

ASSOCIAÇÃO VITORIENSE DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E CULTURA - AVEC
CENTRO UNIVERSITÁRIO FACOL - UNIFACOL
COORDENAÇÃO DO CURSO DE DIREITO – BACHARELADO

ANDRYARIA VITÓRIA CARDOSO DA SILVA

**UMA ANÁLISE JURISPRUDENCIAL DO CRIME DE PLÁGIO E FALSIFICAÇÃO
NA MODA: e como isso impacta nos produtos**

VITÓRIA DE SANTO ANTÃO – PE
2024

ANDRYARIA VITÓRIA CARDOSO DA SILVA

UMA ANÁLISE JURISPRUDENCIAL DO CRIME DE PLÁGIO E FALSIFICAÇÃO NA
MODA: e como isso impacta no produto

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Direito do
Centro Universitário FACOL -
UNIFACOL, como requisito parcial para
a obtenção do título de Bacharel em
Direito
Área de Concentração: Direito civil
Orientador: Bruno Pimentel

VITÓRIA DE SANTO ANTÃO – PE
2024

M783d

SILVA, Andryaria Vitória Cardoso

UMA ANÁLISE JURISPRUDENCIAL DO CRIME DE PLÁGIO
E FALSIFICAÇÃO NA MODA: Com Isso Impacta no Produto. /
Andryaria vitória Cardoso da Silva./ Vitória de Santo
Antão: UNIFACOL- Centro Universitário Facol, 2024.1.

** f.

Bibliografia

Monografia realizada no Curso de Direito
Orientada pelo Prof. Bruno Pimentel

1. Consumidor; 2. Crédito; 3. História.

I Título.

CDD 744.424





**ASSOCIAÇÃO VITORIENSE DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E CULTURA - AVEC
CENTRO UNIVERSITÁRIO FACOL - UNIFACOL
COORDENAÇÃO DE TCC DO CURSO DE DIREITO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

DEFESA

Nome do(a) Acadêmico(a): Andryaria Vitória Cardoso da Silva

Título do Trabalho de Conclusão de Curso: Uma análise jurisprudencial do Crime de Palgio e Falsificação na Moda: Com Isso Impacta no Produto.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada ao Curso de Direito do Centro Universitário FACOL - UNIFACOL, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Direito.
Área de Concentração: Direito Civil
Orientador(a): *Bruno Pimentel*

A Banca Examinadora composta pelos Professores abaixo, sob a Presidência do primeiro, submeteu o candidato à análise da Monografia em nível de Graduação e a julgou nos seguintes termos:

Professor:

Julgamento – Nota: Assinatura: _____

Professor:

Julgamento – Nota: Assinatura: _____

Professor:

Julgamento – Nota: Assinatura: _____

Nota Final: Situação do Acadêmico:

MENÇÃO GERAL:

Prof. Me. Severino Ramos da Silva
Coordenador de TCC do Curso de Direito

Prof. Me. Maria Paula Latache Ribeiro
de Vasconcelos

Vitória de Santo Antão – PE, ____ de dezembro de 2024.

Dedico o presente trabalho a todos que se mantiveram nessa caminhada, junto comigo, buscando conhecimentos e tratando de nos aprofundarmos cada vez mais.

Dedico também, em especial, a meu orientador Bruno Pimentel, pela paciência e compreensão e por ter se mantido comigo.

Por fim, espero que o presente trabalho possua procedência, portanto dedico também a academia, a todos os estudantes que um dia o possa usar.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar minha sincera gratidão a todas as pessoas que contribuíram para a realização deste trabalho.

Primeiramente, desejo expressar minha profunda gratidão ao meu orientador Bruno Pimentel, pela orientação valiosa e apoio perspicaz ao longo de todo o processo de pesquisa.

A minha madrinha Maria Aparecida, pelo apoio durante toda a jornada acadêmica.

A minha Lili que foi a pessoa que mais me fez rir durante esses cinco anos de curso, se ela não fosse precisar de um advogado no futuro, tenho a total certeza que já teria desistido da faculdade a muito tempo. A filha dela também, Layza por ter me emprestado o notebook diversas vezes, se ela não tivesse no agradecimento nunca mais falaria comigo.

A minha melhor amiga, Maria Eduarda que tá comigo desde o começo, foi a única pessoa que falou que esse ramo do direito não era pra mim, e ela estava completamente certa. A tia Cassia, tenho certeza que se não tivesse destrancado o curso teria me matado, mas antes teria falado dez mil vezes o quanto minha mãe perdeu dinheiro.

A amizade que esse hospício deu, Maria Júlia, obrigada por ter saído diversas vezes da sala pra ficar no corredor conversas e pelo apoio.

A minha família, especialmente a minha mãe, por ter passado esses anos todos pagando minha faculdade.

“Se você quer ser original, esteja pronta para ser copiada” (Coco Chanel, 1922)

RESUMO

O estudo a seguir analisa a área da moda, ressaltando sua rentabilidade e os obstáculos enfrentados durante o processo de criação, destacando também a importância do direito autoral no segmento empresarial. Fala sobre as transformações que essas indústrias sofrem com o decorrer do tempo, além do surgimento do Fast Fashion, que houve uma significativa transformação no cenário da moda, com os consumidores sendo fortemente atraídos por esse novo modelo de negócio. Enfatiza a relevância desse setor para a economia global, bem como a quantidade de indivíduos que encontram emprego devido a essa indústria. Este trabalho procura compreender como a cópia e a falsificação podem impactar de forma negativa as marcas, reduzindo a percepção de exclusividade e prejudicando a reputação, mas também como a exposição a essas práticas pode aumentar a conscientização dos consumidores sobre a importância da autenticidade e valorizar as marcas legítimas. Além disso, ressalta a necessidade de proteção para tais empresas.

Palavras-Chave: Indústria da moda; Plágio; Falsificação e Propriedade Intelectual

ABSTRACT

The following study analyzes the fashion area, highlighting its profitability and the obstacles faced during the creation process, also highlighting the importance of copyright in the business segment. It talks about the transformations that these industries undergo over time, in addition to the emergence of Fast Fashion, which has seen a significant transformation in the fashion scene, with consumers being strongly attracted to this new business model. It emphasizes the relevance of this sector to the global economy, as well as the number of individuals who find employment due to this industry. This work seeks to understand how copying and counterfeiting can negatively impact brands, reducing the perception of exclusivity and damaging reputation, but also how exposure to these practices can increase consumers' awareness of the importance of authenticity and value the legitimate brands. Furthermore, it highlights the need for protection for such companies.

Keywords: Fashion industry; Plagiarism; Forgery and Intellectual property

LISTAS DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIT- Associação Brasileira da Indústria Têxtil e Confecção

CDM- Comissão de Direitos da Moda

CUP- Convenção de união de Paris

DI- Desenho Industrial

IEMI- Inteligência de Mercado

INMETRO- Instituição Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia

INPI- Instituto Nacional da Propriedade Intelectual

LPI- Lei de Propriedade Industrial

OAB- Ordem dos Advogados do Brasil

OCDE- Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico

OMPI- Organização Mundial da Propriedade Intelectual

PCT- Tratado de Cooperação em Patente

TJSP- Tribunal de Justiça de São Paulo

TRIPS- Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 Da MODA E O DIREITO	16
2.1 Da trajetória no âmbito da moda	16
2.2 Da indústria da moda como fator de produção	19
2.3 Da fashion law: o direito aplicado à moda.....	23
3 DOS ASPECTOS ILÍCITOS QUE PERMEIAM O MUNDO DA MODA.....	26
3.1 Do direito de propriedade intelectual na indústria da moda	26
3.2 Da pirataria no sociedade brasileira.....	31
3.3 Plágio.....	35
4 DАCONCORRÊNCIA DESLEAL.....	37
4.1 Da concorrência desleal e o compliance	37
4.2 Dos casos práticos na jurisprudência brasileira	38
4.2.1 hermès X village 284.....	39
4.2.2 loungerie x hope.....	41
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
REFERÊNCIAS.....	47

1 INTRODUÇÃO

Ao longo dos séculos, a moda desempenhou um papel fundamental na expressão da cultura e na identidade pessoal e social. Sua história remonta aos primórdios da humanidade, quando as roupas não só protegiam o corpo, mas também mostravam o status social, a cultura e o poder político. As origens do ensino de moda podem ser encontradas em civilizações antigas, como o Egito e a Mesopotâmia, onde a arte de tecer e confeccionar roupas era uma habilidade transmitida de geração em geração.

Durante o Renascimento Europeu, o estudo da moda passou a se destacar, principalmente entre a aristocracia e os comerciantes emergentes. Nas cortes reais, a moda e etiqueta começaram a ser valorizadas, e o conhecimento sobre tecidos, estilos e etiqueta era transmitido por mentores e tutores. Surgiram tratados que abordavam a moda e vestimenta, estabelecendo padrões de vestuário adequados para diversas ocasiões e classes sociais.

À medida que a sociedade europeia se urbanizava e a classe média ascendia, a instrução formal sobre moda ganhou impulso. E em 1919, surgiu a primeira escola de design de moda do mundo, onde estilistas podiam estudar técnicas de corte, costura e design de roupas. Paralelamente, os primeiros periódicos de moda começaram a circular, fornecendo orientação e inspiração para um público mais amplo.

Mesmo a indústria da moda tendo crescido tanto, foi só em 2006 que o direito da moda surgiu. Mas conhecido como *Fashion Law*, é ministrado pela professora estadunidense chamada Susan Scafidi, que lecionava um curso na *universidade Fordham* na cidade de Nova Iorque, a disciplina falava sobre a falta de proteção legal para criações na indústria da moda. Depois disso, vários países tomaram a iniciativa de aplicar os ensinamentos de Susan, o que acabou tornando a instituição mais reconhecida.

Esse estudo só veio dar surgimento no Brasil em 2011, se solidificando através das questões econômicas do país, com a participação do setor têxtil, por meio da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT). Em 2012 foi lançado uma campanha para proteger a indústria da moda, já que o *Fashion Law* não possui um ramo autônomo do direito, isto significa, que não existe uma legislação específica

para resolver questões desse ramo, desta forma é necessário o estudos do direito ambiental, tributário, penal, civil, empresarial, comércio exterior, dentre outras áreas de conhecimento.

No entanto, uma das áreas mais importante na parte jurídica do estudo do direito da moda é a matéria sobre as propriedades intelectuais, pois é a área que protege os bens mais valiosos de uma marca, sendo nomeado: o nome, padrões impressos, desenho, direito de autor, desenho industrial, marca (primária, gráfica, mista ou tridimensional), designs, domínio de websites, dentre tantos outros, tanto na esfera criminal e civil. A propriedade intelectual se divide em direito autoral e em propriedade industrial.

A propriedade industrial acaba incluindo os modelos de utilidade, patentes de invenção, modelos industriais, marcas de fábrica ou de cosméticos. Tendo como um dos principais objetivos proteger as marcas do mercado, visto que as grandes marcas que são mundialmente conhecidas, são frequentemente plagiadas e falsificadas.

Os plágios e as falsificações são muito comuns no ramo da moda. Só em 2020 o Brasil chegou a perder mais de trezentos bilhões de reais em arrecadação para o comércio ilegal de acordo com os dados da ABIT. A diferença entre produto falsificado e plagiado é que, na falsificação, possuía a intenção de que o produto se passe pelo original, o que pode acabar levando uma confusão aos consumidores. Já o plágio é quando utiliza a produção intelectual de outra pessoa, sem dar os créditos da autoria, sendo que nem sempre ocorre de forma proposital.

Segundo uma matéria divulgada pelo portal G1, no ano de 2022 o Brasil registrou um prejuízo de 453 bilhões devido à comercialização de mercadorias ilegais, revelando assim que a presença de itens falsificados e copiados não apenas prejudica as marcas e desing originais, mas também afeta a economia nacional. Diante desse cenário, o que poderia ser feito para reduzir a prática de falsificação e plágio na indústria da moda brasileira? Uma das possíveis soluções seria o fortalecimento da legislação, isto é, é essencial que as normas relacionadas à propriedade intelectual e direitos autorais sejam atualizadas para impedir novas formas de pirataria, especialmente que vivemos em uma era digital. Além disso, é importante investir em educação e conscientização, uma vez que muitos consumidores desconhecem os malefícios causados pela aquisição desses produtos e desconhecem os métodos de fabricação dos mesmos.

Portanto, a segunda sessão aborda a origem da moda na pré-história, onde os humanos começaram a utilizar folhas e peles de animais para proteger-se das mudanças de temperatura. Foi apenas no século XV que o termo moda passou a ser utilizado, quando igrejas e nobres passaram a influenciar o vestuário das classes mais baixas, estabelecendo leis em relação à quantidade de ouro, tecidos e cores a serem utilizados.

Ainda na parte Inicial da segunda sessão é discutido o papel da moda durante as duas principais guerras mundiais. Durante a Primeira Guerra, as mulheres foram forçadas a adotar roupas de tons escuros e mais curtas devido à escassez de tecidos disponíveis para a confecção de peças de vestuário. Já no contexto da Segunda Guerra Mundial, as meias finas deixaram de ser utilizadas devido ao redirecionamento das fibras têxteis para a produção de materiais voltado para a guerra.

Durante a segunda parte da segunda sessão, o foco é direcionado para a influência econômica da indústria da moda no Brasil. Um estudo denominado *the State of Fashion* revelou que o setor da moda movimenta uma economia de US\$ 2,5 trilhões a cada ano. Apenas no Brasil, são criados mais de 957 mil postos de trabalho graças à moda. Além disso, é discutida a distinção entre alta costura e *Fast Fashion*.

Na última parte da segunda sessão é discutido o surgimento do direito da moda, com destaque para Susan Scafidi, professora da *Fordham University*, responsável por fundar o primeiro programa de *fashion Law* do mundo. A repercussão do programa foi imediata e outros países logo seguiram o exemplo, embora tenha demorado cinco anos para o Brasil adotar a mesma abordagem. No Brasil, o direito da moda ganhou repercussão bem rápido, foi então que Ordem dos Advogados no Brasil (OAB) em 2016 decidiu Fundar no Rio de Janeiro a comissão de direitos da moda.

Na terceira sessão, é abordada a importância da propriedade intelectual, que consiste nas normas de proteção à indústria da moda. O acordo TRIPS foi estabelecido para regulamentar a propriedade intelectual globalmente, quando o acordo chega ao Brasil, inicialmente, o artigo 5º da Constituição Federal era o principal instrumento de proteção dos direitos de propriedade intelectual. Com o tempo, foram criadas leis complementares para fortalecer essa proteção, como a Lei de Propriedade Industrial (Lei 9279/96), que trata de patentes e marcas. Posteriormente, surgiu a Lei de Direitos Autorais (Lei 9610/98), que abrange obras artísticas, literária, domínio da internet, cultura imaterial e programas de computadores.

Na segunda parte da terceira sessão, é discutido o problema dos produtos falsificados, que são adquiridos por muitos consumidores de forma enganosa, aqueles que vendem esses produtos piratas têm o objetivo de fazê-los passar como originais. Esse tipo de crime está se tornando cada vez mais comum, trazendo complicações para as marcas legítimas. Os produtos piratas são comercializados sem autorização e sem seguir os padrões de qualidade estabelecidos pelo instituto nacional de metrologia, qualidade e tecnologia. São produtos que apresentam uma qualidade inferior e podem ser fabricados com ingredientes químicos nocivos.

No final do terceiro sessão é abordado o tema da cópia ilegal, que se caracteriza pela reprodução não autorizada do design de um produto. Esse tipo de crime tem como intuito enganar o consumidor ao fazê-lo acreditar que está adquirindo um produto inovador ou uma nova coleção.

Na última parte desse estudo são apresentados dois casos jurídicos que aconteceram no território brasileiro. O primeiro exemplo abordado foi a situação em que a marca Hermès entrou com uma ação judicial contra a empresa brasileira Village 284, alegando que estava imitando o design de suas bolsas da linha "Birking". Ao final do processo, a empresa Village 284 foi condenada a pagar uma multa diária de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) e, em caso de descumprimento da decisão judicial, o valor estipulado foi de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

O mais recente caso legal a ser analisado no estudo é o processo movido pela empresa Loungerie contra a empresa Hope, alegando que esta teria plagiado a coleção Embrace Lace. Após a decisão do tribunal superior, foi decidido a favor da Hope, negando o pedido de recurso especial e argumentando que os consumidores não seriam capazes de relacionar diretamente as duas coleções.

2 A MODA E O DIREITO

2.1 A trajetória no âmbito da moda

A história da moda tem como origem a pré-história, quando os primeiros seres humanos começaram a usar peles de animais e folhas para se protegerem do frio, calor, chuva e esconderem a nudez. Mas foi só por volta do século XIV que a diferença entre roupas masculinas e femininas começou a surgir, os vestidos passaram a ser utilizados apenas por mulheres, acadêmicos e membros da igreja.

Enquanto os homens utilizavam calças apertadas e blusas que deixavam seus ombros visivelmente mais largos. A renascença ficou marcada na história da moda por representar um período em que os homens e mulheres se preocupavam em destacar certas características do seu corpo. O interesse das mulheres por ter suas cinturas marcadas foi essencial para o surgimento do corpete, que é utilizado até os dias atuais.

As modificações das estruturas da roupa masculina e feminina que impõem a partir da metade do século XIV são traços da estética da sedução. A roupa, diferenciando-se de modo radical entre masculino e feminino, sexualiza a aparência. O costume da moda torna-se um instrumento de sedução. Desenha os atrativos do corpo, rebela e, ao mesmo tempo, esconde a isca sexual, acentua o apelo erótico (Calanca, 2008, p. 77).

Foi por volta do século XV que o termo moda surgiu, com o renascimento europeu as igrejas e os nobres começaram a ter influência em como as classes mais baixas se vestiam. As peças passaram a ser mais refinadas, com atenção em detalhes e enfeites, e com isso começaram a surgir as guildas de alfaiates e costureiras. À medida que os estilos das roupas dos nobres começaram a ser copiadas, as leis começaram a regulamentar a quantidade de ouro, os tecidos e cores que cada classe social poderia usar.

O artesão francês Charles Frederick Worth, foi o responsável por abrir o primeiro ateliê de alta-costura em 1858. O estilista inglês foi o responsável por diversos feitos históricos no mundo da moda, um dos seus principais foi a substituição

dá crinolina pelas anquinhas. Foi através das modelos de Charles que surgiu o corpo ampulheta com os volumes nos ombros e quadris e a cintura fina no período da belle époque. Com toda a revolução que Charles causou no mundo da moda, ficou conhecido como o pai da alta-costura.

Guerreiro (1995, p.10) falou sobre o impacto que a belle époque causou após a primeira guerra:

Quem viveu os horrores da Primeira Guerra Mundial, facilmente sucumbiu ao charme e à *douceur de vivre* que o princípio do século tinha proporcionado. A Belle Époque é esse tempo de projeções nostálgicas, construído retrospectivamente à medida dos desejos de uma geração que tinha assistido à extinção do futuro.

Com a chegada da primeira guerra mundial, a moda acabou sofrendo grandes impactos, com o momento sombrio e traumático que as pessoas estavam vivendo na época, as mulheres foram obrigadas a usar roupas mais curtas e tons sombrios devido à falta de tecido para as confecções das roupas. Os chapéus também acabaram tendo seu tamanho reduzido, o que acabou popularizando o estilo conhecido como “clochê”.

Com a quebra da bolsa de valores e as enormes perdas econômicas, as roupas que eram consideradas luxuosas foram substituídas por um estilo de vestimenta mais conservador que ainda mantinha a sofisticação. Ainda na década de 1930 as calças e roupas esportivas acabaram se tornando mais comuns entre as mulheres. Também foi nessa época que as mulheres começaram a ter o hábito de costurar suas próprias roupas.

Mesmo antes da segunda guerra mundial, a Haute Couture permitia que seus modelos fossem copiados por questões financeiras:

Worth e Poiret não criavam suas coleções de alta costura de olho apenas nos clientes ricos, mas para que fossem copiadas e vendidas em versões muito mais razoáveis em lojas – particularmente nas [norte] americanas. Worth foi o primeiro estilista a pregar etiquetas com seu nome em roupas, para distinguir as “cópias autênticas” das “falsas”; mas, desde os anos 1880, se produziam etiquetas de marca falsas. (Zahar, 2010, p. 140).

Com o início da segunda guerra mundial nos anos de 1939, os uniformes militares começaram a ter influência sobre as produções têxtil, os calçados e as roupas começaram a ter aparência mais pesadas. Foi um período que precisou ter

racionamento de tecidos, com isso as fibras sintéticas, Viscose e raiom passaram a servir como alternativa para substituir os tecidos refinados. Com fim da segunda guerra mundial, veio estilo que foi baseado nos anos de 1860 que acabou sendo marcado pela saia rodada e compreendidas, as cinturas finas, luvas e sapatos de salto alto.

Após a Segunda Guerra Mundial, o desejo de moda expandiu-se com força, tornou-se um fenômeno geral, que diz respeito a todas as camadas da sociedade. (...). Os signos efêmeros e estéticos da moda deixaram de aparecer, nas classes populares, como um fenômeno inacessível reservado aos outros; tornaram-se uma exigência de massa, um cenário de vida decorrente de uma sociedade que sacraliza a mudança, o 24 prazer, as novidades. A era do prêt-à-porter coincide com a emergência de uma sociedade cada vez mais voltada para o presente, euforizada pelo Novo e pelo consumo". (Lipovetsky, 2007, p. 115)

Os anos 1960 ficou lembrado pela liberdade de expressão e pela ruptura dos padrões, as pessoas passaram a usar a moda como meio de expressar a sua liberdade. Os homens e as mulheres tinham como o principal objetivo eliminar qualquer relacionamento com o autoritarismo, que estava presente nos tempos da guerra, essa geração ficou conhecida como "baby boomers". Em resumo, as roupas dessa época eram um estilo rock'n'roll, peças em couros, jeans, calça cigarete e minissaia. Esse período também ficou marcado como a primeira vez que os jovens não se vestiam iguais aos seus pais, o que acabou ligando a juventude e a revolução sexual.

A melhor palavra que descreve a década dos anos 80 é extravagância, o período ficou conhecido com o fim da idealização do movimento hippie, a posição ao consumo desenfreado acabou ficando de lado, consumir as peças de grandes marcas e estilistas fazia a cabeça das pessoas mais jovens. Agora, as mulheres possuíam cargos de chefia em grandes empresas, isso foi um fator essencial para o surgimento de um novo ideal feminino, o vestuário feminino ficou marcado por alfaiataria e ternos. Além das roupas, as indústrias publicitárias incentivaram os jovens profissionais a usarem acessórios como o relógio da Rolex, os mocassim da Gucci e as agendas da filofax. A história da moda viveu um acontecimento importante na década de 1980, quando os clientes e designers se misturaram pela primeira vez em eventos sociais.

Mais especificamente ao movimento hippie, que naquele momento vivenciava a sociedade alternativa - na qual a juventude defendia o amor livre e a não violência - a liberdade do corpo sem repressões, Bivar (1982) destaca a indumentária particular, composta de calças de jeans, pantalonas com boca de sino e, no lugar de camisas e blusas; ambos os sexos usavam batas indianas, introduzindo o estilo unissex. (Castro; Oliveira, 2015, p.29).

Os anos 2000 acabou sendo ditada pela economia e pelo conforto. O estilo que estava dominando a época era *streetwear*, os estilistas passaram a ter menos reconhecimento, o que acabou tornando os nomes das marcas com mais valores e reconhecimento. Os corpos passaram a ficar mais à mostra, a moda passou a ter mais foco para a liberdade individual, desde então tem sido considerado algo de carácter social.

Essas tendências ao longo dos séculos marcaram a história da moda, um dos seus principais fato é que ela se transforma periodicamente. Mas outro acontecimento importante que mudou tudo, inclusive a história da moda brasileira, foi a globalização. Isso facilitou o uso de materiais e tendências de todo o mundo. Não há barreiras, nem fronteiras, então, o consumo passou a ser mais rápido, possuindo a capacidade de negociar com qualquer países.

2.2 Da indústria da moda como fator de produção

A indústria da moda exerce um papel crucial na economia brasileira, sendo o mercado de maior expansão nos últimos tempos, juntamente com o comércio varejista que constantemente quebra recordes. Em 2021, um estudo apontou o Brasil como o nono país com o maior consumo de roupas do mundo. A pesquisa realizada pela Inteligência de Mercado (IEMI) em parceria com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT) (2021) demonstrou que a produção de vestuário cresce cerca de 0,5% a cada ano.

Segundo a fundação Ellen McArthur (2021), declarou que o aumento significativo das vendas per capita em nações desenvolvidas, aliado à expansão da classe média, resultou num crescimento gigantesco na produção de vestuário nos últimos anos. Com consequência, o faturamento da indústria global da moda tem apresentado um incremento médio de 11,4% ao ano.

A Cunha Furlan compartilhou os dados de um estudo realizado em 2023, baseado nos relatórios de 2021 chamados *the State of Fashion*, destacando que a área da moda gerava cerca de US\$ 2,5 trilhões anualmente, representando 2% do Produto Interno Bruto global.

Na economia nacional, deu-se o que foi chamado de Milagre Brasileiro, desencadeando uma atividade econômica acelerada e um mercado de consumo excitado. É nesse momento que começa a ser criado um estilo na moda com um charme brasileiro. A estilista Zuzu Angel ousou utilizando matérias-primas regionais e destacando o tropicalismo, a esportividade e a sensualidade do Brasil – como signos de uma sofisticação despojada. (Catoira; Seixas, 2013, p. 9).

A área da moda desempenha um papel fundamental na economia mundial, não apenas por sua influência cultural e aspecto criativo, mas também por sua relevante participação para os campos de trabalhos. De acordo com a ABIT, em 2022 o Brasil contava com aproximadamente 18 mil empresas atuando no ramo da moda, resultando em 957 mil empregos diretos, o que o coloca como o segundo maior em termos de empregabilidade na indústria de transformação do país.

Está indústria de atividade emprega diversos profissionais, que vão desde designers e costureiros até gerentes de marketing, advogados e especialistas em logística. Além disso, a indústria da moda é altamente globalizada, o que significa que as oportunidades de trabalho se estendem para além das fronteiras nacionais. Muitas empresas do setor possuem cadeias de suprimentos e operações em diferentes países, o que resulta na criação de empregos em outras nações.

A moda É, por definição, uma indústria clássica. Estes profissionais atuam em fabricação de têxteis, nas suas novas padronagens, cores e materiais; passam por confecção e alta costura; visitam o mundo dos sapatos; e alcançam os conceituados projetos de joias brasileiras, mundialmente reconhecidas. (Firjan, 2014, p.14)

De acordo com a última edição da relação anual de informações sociais (RAIS), foi constatado que 56,7% dos funcionários estão alocados em pequenas e médias empresas. Esses dados acenderam um alerta para a Organização Internacional do Trabalho (OIT), que agora planeja intensificar suas fiscalizações devido aos desafios encontrados para aprimorar as condições de trabalho.

No território nacional, diante da pandemia, diversas lojas tiveram que alterar suas táticas de comercialização e algumas optaram por migrar para o ambiente virtual, resultando assim, no destaque do segmento de varejo online como principal impulsionador da economia do país.

Segundo informações divulgadas pelo portal do Estado de Minas, um estudo realizado pela plataforma de cupons de desconto CupomVálido apontou que as cidades mais consumidoras durante a pandemia foram São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Além disso, a NuvemCommerce informou que, mesmo com a inflação que afetou os preços das roupas em 2022, a procura por esses produtos continuou crescendo, apresentando um aumento de 18,02%.

Figura1: Vacinação ajuda varejo de moda



Fonte: trabalho de conclusão de curso de Pablo Henrique dos santos silva

Nos dias atuais, na área da moda, existem duas vertentes distintas: a *fast fashion*, caracterizada pela produção rápida de peças de vestuário em curtos períodos de temp. E por outro lado temos a alta costura, que se destaca por suas criações exclusivas e luxuosas, muitas vezes feitas sob medida e com detalhes exclusivo.

A sociedade do consumo é aquela que pode ser definida por um tipo específico de consumo, o consumo de signo ou commodity sign, como é o caso de Jean Baudrillard em seu livro A sociedade de consumo. Para outros a sociedade de consumo englobaria características sociológicas para além do commodity sign, como consumo de massas e para as massas, alta taxa de consumo e descarte de mercadorias per capita, presença da moda, sociedade de mercado, sentimento permanente de insaciabilidade e o consumidor como um de seus principais personagens sociais (Barbosa, 2004, p. 8).

A expressão Fast Fashion surgiu pela primeira vez em um artigo do New York Times em 1989. De acordo com a Dra. Preeti Arya, esse termo foi introduzido para descrever a inauguração da primeira loja da Zara nos Estados Unidos, trazendo um conceito inovador para a época. A loja promovia a ideia de que era viável criar e disponibilizar peças de roupa em apenas 15 dias, do design até o momento em que os consumidores as colocavam em seus armários.

Os designers que atuam em empresas Fast Fashion são conhecidos como "dupes", uma vez que não desenvolvem suas próprias peças, mas se baseiam em criações de alta-costura. O foco principal dessas marcas é produzir roupas que estejam em alta no momento e disponibilizá-las a preços mais acessíveis. Vale ressaltar que nem sempre as peças "inspiradas" são classificadas como plágio.

Conforme Minsky (1982), a economia passa por constantes transformações em cada ciclo e a instabilidade financeira, que faz parte do sistema capitalista global, é o principal motivo para a ocorrência dos ciclos econômicos. Essa instabilidade surge de maneira interna pelas ações dos agentes econômicos. Um desafio significativo que a indústria da moda tem enfrentado é a pirataria, que tem impacto direto nos consumidores e nos produtos.

2.3 Da fashion law: o direito aplicado à moda

O vínculo entre direito e moda perdura por muitos anos, revelando a evolução dos costumes e da sociedade ao longo dos séculos. Na Roma antiga, por exemplo, surgiram legislações que determinavam a distinção entre as vestimentas das classes sociais, proibindo os plebeus de se vestirem como os nobres, o que era visto como um delito grave. As roupas tornaram-se um símbolo de status e poder naquela época.

Mas só foi no século XVIII, em Lyon, na França, que foi registrado o primeiro pedido de proteção legal no setor da moda. Os fabricantes de seda obtiveram proteção da coroa francesa, enquanto os fabricantes de algodão, linho e cotton passaram a ter proteção da concorrência têxtil britânica, também na mesma década.

Assim, considerava-se que era dever do governo verificar a extravagância nos gastos privados das pessoas, e tais restrições são encontradas em leis atribuídas aos reis de Roma e às Leis das Doze Tábuas. Os censores romanos, que eram responsáveis pela disciplina

ou cura morum, publicaram a nota censória. Nele foram listados os nomes de todos que fossem encontrados com modo de vida culposo ou luxuoso. (Mariot, 2016, p. 21).

Nos anos 90, o mundo da moda passou por uma série de transformações. O mercado global de roupas e acessórios estava em expansão, e o comércio eletrônico começava a ganhar destaque. Com essas mudanças, surgiu a necessidade de lidar com questões legais que antes não eram tão prementes. Além disso, a pirataria de produtos de moda, apropriação cultural, violação de direitos autorais e questões trabalhistas estavam se tornando problemas cada vez mais comuns e complexos.

Com isso, surgiu o *Fashion Law*, que foi criado pela professora e advogada Susan Scafidi, em 2006. Ela fundou o primeiro programa de *Fashion Law* do mundo na *Fordham University*, em Nova York, como uma resposta à crescente necessidade de educação jurídica especializada no campo da moda. Scafidi percebeu que os profissionais da moda estavam buscando orientação legal em algumas áreas como: propriedade intelectual, contratos, regulamentação ambiental, direitos dos trabalhadores, entre outros.

Segundo conceito da professora Susan Scafidi, o *Fashion Law* abarca a “substância legal do estilo”, incluindo os problemas que podem surgir através da vida do vestuário, começando com a ideia original do designer e continuando ao longo do caminho até o guarda-roupa do consumidor. Segundo ela, como curso, o Direito da Moda inclui quatro pilares básicos: a) propriedade intelectual; b) negócios e finanças, subdividindo-se em regulamentação trabalhista, incluindo questões de segurança e sustentabilidade; c) cultura do consumidor; e d) direitos civis. (*university fordham*, 2023, P.30)

Com a crescente popularidade do *Fashion Law* nos Estados Unidos, diversos países ao redor do mundo passaram a se interessar pelo tema. No entanto, foi somente 5 anos após Susan ter fundado o primeiro programa, que o Brasil passou a adotar essa abordagem, quando o país começou a passar por questões legais relacionadas aos direitos autorais e às propriedades intelectuais.

Em 2012, foi lançada uma iniciativa para proteger a indústria da moda, liderado pelo advogado André Mendes, sócio da L.O.Baptista Advogados. Com esse lançamento, o direito da moda foi ganhando mais reconhecimento no Brasil, e um número maior de advogados passou a se dedicar à área, buscando compreender os desafios desta indústria e atender às demandas legais do setor. Além disso, as

instituições de ensino jurídico também passaram a oferecer disciplinas voltadas ao *Fashion Law* em suas grades curriculares.

No ano de 2016, a Comissão de Direitos da Moda (CDM) foi fundada no Rio de Janeiro pela Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), em resposta à crescente importância do direito na indústria da moda no Brasil. Seu principal propósito é abordar questões legais relacionadas às necessidades desse setor. A presidente atual da CDM, Deborah Portilho, explicou em uma entrevista para o site da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecções que a comissão tem como objetivo estabelecer uma conexão entre o direito e a moda, ressaltando as proteções legais disponíveis no Brasil e ajudando os profissionais da área a lidarem com os desafios comuns da indústria.

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).

Com o crescimento e a valorização da indústria da moda no Brasil em âmbito global, as autoridades passaram a se empenhar em regulamentar e resguardar os direitos desse segmento. Foram feitas revisões e adaptações nas leis que tratam de direitos autorais, propriedade intelectual e marcas registradas, a fim de atender às demandas específicas desse setor.

Por isto, a próxima sessão será discutido o tema da propriedade intelectual, e como o Brasil foi impactado pela implementação do acordo *Trade Related Aspects Of Intellectual Property Rights*, pois naquela época não havia legislação para proteger as marcas. Também será abordado como a presença de produtos plagiado e falsificados tem impactado as marcas, e como o consumo destes itens pode prejudicar os consumidores no futuro.

3 DOS ASPECTOS ILÍCITOS QUE PERMEIAM O MUNDO DA MODA

3.1 Do Direito de Propriedade Intelectual na Indústria da Moda

Segundo a Associação Brasileira da Indústria Têxtil (ABIT) (2015) a indústria da moda está em constante evolução, sendo um dos principais faturamento econômico no país. Por ser um mercado tão movimentado acabou surgindo a discussão sobre as criações de moda e a necessidade de proteção através do direito, com o instituto da propriedade intelectual. Tendo como principal conceito o direito de oferecer proteção aos principais responsáveis pelas invenções criadas pela mente humana, seja nos domínios industrial, científico ou até mesmo o artístico.

A organização mundial da propriedade intelectual (OMPI) criado em 1967, define os direitos de propriedade intelectual como a totalidade dos direitos relativos às obras e as interpretações dos artistas, as invenções em todo domínio da atividade humana, a proteção contra a concorrência desleal.

A conferência de Estocolmo determinou que a OMPI deveria empenhar-se em promover a modernização e eficiência da administração das Uniões sem interferir na própria autonomia. A partir de 1974, a OMPI transformou-se num organismo especializado das Nações Unidas, sediado em Genebra com os seguintes objetivos: favorecer a assinatura de acordo de proteção da propriedade intelectual; possibilitar melhorias nos serviços prestados pelas Uniões de Paris e de Berna; prestar assistência técnica aos Estados que a solicitarem; promover estudos e publicações sobre a proteção da propriedade intelectual. (Paesani, 2012, p.3)

Anos depois da criação da OMPI surgiu o acordo de *Trade Related Aspects Of Intellectual Property Rights* (TRIPS) em 1994, que se refere a um conjunto de regras usado para regulamentar o bom funcionamento direitos de propriedade intelectual em nível global. Quando o acordo chegou ao Brasil, não possuíamos uma legislação que protegessem os direitos da propriedade intelectual, portanto havia a obrigação de garantir a efetividade na proteção desse assunto. Apenas o artigo 5º da constituição federal falava sobre essa questão.

Foi só em 1996 que começaram a elaborar um conjunto de normas mais abrangente e completo que regulamenta a propriedade intelectual, a primeira lei a ser criada para auxiliar nesses casos foi a lei de propriedade industrial (lei de nº: 9.279/96) que está relacionado a patentes, desenho industrial, marcas, abrangendo questões sobre concorrência desleal e indicações geográficas. Anos depois, foi promulgada a lei dos direitos autorais (lei de nº: 9.610/98) que engloba as obras artísticas, literárias, domínio da internet, cultura imaterial e programas de computadores. As duas leis tem como objetivo regular e promover o desenvolvimento económico e tecnológico do país e proteger os direitos dos autores nas suas obras.

A criatividade do homem se exerce ora do campo da técnica, ora no campo da estética. Em consequência, a proteção jurídica ao fruto dessa criatividade também se dividiu em duas áreas: a criação estética é objeto do direito do autor; a invenção técnica, da Propriedade Industrial (Silveira, 2012, p. 63).

A lei de propriedade industrial (LPI) surgiu para a proteção legal de invenções, marcas de fábricas ou de comércio, designs, patentes, segredos industriais, desenhos ou modelos industriais, nome comercial e criações intelectuais, ou seja, surgiu com a principal finalidade de prevenir a concorrência desleal.

Os produtos que podem ser protegidos pela LPI acabam variando, mas a lei define claramente nos artigos quais produtos que não podem ser protegidos: Obra de natureza puramente artística que se encontra no artigo 98 da LPI e no artigo 100, inciso I está explícito que as obra contraria os bons costumes e a moral, e no inciso II do mesmo artigo fala que é a forma funcional ou essencialmente técnica.

Alguns advogados acreditam que a propriedade intelectual ainda não possua um conceito específico, mesmo o artigo 2º da LPI trazendo o rol de como pode ser feita a proteção através da propriedade industrial. A convenção de união de Paris (CUP) define em seu primeiro artigo alguns itens que estão sob a proteção da lei de propriedade industrial. Além disso, o artigo 2º da Lei de propriedade industrial fala também sob alguns institutos que abarcam os desenhos industriais, as indicações geográficas, as patentes, os circuitos integrados e as marcas.

A moda não faz furor no mundo intelectual. O fenômeno precisa ser sublinhado: no momento mesmo em que a moda não cessa de acelerar sua legislação fugidia, de invadir novas esferas, de arrebatrar em órbita todas as camadas sociais, todos os grupos de idade, deixa

impassíveis aqueles que têm vocação de elucidar as forças e o funcionamento das sociedades modernas. (Lipovetsky, 1998, p. 09).

O método mais utilizado na proteção intelectual na indústria da moda é o desenho industrial (DI), que possui o seu conceito definido aqui no Brasil pelo artigo 95 da lei de propriedade industrial.

Art. 95. Considera-se desenho industrial a forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial (Brasil, 1996).

O DI é responsável pelo registro de produtos industriais que não se enquadram na categoria de invenções, mas que precisam de registro e proteção por serem composições originais. Cerqueira (2001) acredita que a proteção do desenho industrial se aplica às invenções “aspecto novo que, além de distingui-los de outros semelhantes, os tornem mais agradáveis à vista, já pela sua ornamentação, já pela forma que apresentam”.

Se observa que a proteção conferida pelo registro de modelos ou desenhos se deve ao desenho industrial. Para uma empresa ter autoria do ID de um produto é necessário cumprir com os requisitos do artigo 101 da lei de propriedade industrial que são: a solicitação através de relatórios descritivos, fotografias a serem registrados, indicações, desenhos, comprovante de pagamento de custas e campo de aplicações dos 19 objetos.

É importante destacar que após aprovação do pedido de registro do desenho industrial, ele passa a ser válido por todo o território nacional durante um período de 10 anos, que começa a ser contado depois da data do depósito, podendo ser prorrogado por mais três períodos de 5 anos cada. O artigo 120 da LPI aborda que o titular do registro está sujeito a uma prestação de taxa quinquenal, que pode haver alteração depois do segundo período.

[...] no regime da Propriedade Industrial o prazo de proteção é menor (25 anos, ao todo, no caso de Desenho Industrial) e no regime do Direito Autoral o prazo de proteção é incompatível para as características dinâmicas próprias à obra utilitária (setenta anos contados de 1º de janeiro do ano subsequente ao do falecimento do autor da obra) (Mariot, 2016, p. 87).

Outro instituto que está relacionado com a lei de propriedade industrial é a patente, esse ramo está ligado ao título temporário de proteção que é concedido pelo estado para permitir ao proprietário o direito de explorar comercialmente a sua criação por um determinado período de tempo específico. No Brasil, o Instituto Nacional da Propriedade Intelectual (INPI) é responsável por indeferir ou deferir os pedidos de patente.

Os doutrinadores acreditam que as patentes são divididas em duas formas, sendo a patentes de modelos de utilidade e as patentes de invenções. E o instituto nacional de propriedade industrial acrescentou à patente o certificado de adição de invenção.

A patente de modelos de utilidade se configura como uma espécie de aperfeiçoamento de criações, buscando uma melhoria no funcionamento do uso ou no processo de fabricação, essa patente possui um prazo de 15 anos contando da data de depósito, tendo o seu conceito definido no artigo 9 da lei de nº: 9.279/96. Já no caso da patente de invenções se caracteriza no processo de inovação dos produtos, a validade dele é de 20 anos, que começa a contar da data do depósito. E por último a patente de adição de invenções que aborda a evolução do produto de fabricação.

- Patente de Invenção: Produtos ou processos que atendam aos requisitos de atividade inventiva, novidade e aplicação industrial.
- Patente de Modelo de Utilidade: Objeto de uso prático, ou parte deste, suscetível de aplicação industrial, que apresente nova forma ou disposição, envolvendo ato inventivo, que resulte em melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação.
- Certificado de Adição de Invenção: Aperfeiçoamento ou desenvolvimento introduzido no objeto da invenção, mesmo que destituído de atividade inventiva, porém ainda dentro do mesmo conceito inventivo. O certificado será acessório à patente e com mesma data final de vigência desta. (Instituto nacional de propriedade intelectual, 2020)

Em relação ao registro de patente no Brasil, é permitido que qualquer pessoa jurídica ou física tenha a capacidade de solicitar a patente de sua obra, o pedido precisa ser solicitado ao órgão competente, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

Em relação a solicitação de patente internacional, possuem duas formas: uma delas é por meio do tratado de cooperação em patentes (PCT) esse caso ocorre na invenção de modelos de utilidade. No Brasil, esse tratado visa simplificar a proteção e torná-la mais econômica ao permitir que criações sejam protegidas em vários países simultaneamente por meio de pedidos de patentes internacionais. E a segunda forma é através de solicitação no país onde deseja garantir a proteção da convenção da união de Paris.

A fim de proteger as invenções, foi desenvolvido o sistema de patentes, pelo qual se garante ao inventor o direito de utilização exclusiva da invenção por certo período de tempo. Por meio desse sistema, o inventor tem um privilégio temporário sobre a invenção, isto é, temporariamente há um monopólio da utilização da invenção (Tomazette, 2018, p. 212).

O outro ramo da propriedade intelectual é a lei de direitos autorais que torna-se responsável por proteger as criações literárias e artísticas, sendo a finalidade apreciação estética. Angelo Gamba Prata de Carvalho (2016, p.222) acreditava que "A grande discussão acerca da natureza da moda e de sua relação com a proteção pelos direitos autorais está na verdade, na forma como se estabelecem e se criam as tendências".

No Brasil não é toda obra intelectual que pode ser amparada pela lei de direitos autorais, eles listam as obras protegidas e não protegidas nos artigos 7º e 8º da LDA. Além dos artigos da lei, o direito autoral é regido por diversas convenções e acordos entre os estados do Brasil, como exemplo, a convenção interamericana sobre os direitos de autor em obras literárias, científica e arte, que acabou ficando conhecida como Convenção de Washington (decreto de nº: 26.675/1949) que concede proteção aos direitos autorais sobre qualquer tipo de obras, além de igualdade de tratamento entre autores estrangeiros e nacionais.

Jungmann (2010) afirmava que os direitos autorais consistem em dois tipos de direitos: os direitos patrimoniais, que acaba permitindo a possibilidade do autor de licenciar ou transferir temporariamente ou permanente as suas obras para a exploração comercial. E os direitos morais que também podiam ser considerados como direitos intransferíveis, pessoais e inalienáveis; esse direito se refere ao vínculo que o autor possui com a sua obra, ou seja, não havendo separação entre a obra e o autor.

Também é válido ressaltar que a violação de direitos autorais pode ser de natureza civil ou criminal. A própria Lei de direitos autorais prevê penalidades civis em seus artigos, já no caso do código penal utiliza-se o preceito da norma penal em branco, sendo necessárias um disposto legal extrapenal que a complemente. Sendo assim, a violação de direitos autorais só ocorre quando exigido por lei.

3.2 A Pirataria na Sociedade Brasileira

A pirataria é um fenômeno no ramo da moda que envolve a fabricação e a vendas de produtos não autorizados, que possui a intenção de imitar designs e marcas populares, sem o devido pagamento pelos direitos autorais. Atualmente, essas atividades ilegais estão se tornando mais comuns em todo mundo, o que acaba gerando um desafio significativo para a proteção dos direitos intelectuais e para as marcas legítimas. Nos dias de hoje, este tipo de comércio acaba movimentando mais recursos que o tráfico de drogas, esse crime é financiado principalmente por grandes grupos organizados e máfias internacionais.

A expressão “pirataria” é como ficou conhecida a contrafação, a reprodução não autorizada da obra com fins econômicos, nos termos do artigo. 5º, inciso VII, da Lei n. 9.610/1998, que em seus artigos 104 e 107 define também uma relação de condutas lesivas aos direitos autorais. O Código Penal trata dos Crimes contra a Propriedade Imaterial, nos artigos 184 a 196, e são penalizadas as condutas que visam o lucro, que caracterizam a pirataria em escala comercial. (Pimentel, 2012, p. 276).

À medida que a tecnologia avança, o acesso aos conteúdos piratas acaba se tornando mais acessíveis. De acordo com a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) os produtos comercializados representam 2,5% do comércio global, os principais produtos vendidos são: roupas, calçados, bolsas e cosméticos. A cópia de um produto garante vendas e até produções mais rápidas e significativamente com um custo mais baixo do que os produtos originais. Existem algumas empresas especializadas em cópias e falsificações, algumas operam de maneira que é difícil de determinar se um produto consiste em original ou cópia. Além

dessas mercadorias afetar a economia do país, também acaba atingindo a saúde dos consumidores.

Os produtos contrafeitos representam uma série de riscos para os consumidores, tendo em vista que não estão sujeitos a controles de qualidade adequados que é imposto pelo instituto nacional de metrologia, qualidade e tecnologia (INMETRO) e são frequentemente produzidos com insumos de qualidade inferior, se comparada com os originais. Alguns desses produtos são fabricados com produtos químicos como: chumbo, cádmio, bário e ftalatos.

Vale acrescentar que, como os produtos não são de qualidade, sua vida útil é infinitamente menor; porém, muito pior é que a maioria pode prejudicar a saúde e a segurança do consumidor: produtos que não atendem às normas técnicas, põem em risco a segurança de quem os consome (Santos, 2011, p.13).

Além da violação da propriedade indústria e dos direitos autorais, a distribuição e a produção de produtos ilegais também podem apresentar outros tipos de atividades não autorizadas, sendo um dos mais comum o crime de falsificação. O delito de falsificação caracteriza-se com a qualidade inferior dos produtos e com o preço muito baixo das mercadorias.

É claro que os produtos falsificados são mais baratos, porque não utilizam materiais de qualidade, não pagam tributos, nem sofrem fiscalização. Assim, quando adquirimos um desses produtos, além da pura e simples prática delituosa, corremos riscos, cuja abrangência pode alcançar a saúde e até a vida (Santos, 2011, p.12).

Os produtos falsificados é uma cópia não autorizada de produtos autênticos, que tem como a principal característica a semelhança visualmente com os originais, nas embalagem vem exibindo o logotipo, o design e até mesmo o nome original das marcas. Uma pesquisa realizada pelo procon de São Paulo mostrou que uma grande parte da população que consome itens falsificados são enganadas, ou seja, acham que estão comprando produtos autênticos, mas acabam recebendo uma falsificação.

Outro aspecto que justificativa o consumo desses tipos de mercadoria é baseado na noção de que apenas as mais altas classes sociais possuem acesso aos produtos de marcas, deixando a maioria dos consumidores fora da cultura de

consumo e tornando o acesso a produtos e marcas um status. Que acaba se tornando um privilégio social para uma pequena parte da sociedade.

A falsificação é uma 'solução' de mercado para a frustração de quem deseja consumir um produto ou marca originais e não dispõe de recursos financeiros para pagá-los ou não aceita arcar com tal pagamento integralmente. 'Solução' essa, porém, carregada de imperfeição, polêmica e malefícios (Strehlau; Urdan, 2015, p. 82).

Outro crime que está relacionado a infração de propriedade intelectual é o delito de plágio, esse crime ocorre com o ato de copiar, reproduzir ou imitar de alguma forma não autorizada o designs, padrões, roupas ou outros elementos pessoal de uma marca ou estilista. Com a principal intenção de lucrar ou ganhar reconhecimento sem o devido crédito do trabalho. Para ocorrer o crime de plágio não é necessário ser uma cópia fiel do produto, tendo um elemento-chave da peça já se caracteriza como crime.

O plágio é, ao mesmo tempo, ao mais e algo menos do que a contrafação. Porque mais? Porque o plagiário dá como seu aquilo que, na realidade, não provem dele. Retira de outrem o mérito de sua criação. O contrafator, ao contrário (fazendo-se abstração da hipótese em que ele é ao mesmo tempo um plagiário, porque pode-se ser ao mesmo uma outra coisa), limita-se a reproduzir a obra alheia, ela não a assina. Ele não frustra o autor senão de um benéfico pecuniário (Chaves, 1982, p. 62)

Cardoso (2018, p. 42) falava que o mercado de falsificação é subdividido em:

- A) Bem pirata: aquele que não está enganando o consumidor, é uma cópia tão esdrúxula que não há possibilidade de confusão
- B) Falsificado: seria aquele bem que tem o condão de causar confusão no consumidor ao adquirir um artigo imaginando ser outro e, por fim;
- C) Réplica: o adquirente tem ciência que o produto é falso e ainda assim deseja-o adquirir por se tratar de produto idêntico ao original e usá-lo como se fosse autêntico (Cardoso, 2018, p.42)

Também é válido ressaltar que na falsificação a apropriação indevida de estilos e designs únicos, acaba gerando um impacto negativo na indústria da moda como um todo. Designers investem tempo e recursos para a criação de peças inovadoras e únicas, mas acabam tendo suas obras frequentemente copiadas e vendidas por terceiros.

3.3 Plágio

No campo do direito, não existem leis específicas sobre o direito da moda, mas se você copiar itens semelhantes a itens existentes de outros criadores, isso é considerado plágio. A discussão sobre o que é considerado plágio surge quando a inspiração para um produto é feita intencionalmente para ganho financeiro indevido.

O crime plágio ocorre com o ato de copiar, reproduzir ou imitar de alguma forma não autorizada o designs, padrões, roupas ou outros elementos pessoal de uma marca ou estilista. Com a principal intenção de lucrar ou ganhar reconhecimento sem o devido crédito do trabalho. Para ocorrer o crime de plágio não é necessário ser uma cópia fiel do produto, tendo um elemento-chave da peça já se caracteriza como crime.

O plágio é, ao mesmo tempo, ao mais e algo menos do que a contrafação. Porque mais? Porque o plagiário dá como seu aquilo que, na realidade, não provem dele. Retira de outrem o mérito de sua criação. O contrafator, ao contrário (fazendo-se abstração da hipótese em que ele é ao mesmo tempo um plagiário, porque pode-se ser ao mesmo uma outra coisa), limita-se a reproduzir a obra alheia, ela não a assina. Ele não frustra o autor senão de um benéfico pecuniário (Chaves, 1982, p. 62)

Um dos principais objetivo do plágio é fazer com que o consumidor pense que o produto vendido é inovador, mas é uma cópia do trabalho de outra pessoa com o objetivo de ganhar dinheiro com mais facilidade, com os menores custos e sem investir em potenciais designers.

Apesar do crime de plágio existir há muito tempo mundialmente, o assunto só tornou-se uma questão jurídica no Brasil recentemente, pois há poucas ações judiciais sobre esse assunto nos tribunais nacionais, mas já existem decisões condenatórias sobre o assunto. Nos tribunais, ao tomar decisões, desembargadores e juízes utilizam critérios objetivos para avaliar os casos. Portanto, é levada em consideração as características do produto que está em questão.

Para alguns autores, o plágio pode ocorrer de maneira direta, indireta, com consentimento, do autoplágio e de fonte. O primeiro é uma cópia exata da obra, já no caso da indireta é uma reprodução da obra de diferentes maneiras. O plágio com consentimento indica que foi obtido o consentimento pago ou gratuito do verdadeiro

autor, no quarto caso, diz respeito quando o próprio autor submete a mesma obra a duas pessoas diferentes, diferenciando apenas o título da obra. E por último, o plágio de fonte é explicado pelo uso de textos e citações.

O problema agora é distinguir o plágio da obra nova, isto é, saber até que limite é possível utilizar a obra alheia sem incorrer em plágio; porque, se a utilização for lícita, isto é, ficar aquém deste limite, não haverá plágio, mas obra nova independente e plenamente protegível (Duval, 1985, p. 101).

Atualmente, essas classificações são inquestionáveis, pois abrangem o potencial ilimitado de danos causados por obras plagiadas de cada tipo. Para nós, no que diz respeito à legislação da moda, as cópias de qualidade inferior feitas por concorrentes são consideradas danos materiais pela comercialização do produto, ou mesmo danos morais pela violação de sua criação. Principalmente no que diz respeito à produção em massa realizada por diversas empresas do ramo: como prática muito comum, é necessário proteger o autor de sua criação.

Assim, a próxima sessão discute dois casos legais que aconteceram no Brasil. Um dos casos mencionados é a disputa entre a marca Hermès e a empresa brasileira village 248 em 2010, enquanto o outro caso é mais recente, ocorrido em 2017, envolvendo a empresa Loungerie e a marca Hope. Além disso, essa reunião também aborda questões de concorrência desleal e conformidade legal.

4 CONCORRÊNCIA DESLEAL

4.1 A concorrência desleal e o compliance

As tecnologias emergentes inovaram a maneira como lidamos com os desejos e necessidades das pessoas no mercado. Os novos ideais modernos foram moldados pelas revoluções e mudanças nas práticas comerciais, provocando uma transformação na estrutura econômica. O êxodo rural ocorreu devido à necessidade de comercialização dos excedentes de produção, resultando na reconfiguração dos pequenos centros urbanos, que passaram a desempenhar novas funções.

No entanto, atualmente os modelos de negócios que surgiram não podem ser de forma alguma comparados aos existentes naquela época. É impossível comparar as estratégias comerciais de meio século atrás com as atuais, uma vez que as inovações tecnológicas avançaram significativamente desde o início do século XXI.

A novel realidade de combate à corrupção e à concorrência desleal, assim como a premente necessidade de elevação da confiabilidade e comprometimento da empresa para as suas relações com o mercado deixaram de ser uma tendência para ser estrito dever de ação. (Georges; Paulo, 2019, p.51)

Além disso, os avanços tecnológicos geram informações em plataformas específicas que, por meio do uso de big data, conseguem reunir uma enorme quantidade de dados, possibilitando assim o compartilhamento de informações e a previsão das compras que um indivíduo pode estar interessado em realizar. Esse processo é realizado de forma automatizada. Os dados pessoais coletados pelas grandes empresas são visados por outras companhias em busca de informações, e a comercialização desses dados agora é conhecida como o "novo ouro".

Assim, existe a urgência de processamento de informações pelas diretrizes governamentais, onde o compliance se configura como a maneira pela qual essas diretrizes estabeleceram, ou tentaram estabelecer, a conduta e o tratamento dos dados. A LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados) foi criada para regulamentar as normas sobre dados pessoais, o que resultou na criação da ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados), uma entidade federal que tem a responsabilidade administrativa de proteger esses dados.

Ser compliance é conhecer as normas da organização, seguir os procedimentos recomendados, agir em conformidade e sentir quanto é fundamental a ética e a idoneidade em todas as nossas atitudes. Estar em compliance é estar em conformidade com leis e regulamentos internos e externos. Ser e estar compliance é, acima de tudo, uma obrigação individual de cada colaborador dentro da instituição. (Febraban, 2020, p.11)

A mais, quando surgiu a discussão da concorrência, deve o mercado ter como base esse princípio, contudo há a necessidade de tal concorrência ser legal, as empresas menores não podem, por causa de sistemas que as mesmas não podem suportar, já que para a manutenção de tão grande suporte de dados é necessário ser uma grande empresa, empiricamente vislumbra-se tal ideia, pois apenas as grandes empresas, podem custear a manutenção e o tratamento de dados.

Por isso, não pode o poder público, com sua morosidade, deixar de observar o tema exposto. Há uma demanda sem fim para a manutenção e segurança dos dados.

4.2 Dos casos práticos na jurisprudência brasileira

Pode-se dizer que a legislação brasileira ainda não dispõe de mecanismos de proteção aos designs de moda. Ângelo Gamba Prata de Carvalho (2016, p. 226) fala que, “as obras de artes na França são protegidas apesar de suas funções. Porém, no Brasil e em Portugal existe uma diferença entre valores artísticos e valores utilitários baseados em conceitos doutrinários clássicos”.

Portanto, se houver uma ação judicial brasileira que esteja relacionada aos direitos dos criadores na indústria da moda, as únicas ferramentas utilizadas pelo sistema judiciário brasileiro são a lei de direitos autorais e a lei de propriedade industrial. Mesmo que as violações digam respeito aos direitos ambientais, direitos civis, direitos trabalhistas e entre outros.

Para concluir a crítica apresentada neste trabalho, apresento dois casos em que as decisões seguiram direções diferentes para mostrar que a falta de leis específicas que protejam os direitos da moda pode ter um impacto negativo nas decisões.

4.2.1 Hermès X Village 284

Em abril de 2010 a grife francesa Hermes entrou com um processo contra a empresa brasileira Village 284, que gerou o processo de nº 583.00.2010.187707-5 que foi tramitado na cidade de São Paulo na 24ª Vara Cível. No caso descrito, a empresa village acabou lançando uma coleção de bolsas intitulada como “I’m not the original” que em tese era bem parecida com os modelos de bolsas denominado “Birkin” da grife Hermes.

As bolsas da 284 eram confeccionadas em tecido de moletom, e possuía o nome da coleção escrita na frente, com um preço bem inferior do que as originais, em média cada bolsa da Village era vendida por R\$ 400,00 (quatrocentos reais). Do outro lado da história, temos a grife Hermes que fabrica o mesmo modelo desde os anos de 1984, os produtos da grife francesa são produzidos em couros e na época do processo custava em média R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), atualmente as bolsas dessa coleção está custando em torno de R\$ 84.000,00 (oitenta e quatro mil reais).

Figura 2: Comparação bolsa Hermes (à esquerda) e Village 284 (à direita)



Fontes: Revista Migalhas

Ao tomar conhecimento do fato, a Hermès entrou em contato com a village por meio de uma notificação extrajudicial para a produção e as vendas dos produtos copiados fossem cessados, já que a empresa estava violando os seus direitos autorais. Ao receber a notificação, a 284 entrou com uma ação declaratória contra a Hermès, alegando a ausência de relação jurídica decorrente de supostas relações de direitos autorais e/ou concorrência desleal afirmadas pelos Réus em comunicações extrajudiciais.

A produção é limitada, o design, clássico, e a mão de obra, artesanal. Não é de hoje que as bolsas Hermès são ícones de desejo e inspiração para várias grifes. Nunca uma *it bag* manteve o sucesso durante tanto tempo. Os modelos são distintos e caríssimos. E o mais surpreendente? É preciso entrar em lista de espera para conseguir uma das peças. (Estevão, 2019, online)

Ao ser notificado, a Hermès apresentou a contestação que possuía o pedido de reconvenção, requereu a concessão de tutela antecipada para a village ou qualquer outra empresa fosse impedida de comercializar e produzir produtos que possuísse sua identidade visual.

A sentença deliberou improcedente a demanda declaratória apresentada pela autora/reconvinda, cujo objetivo era obter o reconhecimento da inexistência de uma relação jurídica entre as partes, alegadamente derivada de uma suposta conexão entre direitos autorais e concorrência desleal. Além de ratificar os efeitos da tutela provisória, a autora foi objeto de diversas condenações. Entre essas, destacam-se a determinação para divulgar, em jornal de grande circulação na Capital paulista, os atos praticados, reafirmando a autoria da obra original. Ademais, foi imposta a

obrigação de pagar danos morais decorrentes de sua conduta, correspondentes a 50% do montante a ser apurado a título de danos materiais, cuja quantificação ocorreu por meio de liquidação por arbitramento. Insatisfeita com o desfecho, a Village 284 interpôs recurso de Apelação, porém, a decisão de primeira instância foi mantida.

A farta documentação trazida aos autos não deixa dúvida quanto ao caráter de imitação atribuído aos produtos da autora/reconvinda em relação aos famosos produtos das rés/reconvintes. Tal imitação evidencia-se mesmo no uso da expressão, pela autora/reconvinda, "I am not the original". Trata-se de apropriação indevida de obra alheia, sem que a autora/reconvinda tivesse que fazer qualquer investimento próprio, caracterizando-se a cópia servil, dada a notória similaridade entre as bolsas produzidas pela autora/reconvinda e aquelas produzidas pelas rés/reconvintes. (TJSP, 2010)

Na decisão, também foi afirmado que a peça da Hermès é uma "obra original com características de singularidade e estética, garantindo-lhe proteção conforme a Lei de Direitos Autorais e acordos internacionais que regulam o assunto, dos quais o Brasil é signatário". Foi estabelecida uma multa diária de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) à empresa 284, com limite de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) em caso de descumprimento da ordem de não comercialização da bolsa feita de moletom.

A autenticidade e os investimentos feitos nas vendas, fabricações e nas criações de um produto são elementos cruciais para sua afirmação no mercado. Por essa razão, é justificável proteger tais produtos contra imitações e reproduções descontroladas de itens "inspirados", que têm sido amplamente adotados no mercado, como já evidenciado.

4.2.2 Loungerie x Hope

O próximo caso a ser examinado envolve um processo mais atual que resultou no nº: 1043901-02.2017.8.26.0100, envolvendo as empresas nacionais Loungerie e Hope. Loungerie moveu uma ação contra a Hope, alegando que a empresa teria copiado suas peças da coleção Embrace Lace. Injosa (2021, p.1) fala que "a Loungerie, varejista brasileira de moda íntima, lançou uma linha de produtos chamada

Embrace Lace na coleção 2011. Passado algum tempo, a Hope Nordeste se usou de elementos dessa linha para também criar suas peças”.

Figuras 3: Comparação entre as peças da Loungerie (esquerda) e a Hope (direita)



Fontes: site da loja Loungerie (esquerda) site da Hope (direita)

Para lançar a coleção Embrace Lace, a marca Loungerie precisou estabelecer uma parceria com a Wacoal, uma empresa reconhecida por seu investimento em designs e tecnologia inovadores no mercado. É por esse motivo que a designer responsável pelas peças afirma que as rendas florais estampadas nos produtos são únicas e distintas da marca. Os advogados da Loungerie alegaram em sua petição inicial que a empresa Hope estava comercializando produtos semelhantes da coleção Embrace Lace e ainda alegava que seus produtos faziam parte de uma linha exclusiva.

A ação foi protocolada na 27ª vara cível da cidade de São Paulo no ano de 2017, na fase inicial o juiz decidiu que a marca Hope estava proibida de fabricar e comercializar itens que se assemelhassem aos da coleção Embrace Lace, com prazo de 60 dias para a destruição de todo o estoque da coleção Majestic. Além disso, a empresa deveria indenizar a marca Loungerie por danos materiais e pagar uma multa diária no valor de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais).

Diante da acusação, a Hope defendeu-se afirmando que a ação movida pela Loungerie não possuía fundamentos, uma vez que as rendas florais utilizadas na

coleção Majestic não estavam protegidas por registros de desenho industrial, não violando, portanto, qualquer direito de propriedade industrial ou direito autoral.

O processo foi ajuizado em maio de 2017 perante a 27ª Vara Cível da Comarca de São Paulo. O pedido inicial era pela abstenção da ré de que supostos produtos contrafeitos¹¹ fossem comercializados, além do pagamento de danos materiais e morais. Alegou-se violação ao direito autoral, por força dos arts. 7º, VIII¹⁵ e 1816, da Lei de Direitos Autorais e ato de concorrência desleal com base no art. 195, III e V 17 da Lei de Propriedade Industrial, em razão da publicação informações falsas e a venda de produtos cuja configuração imita as características típicas e exclusivas dos produtos comercializados pela Loungere (Matos, 2022, p. 54)

A segunda instância do Tribunal de Justiça de São Paulo concluiu que os consumidores não seriam capazes de associar diretamente os itens à linha Embrace Lace e que qualquer semelhança entre as duas coleções se devia às tendências do mercado nacional. Dessa forma, alegaram que não houve infração de direitos autorais nem de propriedade industrial.

Ao considerar que não estão protegidas como direito autoral, o recado dos Tribunais é bem claro: aqueles que possuem uma criação nova no segmento, devem fazer o registro no Instituto Nacional de Propriedade Industrial, juntando provas de todos os elementos exigidos para que possa ser considerado este produto um Desenho Industrial. (Inojosa, 2021, p.2)

A Loungerie apelou da sentença do TJ-SP. porém em 2021 o Tribunal Superior de Justiça decidiu a favor da empresa Hope, rejeitando o pedido do recurso especial de nº1.943.690. Os advogados da Loungerie explicaram que a sentença reconheceu a reprodução ilegal das peças. No entanto, por três votos a dois o TJ-SP reverteu a decisão e afirmou que a lei de direitos autorais não se aplica a produtos da indústria da moda, os quais só podem ser protegidos por desenhos industriais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo aborda a área da moda, destacando seu potencial como um mercado lucrativo e os obstáculos enfrentados no processo de criação. Além disso, ressalta a relevância do direito da moda para as empresas atuantes nesse segmento.

Conforme mencionado no início desta pesquisa, a moda tem raízes antigas e se originou desde os primórdios da civilização, quando os primeiros seres humanos utilizavam restos de animais e alguns tipos de folhas para se protegerem das variações climáticas.

Durante o período do Renascimento, as primeiras normas foram estabelecidas para preservar as criações artísticas. Foi nesse contexto que a nobreza e a igreja católica, preocupadas com a possibilidade de as classes menos favorecidas começarem a copiar suas obras, definiram quais cores cada classe podia utilizar, quais tecidos estavam autorizados para os pobres e limitaram a quantidade de ouro que cada indivíduo podia empregar.

A queda das bolsas de valores, conhecido como a Grande Depressão de 1929, foi um momento em que os países foram obrigados a interromper a importação de novos modelos e produtos de outros países para produzir em seu próprio território. James Laver argumentava que uma das principais dificuldades enfrentadas naquele período foi a implementação dos impostos de 90% criado pelas autoridades americanas.

Quando analisamos a economia, é evidente que a indústria da moda desempenha um papel fundamental no cenário global. No Brasil, o setor da moda tem apresentado um crescimento significativo, especialmente impulsionado pelas vendas online. Dessa forma, essa indústria se destaca como uma das principais geradoras de empregos, tendo um impacto importante no desenvolvimento econômico e na cadeia de suprimentos.

Com o avanço da sociedade, a indústria da moda passou por transformações significativas. A produção de roupas mudou, atendendo às necessidades dos consumidores por produtos mais acessíveis e atuais. Isso fez com que algumas

empresas aderissem ao conceito de Fast Fashion, acompanhando o desenvolvimento de novos produtos de forma mais ágil.

O Fast Fashion tem revolucionado a indústria da moda, analisando as preferências do consumidor em relação às marcas de renomadas, a fim de produzir em larga escala peças semelhantes, porém com qualidade inferior e custos reduzidos. As questões enfrentadas pelas empresas de Fast Fashion surgem quando os produtos reproduzidos são cópias dos originais ou quando são comercializados como peças inovadoras de coleções recém-lançadas.

Os impactos da globalização na área da moda são claramente percebidos através da prática da falsificação e cópia. A fabricação em larga escala em âmbito mundial e o comércio eletrônico facilitam a pirataria, questionando a originalidade das marcas. A ligação entre globalização e cadeias de abastecimento internacionais destaca a flexibilidade regulatória de determinadas nações como um ambiente propício para a fabricação de artigos falsificados.

A cópia ilegal continua trazendo consequências graves, afetando de forma negativa os designs, marcas, propriedade intelectual e a economia como um todo. Esse comércio clandestino impacta negativamente as finanças das empresas, e também a economia nacional, como demonstrado por um estudo realizado pela Brasil ilegal em parceria com a federação das indústrias de São Paulo e do Rio de Janeiro, que aponta que o país chega a perder R\$ 453 bilhões anualmente com a venda desses produtos. Além de prejudicar a reputação das marcas legítimas, levando os consumidores a evitarem a compra para não se associarem com camadas sociais mais vulneráveis.

Apesar de ser reconhecido atualmente, o direito da moda ainda não possui uma legislação própria, o que acarreta uma ligação com os outros ramos jurídicos, incluindo o direito ambiental, direito penal, direito civil e o direito do trabalho. Os desafios enfrentados pela indústria ao longo do tempo ressaltam a importância de uma atualização jurídica adequada à sua singularidade e complexidade.

Quando a propriedade intelectual foi introduzida no Brasil, as marcas e designs costumavam proteger suas criações apenas com base no artigo 5º da constituição federal. Com o passar do tempo, foram implementadas a lei de direitos autorais e a lei de propriedade industrial. Os direitos de propriedade intelectual visam regulamentar as obras de natureza utilitárias, patentear e desenhos industriais. Já os

direitos autorais consistem em direitos exclusivos concedidos aos criadores de obras intelectuais. Vale ressaltar que é possível utilizar ambas as leis de forma simultânea.

Com o intuito de combater a pirataria, diversas companhias estão apostando em tecnologia de ponta. Recentemente, foi anunciado que o Mercado Livre iniciou uma campanha para coibir a venda de produtos ilegais em suas plataformas. François, diretor de relações governamentais, enfatiza a importância de ressaltar que eles também sofrem com essas fraudes e golpes.

Diversas organizações adotaram a prática de inserir algoritmos e códigos digitais com o propósito de auxiliar os clientes a confirmar a autenticidade de um item, ao digitalizar o código o cliente é redirecionado para uma página oficial da empresa, cada item possui seu próprio algoritmo único. O líder da Associação Brasileira, Gabriel, enfatiza que, “Uma maneira simples de identificar isso é a discrepância nos preços. Se uma bolsa de luxo está sendo vendida por 10% de seu valor de mercado, isso deveria indicar imediatamente que o vendedor pode estar vendendo produtos piratas”.

REFERÊNCIAS

BEZERRA, Thayse Gabrielly Santos. **ENTRE LIBERDADE E OPRESSÃO**:: modelagens do corpo pelo vestuário feminino. 2015. TCC (bacharel no Curso de Design) - Curso de Design, Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/45689/1/BEZERRA%2c%20Thayse%20Gabrielly%20Santos.pdf>. Acesso em: 12 set 2023

COSTA, Letícia Veras. **O Direito Marcário na Tutela dos Designs de Moda**. 2018. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Universidade Federal de Santa Catarina Centro de Ciências Jurídicas Departamento de Direito, Florianópolis, 2018. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/192576/Monografia%20para%20reposit%3%b3rio%20Let%3%adcia%20Veras_R01.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 09 nov. 2023.

CARLOS, Giovana Luz. **FASHION LAW**. São Paulo: Tmassociados, 2022. Disponível em: <https://www.tmassociados.com/post/fashion-law-a-aplica%C3%A7%C3%A3o-do-direito-na-industria-da-moda>. Acesso em: 20 set. 2023.

CUNHA, Israel Doudement de Albuquerque; FURLAN, Fernando de Magalhães. **A pirataria na indústria da moda e o Fashion Law**. Brasília: Webadvocacy, 2023. Disponível em: <https://webadvocacy.com.br/2023/08/21/a-pirataria-na-industria-da-moda-e-o-fashion-law/#:~:text=Para%20o%20mercado%20em%20geral,produtor%20e%20para%20o%20mercado>. Acesso 20 set 2023

ESQUEMA IMOVEIS. **Histórias que a moda conta**. São Paulo: Esquema Imoveis, 2020. Disponível em: <https://noticias.esquemaimoveis.com.br/evolucao-moda/>. Acesso em: 10 out. 2023.

GONÇALVES, Daniel Patrick Fernandes; ANDRADE, Matheus Lemos de. **MOTIVAÇÕES LEGÍTIMAS PARA A COMPRA DE PRODUTOS FALSOS LADDERING APLICADO À ANÁLISE DA COMPRA DE FALSIFICADOS DEMODA**. 2021. 20 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Faculdade de Administração Milton Campos, Mina Gerais, 2021. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/pensamentorealidade/article/view/54119/39020>. Acesso em: 05 out 2023

GONÇALVES, Renata Pereira. **Conheça a história da moda, sua origem e a evolução pelos séculos**. Goianas: Área Mulher, 2022. Disponível em: <https://areademulher.r7.com/curiosidades/historia-da-moda/>. Acesso em: 03 out. 2023.

HENRIQUE, Pablo dos Santos Silva. **Plágio e falsificação na indústria da moda: o impacto na imagem da marca**. 2023. TCC (GRADUAÇÃO)- Curso de Direito, Centro Universitário de Ensino Superior Dom Bosco, São Luís, 2023. Disponível em: <http://repositorio.undb.edu.br/bitstream/areas/1155/1/PABLO%20HENRIQUE%20DOS%20SANTOS%20SILVA.pdf> / Acessado em: 04 nov. 2023

LIMA, Natália Dias de Casado. **Paul Poiret**: o fim da moda e as mudanças de pensamento do começo do século xx. 2019. Dissertação (Mestrado em história) - Curso de Historia, Universidade Federal do Espírito Santo Centro de Ciências Humanas e Naturais Programa de Pós Graduação em História (Ppghis), Vitória, 2019. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/188513556.pdf>. Acesso em: 06 out 2023

LORENZON, Beatriz Alves. **Aspectos Jurídicos da Moda: O Fashion Law e sua Viabilização para a Dissolução de Conflitos Relacionados à Propriedade Industrial**. 2019. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente, Presidente Prudente/Sp, 2019. Disponível em: <file:///C:/Users/procon.vitoria.AUDIENCIA01/Downloads/8457-67654171-1-PB.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2023.

MACHADO, Giovanna Lazarini. **Da Inspiração à Cópia**: a proteção do design de moda no brasil e na europa. 2019. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Universidade Federal do Rio de Janeiro Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas Faculdade de Direito, Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/11963/1/GLMachado.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2023.

MADEIRA, Mariana. **100 anos de evolução da moda feminina**. Lisboa: Secção de Moda da Escs Magazine, 2021. Disponível em: <https://escsmagazine.escs.ipl.pt/moda/>. Acesso em: 26 set. 2023.

MOISÉS, Maria Luísa Lopes. **Fashion Law**: Classismo e Insegurança Jurídica No Brasil. 2021. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Centro Universitário de Brasília - Uniceub Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - Fajs Curso de Bacharelado em Direito, Brasília, 2021. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/15286/1/Maria%20Mois%c3%a9s%2021707997.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2023.

MATOS, Larissa Pontes Dias. **Os produtos “inspired”**: violações à propriedade intelectual sob a perspectiva do direito da moda. 2022. Monografia (Bacharel em Direito) - Curso de Direito, Universidade de Brasília Faculdade de Direito, Brasília, 2022. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/33134/1/2022_LarissaPontesDiasMatos_tcc.pdf 15 mar. 2024.

MIRANDA, Isaque Moreira. **A Propriedade Intelectual e o Acesso ao Consumo**: O Princípio da Adequação Social Aplicado Aos Crimes Contra A Propriedade Intelectual Na Sociedade Brasileira Do Século XXI. 2023. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2023. Disponível em: <http://bib.pucminas.br:8080/pergamumweb/vinculos/00001d/00001db2.pdf>. Acesso em: 05 abri. 2024.

PRADO, Luís André do. **Indústria do vestuário e moda no Brasil do século XIX a 1960**: da cópia e adaptação à autonomização subordinada. 2019. Dissertação (Mestrado em ciencias) - Curso de Ciências, Universidade de São Paulo Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, São Paulo, 2019. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8137/tde-16102019-145105/publico/2019_LuisAndreDoPrado_VCorr.pdf . Acesso em: 10 out. 2023.

RODRIGUES, Yasmim Pasini. **O Direito Autoral em caso de cópia por Empresas Fast Fashion**. 2022. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Universidade Federal de Santa Catarina Centro de Ciências Jurídicas Departamento de Direito, Florianópolis, 2022. Disponível em:

<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/233091/TCC%20Yasmim%20Pasini%20Rodrigues..pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 26 nov. 2023.

SABATINI, Lorenza. **Fashion Law: a Importância do Direito da Moda**. São Paulo: Ricci Propriedade Intelectual, 2020. Disponível em: <https://riccipi.com.br/fashion-law-a-importancia-do-direito-da-moda/>. Acesso em: 10 out. 2023.

STOCHIERO, Isabela Figueiredo Andrade. **INFRAÇÕES NO DIREITO DA MODA: plágio, contrafação e concorrência desleal aplicados na prática**. 2020. Monografia (Bacharel em Direito) - Curso de Direito, Centro Universitário de Brasília – Uniceub Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais – Fajs, Brasília, 2020. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/14678/1/Isabela%20Stochiero%2021501125%20%282%29.pdf>. Acesso em: 15 out. 2023.

UM GIRO PELA FASCINANTE HISTÓRIA DA MODA. São Paulo: Etiqueta Unica Blog, 2023. Disponível em: <https://blog.etiquetaunica.com.br/um-giro-pela-historia-da-moda/>. Acesso em: 05 out. 2023.