propriedade intelectual especialmente por meio do desenho industrial, das marcas e das patentes cumpre papel central na organização e valorização econômica da moda.

Ficou evidenciado, ainda, que a proteção jurídica adequada é não apenas um instrumento de valorização criativa, mas também de justiça, pois combate práticas como a cópia desleal e o plágio, assegurando a sustentabilidade do setor e a reputação das marcas e estilistas. Dessa forma, a propriedade intelectual não é um obstáculo à efemeridade da moda, mas sim um fator de equilíbrio entre inovação, proteção e liberdade criativa.

Por fim, espera-se que este estudo contribua para a ampliação do conhecimento sobre a proteção das criações na moda, incentivando novas pesquisas e discussões que promovam um ambiente mais justo e equilibrado para os profissionais e empreendedores da área.

REFERÊNCIAS

AUDITA. Brasil tem 104 marcas de alto renome. **AUDITA Acessoria Empresarial**.

Disponível em:

<https://www.audita.com.br/blog/marcas-de-alto-renome#:~:text=14%20jan,Brasil%20tem%20104%20marcas%20de%20alto%20renome,especial%20%2D%20marca%20de%20alto%20renome>. Acesso em: 4 nov. 2024.

ÁVILLA, A. Artesãos falam sobre os desafios da profissionalização. 2022. **Diário Gaúcho**.

Disponível em: <https://diariogauchoclicrbs.com.br/dia-a-dia/noticia/2022/06/artesaos-falam-sobre-os-desafios-da-profissionalizacao-23248097.html>. Acesso em: 21 nov. 2024.

BAZAAR. Yves Saint Laurent encerra batalha judicial com Christian Louboutin. 2012.

BAZAAR BRASIL. Disponível em: <https://harpersbazaar.uol.com.br/moda/yves-saint-laurent-encerra-batalha-judicial-com-christian-louboutin/>. Acesso em: 21 nov. 2024.

BENEDETTI, L. Yves Saint Laurent e seu vestido inspirado em Piet Mondrian, um marco na história da moda. 2024. **UNIVERSO retrô: o passado sempre presente**. Disponível em:

<https://universoretro.com.br/yves-saint-laurent-e-seu-vestido-inspirado-em-piet-mondrian-um-marco-na-historia-da-moda/>. Acesso em: 21 nov. 2024.

BRASIL. **Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências**. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm. Acesso em: 2 nov. 2024.

CONJUR. Hypermarcas deve indenizar Victoria's Secret por concorrência parasitária.

Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2013-ago-19/hypermarcas-indenizar-victorias-secret-concorrenca-parasitaria/>. Acesso em: 5 nov. 2024.

ESTEVÃO, I. M. Conheça a origem das estampas icônicas de 10 marcas de luxo.

METRÓPOLES. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/conheca-a-origem-das-estampas-iconicas-de-10-marcas-de-luxo>. Acesso em: 2 nov. 2024.

FAGUNDES, C. C. **Fashion Law: buscando estruturas jurídicas protetivas para os artesãos brasileiros, criadores de moda no cenário internacional e sujeitos à contrafação**.

109 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Programa de Pós-Graduação em Direito, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Porto Alegre, 2022.

GERALDINI, B. Concorrência Desleal e o Caso Monange Dream Fashion Tour. 2020.

Fashion Law Talks. Disponível em:

<https://fashionlawtalks.wordpress.com/2020/06/24/concorrenca-desleal-fashion-tour/>. Acesso em: 21 nov. 2024.

IBAIXE JUNIOR, J.; SABÓIA, V. Caso Christian Louboutin contra Yves Saint Laurent: nascimento do direito da moda. 2014. **MIGALHAS**. Disponível em:

<https://www.migalhas.com.br/depeso/203478/caso-christian-louboutin-contra-yves-saint-laurent-nascimento-do-direito-da-moda>. Acesso em: 4 nov. 2024.

INTERAÇÃO MARCAS E PATENTES. O que pode ser patenteado junto ao INPI? 2022.

INTERAÇÃO MARCAS E PATENTES. Disponível em:

<https://interacaomarcasepatentes.com.br/o-que-pode-ser-patenteado/>. Acesso em: 3 nov. 2024.

LOGODOWNLOAD. 2019. Disponível em: <https://logodownload.org/arezzo-logo/>. Acesso em: 21 nov. 2024.

MARIOT, G. **Fashion Law: a moda nos tribunais.** 1ª ed. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2020.

MC DONALD, A.; NICIOLI, T. O que é “fast fashion” e quais são os seus problemas? **CNN Brasil.** 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/o-que-e-fast-fashion-e-quais-sao-os-seus-problemas/> Acesso em: 2 nov. 2024.

MELO CAMPOS ADVOCACIA. Aplicação da lei de propriedade intelectual na indústria da moda. 2018. **Melocampos.** Disponível em: <https://melocampos.com.br/2018/10/16/aplicacao-da-lei-de-propriedade-intelectual-na-industria-da-moda/#:~:text=O%20INPI%20j%C3%A1%20concedeu%20tal,contar%20da%20data%20do%20dep%C3%B3sito>. Acesso em: 2 nov. 2024.

MIGALHAS QUENTES. Victoria’s Secret será indenizada por uso de “asas de anjo” em desfile da Monange. 2013. **MIGALHAS.** Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/184549/victoria-s-secret-sera-indenizada-por-uso-de--asas-de-anjo--em-desfile-da-monange>. Acesso em: 5 nov. 2024.

PITA, A. P.; LEAL, L. V. M. **Fashion law: a relevância da proteção jurídica das criações da moda frente ao paradoxo da pirataria.** 2021. Disponível em: <https://www.direitorp.usp.br/wp-content/uploads/2019/06/IFashionLaw-Relevancia-Pita-Leal.pdf>. Acesso em: 4 nov. 2024.

QUINELATO, P. D. Fashion Law: Direito da Moda no Brasil no Âmbito dos Tribunais. **Revista PIDCC**, ano VIII, v. 13, n. 2, p. 252-268, jul. 2019. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/334861699>. Acesso em: 5 nov. 2024.

REDAÇÃO. Mantida decisão que proibiu a 284 de vender bolsas similares às da Hermès. 2016. **Migalhas.** Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/244232/mantida-decisao-que-proibiu-a-284-de-vender-bolsas-similares-as-da-hermes>. Acesso em: 21 nov. 2024.

SACRAMONE, Marcelo Barbosa. *Manual de Direito Empresarial.* 5. ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2024. Acesso em: 23 mar. 2025.

SANTOS, C. F. Fashion Law e proteção das criações de moda pela propriedade intelectual. 2020. **JOTA.** Disponível em: <https://www.jota.info/artigos/fashion-law-propriedade-intelectual>. Acesso em: 3 nov. 2024.

SOUZA, D. P. M. **A propriedade intelectual na indústria da moda: formas de proteção e modalidades de infração.** 2015. 330 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação) – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Coordenação de Programas de Pós-Graduação e Pesquisa, Rio de Janeiro, 2015.