



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS
DEPARTAMENTO DE DIREITO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

Camila de Souza Mathias

PROTEÇÃO DE DIREITOS AUTORAIS DE MARCAS *SLOW FASHION*: FORMA DE
SEGURANÇA JURÍDICA NO COMBATE À PIRATARIA NO MERCADO DA MODA

Florianópolis
2023

Camila de Souza Mathias

**PROTEÇÃO DE DIREITOS AUTORAIS DE MARCAS *SLOW FASHION*: FORMA
DE SEGURANÇA JURÍDICA NO COMBATE À PIRATARIA NO MERCADO DA
MODA**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Direito do Centro de Ciências Jurídicas da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientador(a): Prof. Orlando Celso da Silva Neto.

Florianópolis

2023

Mathias, Camila de Souza

Proteção de Direitos Autorais de marcas slow fashion :
forma de segurança jurídica no combate à pirataria no
mercado da moda. / Camila de Souza Mathias ; orientador,
Orlando Celso da Silva Neto, 2023.

79 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências
Jurídicas, Graduação em Direito, Florianópolis, 2023.

Inclui referências.

1. Direito. 2. Direito da Moda. 3. Direito da
Propriedade Intelectual. 4. Direitos Autorais. I. da Silva
Neto, Orlando Celso. II. Universidade Federal de Santa
Catarina. Graduação em Direito. III. Título.

Camila de Souza Mathias

Proteção de Direitos Autorais de marcas *slow fashion*: forma de segurança jurídica no combate à pirataria no mercado da moda.

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do título de Bacharela e aprovado em sua forma final pelo Curso de Direito.

Florianópolis, 28 de novembro de 2023.

Coordenação do Curso

Banca examinadora

Prof. Orlando Celso da Silva Neto
Orientador(a)

Amanda de Medeiros Zimmermann
PPGD/UFSC

Paulo Vitor Petris Tambosi
PPGD/UFSC

Florianópolis, 2023

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à Deus por ter me presenteado com força e coragem para superar um ano tão desafiador.

À Universidade Federal de Santa Catarina por possibilitar e concretizar o que sonhei durante toda a vida: uma graduação de excelência, pública e gratuita. A educação transforma e prospera vidas, assim como fez com a minha.

À minha mãe, Janaina de Souza, e ao meu padrasto, Marcelo Augusto Fernandes, pelos ensinamentos sobre o valor da educação e por nunca terem medido esforços para que eu tivesse acesso às tantas oportunidades que surgiram pelo caminho. Obrigada, Mãe, por ter sido sempre tão amorosa e companheira, com você nunca me senti só. Obrigada, Marcelo, por ter escolhido caminhar e permanecer conosco. Vocês foram os pés com os quais caminhei até a conclusão do curso - e durante toda a minha vida.

Ao meu pai, Gilmar Mathias, que também sempre esteve ao meu lado e auxiliou na modulação dos valores que me guiam.

Aos meus irmãos, Clara de Souza Fernandes, Lucas de Souza, Luis Felipe Mathias e Leticia Mathias, pelo apoio e companhia de sempre. A vida sempre foi mais feliz na presença de vocês.

À minha primeira grande amiga, Gabriela Guimarães, pela longa e verdadeira amizade de mais de 16 anos, compartilhando as dores e delícias de simplesmente ser, cada uma à sua maneira, ao longo de quase toda a nossa vida. Não importa quantos anos passem, tudo sempre permanecerá igual.

Às minhas melhores amigas e companheiras de graduação, Geovanna Mangea, Joana Carvalho, Leticia Brognoli, Luna Dantas e Tayane Teixeira, por terem dividido o peso do caminho e dado ainda mais sentido à jornada mais importante da minha vida. Vocês foram o maior presente que a Universidade me ofereceu, nossa amizade é um afago na vida e na alma. Um agradecimento especial à Luna, pela leitura e revisão deste trabalho com tanto carinho, e à Jo, pelas infinitas conversas e visitas aos milhares de cafés de Florianópolis para fazer companhia à escrita uma da outra.

Aos demais amigos, que com tanta parceria tornaram tudo mais feliz: Clara, Luiza e Paula, junto com a Jo, pelas trocas no grupo sobre TCC; Rogério Berfran e Lucas Martins, pessoas especiais que surgiram ao longo de 2023, pelas sessões de

incentivo e coragem, que carinhosamente me auxiliaram a concluir essa pesquisa com mais bom humor e eficiência; e uma menção honrosa ao grupo Largados, que com seus 19 integrantes, sendo impossível nomear um a um neste momento, me presenteou com os anos mais felizes e divertidos da minha vida.

Por fim, agradeço aos professores do curso de Direito da UFSC, na pessoa do meu querido orientador, Prof. Orlando, por ter aceitado supervisionar este trabalho e por exercer a vocação da docência com tanta maestria. Ainda, agradeço à banca, composta pela Amanda e Paulo, que gentilmente aceitaram o convite para avaliação desta pesquisa.

“O mundo estaria muito melhor se todos adquirissem objetos mais simples e em menos quantidade. Se se dessem ao trabalho de escolher esses objetos por sua beleza real, tomando naturalmente cuidado em adquirir objetos de boa qualidade, preferindo naturalmente poucas coisas bem feitas, e feitas por operários bem pagos, a muitas coisas feitas por operários mal remunerados.” (Marshall, 1890)

RESUMO

A presente pesquisa dedica-se a analisar a viabilidade e a eficácia da aplicação da proteção de Direitos Autorais a itens de moda, com foco nas criações de marcas posicionadas como *slow fashion*, diante de casos de plágio e pirataria. Nesse sentido, o trabalho buscou responder a problemática "É possível estender a proteção de Direitos Autorais aos itens de moda, garantindo maior segurança jurídica às marcas *slow fashion* no combate à pirataria?". Para tanto, realizou-se uma análise bibliográfica com base em obras de autores nacionais e internacionais que versam sobre Propriedade Intelectual, Direitos Autorais, Direito da Moda e Sustentabilidade, bem como pesquisas científicas e casos judiciais pertinentes ao campo. De início, o estudo traçou um histórico sobre a interseção entre Direito e Moda, além do contexto socioeconômico global que culminou no surgimento dos dois opostos relevantes no segmento da moda: o *fast* e o *slow fashion*. Ademais, a pesquisa atentou-se aos conceitos de pirataria, plágio e inspiração, além das implicações de cada tipo de conduta no ecossistema comercial, sobretudo das que incidem sobre marcas *slow fashion*, cuja relevância é o cerne da pesquisa. Por conseguinte, o estudo apresentou as vias de proteção disponibilizadas pelo ordenamento jurídico brasileiro, no tocante à propriedade intelectual. Ainda, explicitou as semelhanças e diferenças entre propriedade industrial e direitos autorais. Por fim, o estudo apurou as possibilidades de adequação da proteção de direitos autorais, sob a ótica do registro de obra intelectual, enquanto ferramenta de prova de anterioridade na busca por reparação de danos em casos de plágio e pirataria. Nesse sentido, através da análise de casos julgados em três tribunais brasileiros (TJDFT, TJSP e TJRJ), a pesquisa concluiu que os itens de moda podem ser tutelados pela Lei de Direitos Autorais e que o registro de obra intelectual pode representar uma interessante ferramenta na constituição de prova de autoria, facilitando a busca por reparação dos danos sofridos, visto que representa um importante marco de anterioridade, tornando, por exemplo, acessória a realização de ação de produção antecipada de provas para constatar a ocorrência do plágio, minimizando a onerosidade excessiva sobre a marca lesada - que geralmente já sofre com desafios de competitividade e problemas com concorrência desleal - e os cofres públicos.

Palavras-chave: Direitos Autorais; Direito da Moda; Slow Fashion; Fast Fashion; Direito da Propriedade Intelectual.

ABSTRACT

This research is devoted to analyzing the feasibility and effectiveness of applying Copyright protection to fashion items, focusing on creations by brands positioned as slow fashion in the face of cases of plagiarism and piracy. In this regard, the study sought to answer the question, "Is it possible to extend Copyright protection to fashion items, ensuring greater legal security for slow fashion brands in combating piracy?". To this end, a bibliographic analysis was conducted based on works by national and international authors on Intellectual Property, Copyright, Fashion Law, and Sustainability, as well as scientific research and relevant judicial cases in the field. Initially, the study traced a history of the intersection between Law and Fashion, along with the global socioeconomic context that led to the emergence of two significant opposites in the fashion segment: fast and slow fashion. Moreover, the research focused on the concepts of piracy, plagiarism, and inspiration, and the implications of each type of conduct in the commercial ecosystem, particularly those affecting slow fashion brands, which are the core of this research. Subsequently, the study presented the protection avenues provided by the Brazilian legal system concerning intellectual property. It also elucidated the similarities and differences between industrial property and copyright. Finally, the study examined the possibilities of adapting copyright protection, from the perspective of registering intellectual work, as a tool for proof of authorship anteriority in seeking damage repair in cases of plagiarism and piracy. In this sense, through the analysis of cases judged in three Brazilian courts (TJDFT, TJSP, and TJRJ), the research concluded that fashion items can be protected under the Copyright Law, and that the registration of intellectual work can represent an interesting tool in establishing proof of authorship, facilitating the search for damage repair, as it represents an important benchmark of authorship anteriority. For example, it makes the execution of an action for anticipatory evidence production ancillary to ascertain the occurrence of plagiarism, minimizing excessive burdens on the affected brand - which usually already struggles with competitive challenges and issues with unfair competition - and public finances.

Keywords: Copyright; Fashion Law; Slow Fashion; Fast Fashion; Intellectual Property Law.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Comparativo Jouer Couture X Shein	33
Figura 2 – Certificado de Patente de Modelo Industrial nº 05891/1966	44
Figura 3 – Requerimento de Desenho Industrial DI 6801413-9	44
Figura 4 – Birken, Hermès x I'm not the original, Village 284	60
Figura 5 - Certificado de Registro de Direitos Autorais da designer Lica Vincenzi	63
Figura 6 - Comparativo entre as peças LOLITTA e Esmeral	65

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIT	Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção
BN	Biblioteca Nacional
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
DA	Direitos Autorais
DI	Desenho Industrial
ECAD	Escritório Central de Arrecadação e Distribuição
GRU	Guia de Recolhimento da União
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
LDA	Lei de Direitos Autorais
LPI	Lei da Propriedade Industrial
OMC	Organização Mundial do Comércio
PCT	Tratado de Cooperação em Matéria de Patentes
TJDFT	Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios
TJRJ	Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro
TJSP	Tribunal de Justiça de São Paulo
TRIPS	Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	PANORAMA GERAL SOBRE FASHION LAW	16
2.1	HISTÓRICO SOBRE A INDÚSTRIA E O DIREITO DA MODA	17
2.1.1	Conceitos, diferenças e relação entre empresas posicionadas como slow e fast fashions	24
2.2	PIRATARIA VERSUS INSPIRAÇÃO	28
2.2.1	O movimento #SHEINStoleMyDesign: Jouer Couture e outros casos de plágio	32
3	A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NO CENÁRIO BRASILEIRO	36
3.1	ASPECTOS RELEVANTES SOBRE PROPRIEDADE INDUSTRIAL E DIREITO AUTORAIS NO ORDENAMENTO BRASILEIRO	39
3.1.1	Registro de Patentes, Desenho Industrial e Marcas	41
4	REGISTRO DE OBRA INTELECTUAL: MARCO DE ANTERIORIDADE E FERRAMENTA DE IMPACTO NA SEGURANÇA JURÍDICA	51
4.1	A IMPORTÂNCIA DA CONSTATAÇÃO DE ANTERIORIDADE DE DIREITOS AUTORAIS SOB A ÓTICA DO DIREITO DA MODA	53
4.2	ANÁLISE DA PROTEÇÃO DE DIREITOS AUTORAIS SOBRE CRIAÇÕES DE MODA COMO FORMA DE SEGURANÇA JURÍDICA NOS TRIBUNAIS BRASILEIROS	57
5	CONCLUSÃO	69
	REFERÊNCIAS	71

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, tem se observado uma crescente preocupação com a sustentabilidade e o consumo consciente em diversos setores da economia, inclusive no segmento da moda. Em contrapartida, também tem aumentado o número de cópias ilegais de criações de moda por parte de empresas, geralmente adeptas ao *fast fashion*, que se apropriam indevidamente do processo criativo de outras marcas e criadores.

Nesse contexto, surge a necessidade de proteger as criações das marcas posicionadas como *slow fashion* por meio da tutela de Direitos Autorais, a fim de facilitar o combate à pirataria e, quando necessário, a reparação de danos causados por violações de propriedade intelectual.

Sob esta ótica, o presente estudo se propõe a explorar as interseções entre a indústria da moda, a lei e os impactos sociais e ambientais associados, no contexto brasileiro e global. Ainda, a pesquisa parte da premissa que o Direito da Propriedade Intelectual pode ser um elemento protecionista importante para o desenvolvimento e a sobrevivência de empresas de vestuário posicionadas como *slow fashion* no Brasil, cuja nomenclatura identitária foi criada em 2004, por Angela Murrills, escritora da revista canadense Georgia Straight. O termo, também conhecido como moda lenta, representa um modelo de negócio essencialmente voltado à sustentabilidade e em repulsa às práticas de produção desenfreada. Geralmente, as empresas adeptas ao *slow fashion* utilizam materiais de maior qualidade, possuem maior apreço à cadeia produtiva e, ainda, preocupam-se com a sustentabilidade e a proteção ao meio ambiente.

Assim, esta monografia pretende analisar a viabilidade e eficácia da proteção de direitos autorais sobre as criações de moda, produzidas sobretudo por marcas posicionadas como *slow fashion*, para fins de celeridade na reparação de danos por ofensa à propriedade imaterial e combate à pirataria. Serão abordados conceitos fundamentais de propriedade intelectual, como os institutos previstos na Lei de Propriedade Industrial e noções sobre direitos autorais, bem como os precedentes sobre o contexto social e econômico atual que tem gerado a necessidade de proteção do processo criativo na moda.

A relevância deste trabalho reside na escassez de literatura nacional acerca do recorte escolhido: utilização da proteção de direitos autorais como fator de

celeridade na reparação de danos por violações de propriedade intelectual de marcas *slow fashion*. Dessa maneira, a investigação aprofundada acerca das vias de proteção de Direitos Autorais no Brasil demonstra-se necessária, a fim de fomentar o amparo legal e o crescimento empresarial em favor do seio da referida indústria: a criação.

A metodologia adotada, por sua vez, compreende a aplicação de uma análise baseada em fontes bibliográficas e documentais de relevância, através do método dedutivo. Essa análise abrangerá obras de autores nacionais e internacionais que versem sobre Direitos Autorais, Direito da Moda e Sustentabilidade, bem como pesquisas científicas pertinentes ao campo. A análise também se estenderá à compreensão das nuances legais que regem essa relação, dentro e fora do território brasileiro, através do estudo de fontes legislativas e processuais sobre Registro de Direitos Autorais, Plágio, Pirataria e outras questões sobre o Direito da Propriedade Intelectual.

Dessa forma, o primeiro capítulo da pesquisa versará sobre o histórico que culminou na dicotomia entre os dois modelos de negócio tão antagônicos: o *fast*, baseado em tendências e em produção acelerada para consumidores despreocupados com qualidade ou valor agregado, e o *slow*, focado em um público que avalia o que consome e que busca por qualidade, originalidade e produção sustentável. Ainda, analisará fenômenos como os produtos *inspired* e o surgimento da pirataria, bem como as consequências sociais e econômicas de tal prática - que no Brasil é tipificada, inclusive, criminalmente.

O segundo capítulo, por sua vez, tratará da proteção sobre a propriedade intelectual disponível no ordenamento jurídico brasileiro. Para isso, será realizada uma análise sobre a diferença entre as áreas de Direito da Propriedade Industrial e Direitos Autorais, além de abordar os aspectos gerais dos registros de propriedade industrial disponibilizados pela Lei de Propriedade Industrial, a serem depositados no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).

Por conseguinte, o último capítulo da pesquisa buscará analisar a viabilidade da proteção de Direitos Autorais de itens de moda, através do registro de obra intelectual, como fator de celeridade e economia processual, diante da constatação de pirataria e necessidade de reparação de danos. Nesse sentido, tal exame será realizado sobre casos julgados por três tribunais brasileiros: TJSP, TJDF e TJRJ.

Através desse processo, o estudo contribuirá para o debate sobre a relevância da proteção de direitos autorais às criações de moda, especialmente para marcas posicionadas no segmento *slow fashion*.

2 PANORAMA GERAL SOBRE *FASHION LAW*

Para além dos aspectos jurídicos, a moda compõe um amplo espectro, ou seja, um conglomerado de áreas do conhecimento como Filosofia, Sociologia, Psicologia, Economia e História. Moda, portanto, é "um código visual que, entre outras coisas, expressa uma identidade, revela o estilo, e o status social, individualiza, agrupa e personifica." (Cardoso, *apud* Alves, 2021, p. 5). Nesse sentido, conforme Alves (2021, p. 18), a compreensão da história da moda demonstra-se relevante para analisar as interferências do vestuário nas relações sociais, através da produção e do consumo.

A interseção entre moda e lei, por sua vez, sempre existiu, diante das complexidades inerentes à indústria que envolvem direitos autorais, marcas, contratos, entre outros aspectos. Dessa forma, os Estados Unidos sediaram o nascimento da formalização do *Fashion Law*, tendo como personagem principal a advogada Susan Scafidi, fundadora do *Fashion Law Institute*, na *Fordham Law School*.

O instituto criado por Susan é o primeiro centro de estudo e ensino sobre Direito e negócios da moda no mundo (*Fashion Law Institute*, c2020), o qual oferece treinamentos para advogados, designers e empresários, bem como assistência jurídica e corporativa para a indústria da moda. A fundadora, em 2010, foi pioneira ao sinalizar a crescente necessidade de estudar a moda sob uma perspectiva jurídica específica. Reconhecendo a demanda sobre a convergência entre moda e lei, a instituição não apenas solidificou o reconhecimento do *Fashion Law* como um campo legítimo de estudo jurídico, mas também tornou-se um recurso vital para designers, executivos e advogados que operam no segmento.

Nesse sentido, a ótica da advogada norte americana foi além do mero entendimento técnico das leis, pois ao enfatizar a importância da compreensão cultural e histórica da indústria de vestuário, aplicando-a no cenário jurídico, promoveu uma variedade de ações educacionais destinadas a orientar profissionais sobre as nuances específicas dos desafios legais enfrentados pela indústria da moda. Infere-se, portanto, que a atuação de Susan Scafidi e a fundação do *Fashion Law Institute* foram grandes marcos divisores não somente no cenário jurídico norte-americano, mas mundial, uma vez que proporcionaram uma base acadêmica

para a evolução do setor, atendo-se, inclusive, às constantes mudanças e às complexidades de um segmento tão globalizado.

Ainda, em consonância com o que aduz Alves (2021), embora o termo *Fashion Law* esteja amplamente difundido, a presente pesquisa adotará o mesmo posicionamento da autora e utilizará a sua tradução livre, isto é, Direito da Moda. Assim como no restante do mundo, o setor no Brasil cresce a cada dia e demonstra grande potencial de evolução, portanto, a adoção do termo em língua nacional democratiza e facilita a propagação do conhecimento, bem como valoriza a soberania nacional:

"O estudo do Direito com a Moda vem-se tornando uma tendência mundial, e cada país utiliza-se da terminologia de sua língua pátria, por exemplo, na Espanha, Derecho y Moda; na Itália, Legge dela Moda; na França, Droite de la mode; dentre outros, e em nenhum desses figura em seus planos de ensino universitários o termo em inglês, exceto Brasil e Portugal. No âmbito brasileiro, espera-se influenciar o abandono de tal americanização, por restar o idioma português como objeto constitucional no Brasil, o que é assentado no art. 13 da CFRB de 1988, que aduz: "a Língua Portuguesa é o idioma oficial da República Federativa do Brasil"." (Alves, 2021, p. 39)

Todavia, antes de discorrer sobre os conceitos de Direito da Moda que possuem maior relevância para a presente pesquisa, importa destacar a construção histórica e social da indústria da moda, no âmbito brasileiro e mundial.

2.1 HISTÓRICO SOBRE A INDÚSTRIA E O DIREITO DA MODA

O simples ato de vestir-se, desde os tempos mais antigos, sempre foi atravessado por escolhas que ultrapassam a necessidade de preservação humana. Conforme Richter (2021, p. 20), "o uso de vestimentas remonta ao início da civilização, quando os homens passaram a confeccionar roupas por necessidade, para proteger o corpo do frio ou do calor, para se distinguir de uma determinada tribo, e até como forma de pudor."

No entanto, a moda, mesmo que enquanto fenômeno inconsciente e não estruturado, desempenhou papel social significativo nas civilizações primárias. No Egito Antigo, por exemplo, estava presente nas cerimônias religiosas, nos rituais funerários e nas atividades diárias, com as vestimentas dos faraós e da nobreza frequentemente decoradas com joias e tecidos especiais, como o linho e as pregas, elementos escolhidos pela elite não apenas por sua funcionalidade, mas pela capacidade de comunicar refinamento, riqueza e status (Jornal Joca, 2017). No

entanto, é apenas a partir da Idade Média que o movimento de moda começa a ser conscientemente construído como um sistema - não somente visual ou artístico, mas social.

Para Lipovetsky, não há sistema de moda enquanto o apreço pelas novidades não representar um princípio constante e regular:

"A moda no sentido estrito quase não aparece antes da metade do século XIV. Data que se impõe, em primeiro lugar, essencialmente em razão do aparecimento de um tipo de vestuário radicalmente novo, nitidamente diferenciado segundo os sexos: curto e ajustado para o homem, longo e justo para a mulher." (Lipovetsky, 2003, p. 28)

Assim, durante o período do Renascimento, movimento essencialmente europeu entre os séculos XIV e XVI, cidades italianas, como Florença e Veneza, tornaram-se epicentros da moda, consolidando-a como expressão de individualidade e status social. Com o abandono do teocentrismo, cuja premissa era Deus como o centro de tudo, e a adoção do antropocentrismo, com o homem como elemento central, a moda passou a receber maior foco e o interesse por uma vida mais aut centrada e adornada começou a florescer:

"A moda não permitiu unicamente exibir um vínculo de posição, de classe, de nação, mas foi um vetor de individualização narcísica, um instrumento de alargamento do culto estético do Eu, e isso no próprio coração de uma era aristocrática. Primeiro grande dispositivo a produzir social e regularmente a personalidade aparente, a moda estetizou e individualizou a vaidade humana, conseguiu fazer do superficial um instrumento de salvação, uma finalidade da existência." (Lipovetsky, 2003, p. 43)

Não obstante as demonstrações de poder e *status* social tenham se acentuado na Renascença, cabe retroagir um pouco e mencionar as Leis Suntuárias, criadas na Baixa Idade Média. Segundo Vieira (2017, p. 46), tais dispositivos tratam-se de "normatizações que pretendem manter os consumos adequados às hierarquias da sociedade, impedindo ou minimizando a mobilidade social, ou pelo menos, a visibilidade dessa mobilidade".

Nesse sentido, conclui-se que o cerne da expressão dos impactos sociais da moda é muito anterior às discussões atuais de luxo e objetos de desejo. Havendo, inclusive, para Alves (2021, p. 23), o entendimento de que a Rainha Maria Antonieta, esposa do Rei francês Luís XVI, enquanto primeiro ícone de moda e forte demonstração de poder da monarquia através da moda, causou impactos geracionais e ininterruptos na relação de imposição e hierarquização do vestuário

pela nobreza: "a roupa, como instrumento de demarcação de classe, propiciou à nobreza o processo de ditar a Moda e, a burguesia, o de copiar a tendência real".

Após, com o advento da Revolução Industrial, a moda passou a ser mais acessível. A evolução da indústria têxtil, com a invenção da máquina de tecer no século XIX, garantiu não somente a nova capacidade de produção em escala, mas também a rápida propagação de tendências, diante da evolução da classe média. Nessa toada, Marx (2011, p. 162) afirma que: "após a introdução do tear a vapor na Inglaterra, por exemplo, passou a ser possível transformar uma dada quantidade de fio em tecido empregando cerca da metade do trabalho de antes", evidenciando, portanto, o surgimento da característica mais visceral daquelas que seriam futuramente originadas - e melhor discutidas à frente nesta pesquisa - marcas *fast fashion*: a produção desenfreada e em série.

No que tange o início do século XX, o período da *Belle Époque* marcou a consolidação de Paris como indiscutível núcleo global da moda. A expressão, que pode ser traduzida como "Época Bonita", reflete uma era de cultura abundante, na qual fez com que a capital francesa assistisse um renascimento de todas as formas de arte, e a moda não foi exceção. Os *boulevards* parisienses tornaram-se passarelas informais, onde a elite exibia vestimentas feitas sob medida e as novidades de estilo presentes na moda francesa.

Ainda, foi sob este cenário que surgiu o conceito de *haute couture* - uma expressão reservada para tal moda de alta classe, feita sob encomenda para clientes individuais, com padrões de confecção de alta qualidade. Estilistas como Charles Frederick Worth, considerado o pai da alta costura, começaram a estabelecer casas de moda que não apenas produziam vestuário, mas também definiam tendências e padrões para a elite global. As casas de moda parisienses, com sua atenção meticulosa aos detalhes e dedicação à artesanaria, rapidamente se tornaram sinônimo de luxo e sofisticação:

"O inglês foi o primeiro costureiro a impor sua visão de moda. Ele foi pioneiro em criar uma etiqueta com seu nome, e a dizer para seu público riquíssimo o que eles deveriam ou não usar.

A partir deste movimento nasceram inúmeras casas de alta-costura. Mas, para isso, algumas regras foram impostas: a casa deveria se situar no triângulo de ouro, região entre as avenidas mais famosas de Paris: El Champs-Élysées, George-V e Avenue Montaigne. Além disso, as peças devem ser produzidas no mesmo triângulo, com materiais de primeira qualidade e feitas 100% à mão." (Harper's Bazaar, 2018)

Portanto, a consolidação da alta costura assinou uma mudança no paradigma da moda. Ao contrário dos cenários de moda anteriores, que muitas vezes eram ditados pela nobreza e depois adotados pelo público em geral, o movimento de alta costura de Paris viu estilistas emergindo como as principais autoridades em tendências de moda, ditando o que seria considerado sofisticado e desejável.

Ao longo do tempo, enquanto a *Belle Époque* cedia lugar a novas eras e desafios, o legado de Paris permaneceu intacto. Mesmo hoje, ao pensar em moda de luxo e inovação em estilo, Paris ainda é a primeira cidade que vem à mente de muitas pessoas, contando com um testemunho duradouro de sua inegável influência e domínio durante esse período da história.

Em contrapartida, mais tarde, a capital francesa ainda protagonizou o surgimento de uma outra corrente: *prêt-à-porter*. Para Sant'Anna-Muller (2011, p. 119), o movimento, que pode ser traduzido como "pronto para vestir", nasceu como uma tentativa de solucionar quatro questões: "a sustentabilidade econômica das maisons, a nova noção de elegância que se impõe nos anos 60, e os outros dois aspectos vinculados à sociedade em geral: o novo perfil das elites e a difusão do consumo do produto de moda".

Dessa forma, o fenômeno do pronto para vestir não só promoveu maior democratização do vestuário, mas também provocou uma readaptação das marcas atuantes na alta costura, desafiando seu *status quo*. As tradicionais casas de moda tiveram que se adaptar a essa nova realidade, introduzindo suas próprias linhas mais acessíveis, enquanto novos estilistas entraram em cena, apresentando propostas inovadoras que ressoavam não somente aos que necessitavam da referida acessibilidade, mas também com as aspirações da geração mais jovem (Vogue, 2022).

Quando tratamos do cenário brasileiro, a moda possui raízes para muito além de um reflexo das tendências europeias e norteamericanas. Antes mesmo dos colonizadores ocuparem as terras brasileiras, os povos originários já utilizavam de técnicas e procedimentos artesanais para confeccionar suas próprias vestimentas, bem como os adornos utilizados na cultura nativa. Contudo, com a vinda da coroa portuguesa ao Brasil, novas maneiras de produção começaram a ser adotadas. Assim, o processo de construção da moda nacional guarda íntima relação com o crescimento das cidades e o processo de industrialização, quando emergiu um mercado têxtil promissor (FEBRATEx, 2019).

O estabelecimento das plantações de algodão representou um marco importante para o desenvolvimento da indústria têxtil nacional. A matéria-prima, que prospera em locais de clima quente e seco, impulsionou o cultivo em grande escala e o aumento dos lucros dos latifundiários durante a época da escravidão. Nesse sentido, após a fase de declínio da mineração no Brasil, a demanda por algodão no mercado europeu cresceu em razão da deflagração da Revolução Industrial e o chamado ouro branco deixou de ser atividade complementar e passou a ser cultivado com afinco nos estados do Maranhão, Ceará, Bahia e Pernambuco (Memorial da Indústria, [s.d]).

Com a deflagração da República e os avanços sociais pautados no século XX, os brasileiros começaram a utilizar uma nova modelagem de roupas - mais prática e leve. Isso se deu, além do aumento da presença dos trabalhadores na industrialização do país, pela conquista e garantia de alguns direitos para as mulheres, a qual possibilitou maior liberdade, como a de trabalhar fora de casa e, conseqüentemente, a utilizar roupas mais adequadas para a jornada externa (FEBRATEX, 2020).

Ainda, importa destacar que a construção do cenário *fashion* brasileiro é, também, pautado no regionalismo. Mesmo em meio ao processo de industrialização, influenciado fortemente pelas iniciativas e padrões europeus, o produto cultural foi promissor e impactante no mercado da moda nacional, com o surgimento de marcas como Hering, Dudalina, Riachuelo e Renner.

A Hering, entre as atuais grandes empresas brasileiras, possui a história mais antiga. Em 1880, os irmãos Hermann e Bruno Hering fundaram uma pequena confecção de roupas na cidade de Blumenau, estado de Santa Catarina, inicialmente produzindo peças básicas de algodão (as quais até hoje podem ser consideradas carros-chefes da marca). A fabricação dos produtos era considerada tão qualificada que o público da cidade rapidamente tornou-se consumidor e em poucos anos a Hering consolidou-se no mercado nacional. Em 1915, com as vendas crescendo exponencialmente, a marca já contava com 100 máquinas de costura e 90 teares, tornando-se a maior malharia do Brasil (IBND, 2021).

Na seção institucional do site, a Hering (c2021) reafirma o posicionamento de marca adotado desde o século XIX, focado em peças e tendências que representam o essencial da moda: "É o Básico que há mais de 140 anos entende esse nosso jeito gentil e tem o carinho do tamanho do Brasil. O essencial mora na gente e nunca sai

de moda.". Ainda, atualmente a marca integra o grupo SOMA e compõe uma equipe de 15 grandes marcas que adotam o modelo *fast fashion* e levam a identidade da moda nacional Brasil afora.

A partir da década de 1910, outros grandes nomes do mercado têxtil brasileiro começaram a surgir. Em 1912, a atual Renner fundou sua primeira indústria fabril na cidade de Porto Alegre, estado do Rio Grande do Sul, e inaugurou seu primeiro ponto de venda em 1922 para comercialização de produtos de vestuário, focada em capas masculinas, tornando-se uma loja de departamento apenas na década de 40 (Renner, [s.d]).

A Riachuelo, por sua vez, outra marca de grande expressividade no mercado nacional, também foi fundada na primeira metade do século XX. Com sua origem na cidade de Natal, estado do Rio Grande do Norte, iniciou as atividades em 1947, através de uma loja de tecidos, à época denominada "A Capital". Posteriormente, em 1951, a companhia começou a adquirir seus primeiros pontos comerciais (Riachuelo, c2023).

Por fim, ainda temos a Dudalina, outro gigante exemplo de sucesso no vestuário brasileiro. Inaugurada na cidade de Luiz Alves, estado de Santa Catarina, em 1957 iniciou a produção das famosas camisas sociais masculinas. A partir de 2003, a marca foi liderada por Sônia Hess de Souza, filha do fundador, que tornou-se uma grande representante do empreendedorismo feminino no Brasil. Em 2013, segundo a ABCContent (2021), a revista americana Forbes elegeu Sônia Hess a sexta mulher de negócios mais poderosa do Brasil.

Dessa forma, as marcas supracitadas foram personagens essenciais para que o Brasil pudesse moldar sua própria identidade na moda, pois embora tenham abraçado técnicas e tendências internacionais, inevitavelmente teceram em suas coleções as nuances e cores do Brasil, dando vida a peças que ressoam a cultura nacional.

Posteriormente, ainda com base nas influências externas, em 1993, a cidade de São Paulo deu seus primeiros passos rumo a ter sua própria semana de moda. Através do evento "Phytoervas Fashion", idealizado pelo produtor Paulo Borges e a empresária Cristiana Arcangeli, cuja realização deu-se em um galpão no bairro Vila Olímpia, o que viria a se tornar a renomada São Paulo Fashion Week tinha a intenção de impulsionar a produção nacional, mesmo diante de um cenário nacional conturbado, marcado por instabilidades econômicas e políticas (Andrill, 2022).

Ao longo dos anos, o SPFW consolidou-se não apenas como uma vitrine para a moda nacional, mas também como um evento que atraiu atenção especial da mídia internacional, com coberturas de canais como o *E! Entertainment* e a presença de modelos icônicas, como Kate Moss. O compromisso de Borges com a estruturação e organização da indústria da moda no Brasil evidenciou-se na evolução do evento, que passou a operar otimizando a visibilidade e planejamento para designers, fornecedores, lojistas e imprensa. Em 2023, o evento completou sua 55ª edição, contando com 42 desfiles, sendo 31 presenciais e 11 em formato de *fashion* filmes - os quais puderam ser assistidos em um cinema da cidade de São Paulo (Terra, 2023).

Logo, ainda que a moda global tenha se tornado cada vez mais homogênea, o Brasil permaneceu firme em canalizar sua autenticidade através da vestimenta. Seja através da incorporação de padrões e estampas inspirados em fenômenos culturais, da adoção de materiais locais ou da reinterpretação de estilos clássicos com um toque brasileiro, a moda no Brasil consolidou o país como um influente protagonista no espaço *fashion* mundial, atualmente compondo, inclusive, os cenários das grandes semanas de moda internacionais - como a marca brasileira PatBo, presente na edição de 2023 do *New York Fashion Week*, cujo destaque foi a evidência do bordado e da criatividade nacional através da coleção intitulada Tropicália (Marie Claire, 2023).

Portanto, com o crescimento exponencial do mercado da moda nacional nos últimos anos, com uma representação expressiva de mais de 150 bilhões de reais faturados somente em 2022 (ABIT, 2023), tornou-se evidente que a indústria da moda no Brasil precisava de uma abordagem jurídica especializada, dada a complexidade das questões envolvendo propriedade intelectual, direitos trabalhistas, concorrência desleal, entre outros.

Dessa maneira, o Direito da Moda tem ganhado espaço nas discussões acadêmicas e profissionais, o que não apenas reflete a maturidade do mercado de moda no país, mas também a necessidade crescente de profissionais aptos a navegar pelas complexidades jurídicas desse setor.

2.1.1 Conceitos, diferenças e relação entre empresas posicionadas como *slow* e *fast fashions*

O surgimento dos modelos de negócio presentes na indústria de vestuário pode ser explicado pela construção dos padrões mundiais de consumo, desde a expansão do processo de industrialização, sobretudo quando tratamos do recorte brasileiro.

O modelo de negócio de moda acelerada surgiu como uma resposta direta da indústria à crescente demanda dos consumidores por acesso rápido a novas tendências a preços acessíveis. Esta transformação na indústria começou a ganhar força a partir dos avanços tecnológicos que permitiam uma produção mais rápida e a globalização das cadeias de suprimentos. Dessa forma, Lipovetsky (2003, p. 36) define que o sistema de moda só existe quando há a união de dois fatores: o efêmero, isto é, a agilidade do sistema produtivo, e a fantasia estética, que pode ser traduzida pelas tendências - outro fator em que o movimento *fast fashion* foi revolucionário.

Nesse sentido, um dos principais atrativos do *fast fashion* é sua capacidade de traduzir tendências de alta moda para o mercado de massa. As marcas de *fast fashion*, em sua essência, capturam os estilos populares das passarelas e os recriam a preços acessíveis para o público geral. Sobre o tema, afirma Safdie (2023):

"O processo da moda rápida inclui o design rápido da peça, produção acelerada, distribuição e marketing instantâneo – e tudo isso é feito a uma velocidade vertiginosa para que os varejistas possam produzir grandes quantidades dessas peças e vendê-las a um preço baixo, tudo enquanto ainda obtêm lucro e se alinham às tendências estilísticas atualmente retratadas nas redes sociais." (Safdie, 2023, tradução nossa)

Ainda, na mesma ocasião, a Safdie (2023) refere que, segundo uma publicação do *New York Times*, no momento em que a Zara abriu as portas de sua primeira loja na ilha de Manhattan, a empresa tinha a intenção de, em um período de apenas 15 dias, transformar um projeto de vestuário em um item pronto para venda na loja, dando origem ao conceito de *fast fashion*. Essa abordagem, entretanto, enfatiza a produção de peças sem uma consideração profunda sobre os impactos potenciais, especialmente no meio ambiente.

Ainda, para a ativista e designer Kate Fletcher, as noções de rapidez atreladas à moda são um conjunto de práticas comerciais focadas exclusivamente em elevar os lucros, o que faz com que sejam universalmente aceitas:

Ideias e linguagem associadas à velocidade atualmente permeiam a paisagem da moda. Nos últimos dez anos, "rápido" e "lento" foram ambos emparelhados com "moda" em neologismos destinados a conotar uma ampla gama de práticas que são, em diferentes graus, dominadas por logística em larga escala, focadas em crescimento econômico, éticas ou ecológicas; de maneiras fortemente influenciadas pelo setor alimentício. De fato, como o fast food, a moda rápida é produzida em massa e padronizada. A blusa, vestido ou par de jeans incrivelmente baratos, assim como o hambúrguer, são comercializados em grandes volumes, são onipresentes globalmente e são servidos ou estilizados de forma homogênea. Projetada para ser barata, fácil e rápida de produzir, recorre a materiais e mão de obra de baixo custo, prazos curtos e produção em grande volume eficiente. Criado para ser distribuído, vendido e consumido em quantidades cada vez maiores, é precificado baixo e levado ao mercado rapidamente. Novos estilos, rapidamente copiados de passarelas ou etiquetas de alta qualidade, são introduzidos nas lojas a cada poucas semanas, explorando o desejo do consumidor por novidade. Vendas e crescimento são aumentados maximizando economias de escala e minimizando custos. Tanto em alimentação quanto em moda, "rápido" é uma ferramenta econômica, uma alavanca a ser empurrada e puxada, a fim de aumentar a passagem de produtos e crescer lucros. (Fletcher, 2010, p. 260)

Logo, em resposta às gigantes empresas do *fast fashion*, tal qual às inúmeras publicações científicas sobre a nocividade das cadeias produtivas desenfreadas de bens não duráveis (como os artigos de vestuário), o movimento de moda lenta surgiu na tentativa de amenizar os estragos ambientais criados após a revolução industrial, sobretudo pelo ciclo de comprar-descartar.

Não obstante a Organização das Nações Unidas (ONU) tenha estabelecido a Agenda 2030, projeto que obriga os 193 Estados-membros a adotarem medidas em prol do desenvolvimento sustentável, um estudo da Fundação Ellen Macarthur atesta que a cada segundo a quantidade equivalente a um caminhão de lixo cheio de roupas ainda é queimada ou despejada em aterros sanitários.

Ainda, o objetivo do *slow fashion*, para além da sustentabilidade, refere-se à potencialização da conexão entre consumidor e designers de moda, valorizando, ainda, noções de comunidade, diversidade e durabilidade aplicadas aos itens de vestuário (Johansson, 2010).

Nesse sentido, a moda lenta, como termo e filosofia, ganhou destaque no início do século XXI, relacionando-se com os conceitos de *slow food*:

"Os princípios conscientes originados no Slow food, proposto em 1986 por Carlo Petrini, jornalista italiano, inspiraram o modelo Slow Fashion, termo

cunhado pela britânica Kate Fletcher, consultora e professora de design sustentável do britânico Centre for Sustainable Fashion, em 2007. O *slow fashion* representa, desta forma, uma corrente oposta ao sistema *fast fashion*, buscando diversidade e oposição à produção em massa; global-local em oposição à globalização; autoconsciência em oposição à imagem; a simbiose em oposição ao parasitismo; confecção e manutenção para um ciclo de vida longo ao invés da novidade constante; preço real incorporando custos sociais e ecológicos em oposição ao custo baseado em mão de obra e materiais; fortalece o tecido social e valoriza o território em oposição à fragilização do tecido social; produção em pequena e média escala em oposição à grande escala; sustentável em oposição ao insustentável." (Irokawa, Maia, Câmara, 2017, p.6)

Este modelo distancia-se da ideia de moda como algo descartável e alinha-se mais à ideia de moda como uma forma de expressão pessoal, valorizando o artesanato, a sustentabilidade e a transparência nas práticas de produção. Além disso, consolida princípios em busca do combate aos altos índices de poluição envolvidos na indústria do vestuário, que fica atrás apenas da indústria petrolífera no ranking de setores mais poluentes do mundo (Pinheiro, 2022).

Esses dois modelos, aparentemente opostos, coexistem e se influenciam mutuamente. O *fast*, baseado em tendências e em produção acelerada para consumidores despreocupados com qualidade ou valor agregado, representando a velocidade e a efemeridade das tendências, e o *slow*, que oferece uma contratendência, valorizando a atemporalidade, a durabilidade e a sustentabilidade. Essa dualidade reflete a complexidade das relações de consumo na sociedade contemporânea e o surgimento de tendências e contratendências no comportamento do consumidor.

Mas como os distintos padrões de consumo entre as últimas gerações impactaram a dicotomia entre dois modelos de negócio tão antagônicos? As diversas gerações, desde os "*baby boomers*" até a Geração Z, desempenharam papéis cruciais na configuração desses modelos de negócio.

Primeiramente, é importante esclarecer que o termo "gerações" para a presente pesquisa diz respeito ao recorte realizado pelo segmento de Marketing, que nomeia grupos de pessoas nascidas dentro de um período de tempo, geralmente marcados por fatos históricos ou momentos da humanidade que representam uma ruptura no padrão de consumo (Sebrae, 2022).

Os *baby boomers*, também conhecidos como geração de bebês pós-guerra, nascidos entre 1946 e 1964, que visam estabilidade e conquistas econômicas, diante do crescimento em uma situação econômica promissora, apesar do cenário

político mundial agitado. No fim dos anos 70, os "bebês pós-guerra" no Brasil enfrentaram momentos de instabilidade econômica, levando-os a serem mais cautelosos em suas escolhas. Hoje, estão na faixa etária de 59 a 77 anos e tendem a optar por marcas renomadas, valorizando a segurança financeira (Zendesk, 2022).

Em seguida, a Geração X, composta por nascidos entre 1965 e 1980, que enfrentaram momentos turbulentos tanto na economia, quanto na política. Por isso, muitos foram influenciados por correntes associadas à liberdade, como o movimento *hippie*, e hoje possuem uma visão, embora conservadora, mais idealista e aberta ao empreendedorismo. No consumo, isso se traduz com um interesse equilibrado entre marcas tradicionais e inovadoras (Sebrae, 2022), pois esta geração foi marcada pelo surgimento de subculturas, que buscavam a diferenciação e a rebelião contra normas estabelecidas, muitas vezes refletida em suas escolhas de moda. Ainda, segundo Moreira (2018), a Geração X também aplica seus traços de consumo em maior apreço por boas habitações, bens de uso doméstico e duráveis, transporte e educação.

Após, surge a Geração Y, mais conhecida como *Millennials*, que atualmente representa um dos grandes focos do mercado mundial enquanto consumidores. Com um maior interesse por cultura e formação do que seus antecessores, os Millennials estão mais receptivos a inovações e menos ligados a marcas consagradas. Por valorizarem a formação acadêmica, frequentemente encaram uma competição acirrada nos primeiros anos de profissão, inclinam-se a escolher atividades que apreciem e não se apegam tanto à segurança financeira como os que vieram antes deles. Seu ingresso no mundo profissional foi marcado por uma familiaridade com os avanços tecnológicos, já que sua evolução coincidiu com as transformações digitais (Zendesk, 2022).

Dessa forma, é a partir da Geração Y que o fenômeno do marketing, celebridades e início da internet começa a influenciar fortemente o rumo da história na indústria da moda. Nesse sentido, Moreira (2018) dispõe:

"Aqui, destaca-se outro ponto: que é o da influência dos programas, influenciadores, revistas ou qualquer meio de comunicação, remetendo-se ao segundo ciclo da moda, que difunde um estilo entre as celebridades, por exemplo. Como essa geração trata predominantemente de jovens, que não possuem tanto para gastar como a geração anterior, preferem-se lojas de departamento ou boutiques não muito grandes." (Moreira, 2018, p. 41)

Logo, na hora de adquirir algo, os *Millennials* têm o hábito de consultar extensivamente a internet e depositam grande confiança em recomendações de conhecidos, inclusive para marcas menos populares.

Por fim, como o grande foco do advento das redes sociais, chega a Geração Z. Os chamados nativos digitais, nascidos na primeira década dos anos 2000, demonstram uma postura mais crítica em relação ao consumo desenfreado. Contudo, é uma geração peculiar, que consegue conviver com a multiplicidade de fatores e sopesar os motivos ocultos da adoção do público global à indústria *fast fashion* (como as desigualdades econômicas, por exemplo) - ao mesmo passo que adoram lançar contratendências e prezam pela sustentabilidade, conforme afirma Mariana Santiloni, formada em negócios de moda e gerente de *Client Services* da WGSN - empresa especializada em previsão de tendências e detecção de padrões de consumo.

Nesse sentido, enquanto os *Millennials* foram diretamente impactados pelo surgimento do *online*, os *Zoomers* convivem com a aceleração tecnológica e a ascensão das redes sociais desde muito crianças. Em vista disso, a fragmentação da mídia e da atenção, bem como fenômenos como o FOLO (*Fear of Logging Out*), que em tradução livre pode ser compreendido como medo de estar *offline*, também faz com que o consumo desenfreado, embora seja questionado, não diminua (Santiloni, 2023).

Em contrapartida, não obstante convivam com sua permanente multiplicidade cultural e econômica, influenciados pela consciência ambiental, discussões sobre abusos no mercado de trabalho mundial e uma compreensão mais aprofundada dos impactos do *fast fashion*, muitos jovens desta geração estão voltando-se para o *slow fashion*, brechós e marcas sustentáveis.

2.2 PIRATARIA VERSUS INSPIRAÇÃO

A fronteira entre inspiração e pirataria na moda é delicada e frequentemente objeto de controvérsias. A inspiração é um pilar fundamental para a criatividade em qualquer campo artístico, mas quando essa inspiração transborda para a cópia, entra-se no terreno perigoso da pirataria. Para Alves (2021), a pirataria é uma prática milenar, com efeitos negativos imensuráveis para a economia de um país, sobretudo o Brasil. A autora, ainda, compara a pirataria a um câncer na sociedade,

que destrói paulatinamente setores inteiros da economia, assim como a metástase destrói células do ser humano.

Para além de caracterizar-se como violação moral e antiética dentro do âmbito econômico e empresarial, a pirataria também é tipificada criminalmente no Código Penal brasileiro. Conforme consta no artigo 184 do referido diploma legal, configura-se pirataria ao "violiar direitos de autor e os que lhe são conexos" e a pena prevista, conforme redação dada pela Lei nº 10.695, de 1º de julho de 2003, é de detenção, de 3 meses a 1 ano, ou multa (Brasil, 1940). Ainda, pena mais gravosa é aplicada, conforme o parágrafo primeiro do mesmo artigo, se a violação dos direitos de autor implicar em reprodução total ou parcial, com finalidade de lucro, de obra intelectual, interpretação, execução ou fonograma, sem anuência do autor.

Infere-se, portanto, que novamente o ordenamento jurídico brasileiro impõe-se com ferramentas de proteção à ordem econômica nacional, de modo que os dispositivos supracitados são um complemento ao que decide a Constituição Federal do Brasil. No artigo 170 da Carta Magna estão definidos os princípios da ordem econômica nacional, sendo eles: soberania nacional, propriedade privada e sua função social, livre concorrência, defesa do consumidor, defesa do meio ambiente, redução das desigualdades, busca do pleno emprego e "tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País" (Brasil, 1988). Para a presente pesquisa, é o último princípio que se destaca.

O modelo de negócio *slow fashion* está intrinsecamente associado a uma abordagem mais minuciosa e detalhista do processo criativo e produtivo. Frequentemente, isso se traduz na opção de empresas de pequeno a médio porte por tal modelo, uma vez que a produção artesanal, a seleção criteriosa de materiais e a ênfase na qualidade sobre a quantidade requerem um nível de atenção e dedicação que empresas maiores, orientadas para a produção em massa, muitas vezes não conseguem acomodar.

Nesse contexto, o referido princípio pode ressoar de maneira significativa, pois, embora os privilégios concedidos sejam relativos à ordem tributária e econômica, torna-se crucial na salvaguarda dos direitos das marcas *slow fashion*, fortalecendo sua posição no combate à pirataria cometida por grandes corporações e *fast fashions*. Isto é, o texto constitucional pode ser interpretado também como um convite à discussão acerca de um protecionismo sobre os produtos intelectuais de

tais empresas. Para Tabosa (2016), o princípio serviu para "[...] garantir proteção às empresas de pequeno porte contra as dificuldades de competição que estas encontram diante da crescente globalização, e representou uma tentativa de modernizar o país adotando medidas de desburocratização para este meio empresarial.". Dessa forma, a legislação brasileira atuaria não apenas como um mecanismo de proteção econômica, mas também como defensora da ética e integridade no mercado do vestuário.

No mundo da moda, a indústria da pirataria relaciona-se intimamente com as questões de consumo já citadas anteriormente na presente pesquisa, em razão da necessidade de pertencer. Para Cardoso (*apud* Alves, 2021, p. 104), o mercado pirata fomenta as noções sociais de estar dentro ou fora das tendências, bem como dos grupos sociais, pois "as ponderações relativas às classes sociais se tornam essenciais, já que os laços sociais têm relação direta com a aparência".

Em consonância, Alves (2021) expõe que o mercado *fashion* - sobretudo o brasileiro - é um solo fértil para a proliferação da pirataria, em razão das diferenças gritantes entre os consumidores, seja em gosto, classe social ou poder aquisitivo, o que implica na catalisação do desejo de compra e, logo, da reprodução indevida.

Um exemplo prático disso é o caso da empresa canadense LuluLemon, que vende roupas voltadas à prática de exercício físico e se deparou com um cenário crescente de pirataria sobre as suas calças *leggings*. Diante disso, a empresa executou uma política de troca nada usual, em que pessoas que tivessem comprado calças falsificadas da marca poderiam ir até um dos pontos de venda físicos e trocá-las por uma peça original. Dessa forma, a empresa conseguiu frear a falsificação do seu produto carro-chefe e constatou não somente aumento nas vendas, mas fidelização de um público que dificilmente seria de fato comprador da marca (Santiloni, 2023).

Sob a mesma ótica da estratégia utilizada pela marca canadense, Bacha, Strehlau, S. e Strehlau V. (2013) aduzem:

"Cultivar a imagem de marca e a inovação em produtos é medida tomada pelas empresas para proteger seus negócios, porém para que estas ações sejam efetivas é necessário conhecer não apenas o seu consumidor de marcas originais, mas também aquele que compra o falsificado. Embora as empresas não tenham planejado ter uma cópia – o artigo falsificado – necessitam saber como este consumidor se comporta, seja para inibir este consumo ou utilizar estratégias lançando um produto que venha a suprir este desejo de modo legalizado. Portanto, a alternativa é

procurar os motivos para a demanda por este tipo de produto." (Bacha, Strehlau, S., Strehlau V., 2013, p. 43)

O plágio, por sua vez, é uma forma de pirataria e envolve a cópia direta e a reprodução não autorizada de designs originais. A distinção entre plágio e inspiração pode ser tênue, mas o plágio carece de originalidade, enquanto a inspiração se baseia na reinterpretação e adaptação criativa de ideias preexistentes. Dentro desta nuance, emergem os produtos "*inspired*", que se inspiram em designs de alta moda, mas não replicam exatamente o original. Estes são reinterpretados para o mercado de massa e, embora estejam em uma zona perigosa, frequentemente escapam das acusações de plágio devido às suas variações. No entanto, não são imitações perfeitas, mas tratam-se "de uma inspiração que não é assinada com o nome da marca original, porém segue o mesmo padrão de estilo" (Alves, 2021, p. 111) - fator este que representa a motivação do consumidor desejar tanto o produto.

Ademais, por um lado, a pirataria ameaça o valor e a integridade de *designs* originais, prejudicando o retorno financeiro e o reconhecimento que os *designers* recebem por suas criações, já por outro lado, como argumentam Raustiala e Sprigman (2006), a pirataria também pode ter um efeito paradoxal, impulsionando a inovação e mantendo a moda em um ciclo contínuo de reinvenção.

O mercado brasileiro, com sua rica diversidade cultural e sua iminente presença no cenário global da moda, não está imune a essas questões. Grandes polos de moda popular, como o Brás, na cidade de São Paulo, são vitais para a economia e a cultura da moda no Brasil. No entanto, esses centros também são frequentemente associados à venda de produtos falsificados ou inspirados em *designs* de grandes marcas e, embora sejam produtos que oferecem acessibilidade e estilo a preços mais baixos, também representam uma ameaça à autenticidade e à inovação no mercado da moda.

Na tentativa de combater questões como esta, a Câmara Municipal de São Paulo instaurou em 2021 uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) com a finalidade de realizar e investigar, dentre outras coisas, a comercialização de produtos falsificados, que resultou em um relatório que requereu a criação de um órgão específico dentro das Subprefeituras para auxiliar na fiscalização e apreensão de produtos ilegais, bem como uma intervenção no Circuito das Compras, região do Brás, centro da cidade (Câmara Municipal de São Paulo, 2022).

Para além de medidas do poder executivo, a legislação brasileira tem tentado, há mais de 20 anos, abordar estas complexidades através da Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/1998) e da Lei de Propriedade Industrial (Lei 9.279/1996), as quais oferecem proteção contra a violação de direitos de propriedade intelectual, mas sua aplicação efetiva ainda demonstra-se desafiadora. A efemeridade da moda, a rapidez com que as tendências mudam e a complexidade de distinguir entre inspiração legítima e plágio tornam a regulamentação e a fiscalização em operações complexas.

2.2.1 O movimento #SHEINStoleMyDesign: Jouer Couture e outros casos de plágio

O cenário da moda contemporânea, especialmente no setor de fast fashion, vem sendo marcado por intensos debates acerca da propriedade intelectual e do respeito aos criadores. Em meio a este contexto, surgiu o movimento "*#SheinStoleMyDesign*" (Shein roubou meu *design*, em tradução livre), o qual ganhou proporção global nas redes sociais, apontando práticas questionáveis da empresa.

Originária da China, a Shein consolidou-se rapidamente no mercado internacional de moda, atraindo consumidores com seus preços baixos (média de R\$58,00) e variedade extensa (Jones, 2021). O frenesi pela marca também foi impulsionado pelas plataformas digitais, em especial o TikTok. Com vídeos curtos e de largo alcance, qualquer pessoa pode mostrar suas compras e compartilhar com seus seguidores os códigos de referência das peças, ferramenta que possibilita um fácil e desenfreado acesso à exata peça de roupa que está sendo exibida. Em questão de segundos e de poucos cliques, o espectador consegue finalizar a compra e adquirir as peças pelas quais acabou de se interessar, através do aplicativo da empresa.

O sistema de códigos aplicado pela marca encurta, ainda, o processo inspiracional envolvido no vestir-se. Além de corroborar para a replicação quase instantânea das tendências, esgotando as peças em minutos, o modelo de negócio da Shein usurpa o poder de expressão pessoal e criatividade presente desde os primórdios da indústria da moda, cunhando, mais uma vez, questões sociais sobre a

necessidade de pertencimento imotivada e da busca incansável por suprir o desejo por bens não duráveis produzido pelas redes sociais.

Ademais, o crescimento da chinesa também foi acompanhado de acusações de cópias de designs de criadores independentes, que em diversas ocasiões expuseram nas mídias sociais a semelhança impressionante entre suas criações e os produtos ofertados pela fast fashion:

"Bem, finalmente aconteceu. Eles roubaram meu design. A SHEIN ROUBOU MEU DESIGN. Eu gostaria de poder dizer "Não posso acreditar!!!" mas, na verdade, posso. Já vi inúmeros vídeos e artigos falando sobre a @sheinofficial roubando descaradamente os designs de designers independentes, mas adivinha? Por mais que os comentários mostrem simpatia e raiva, é o dinheiro que, no final das contas, fala mais alto. A Shein agora vale mais de 100 BILHÕES de dólares, o que, para dar uma perspectiva, é mais do que Zara e H&M juntas. Estou tão irritada que a Shein roubou meu design (na verdade, estou anestesiada), mas estou 100 bilhões de vezes mais irritada que um negócio que funciona com base em roubo esteja sendo apoiado e recompensado dessa forma." (Ho, 2023, tradução nossa)

No entanto, importa frisar que o movimento vai além da crítica a uma empresa, mas representa um desafio sistêmico enfrentado pela indústria da moda, sobretudo pelas empresas, *designers* e influenciadores que fazem parte do (ou demonstram-se favoráveis ao) movimento *slow fashion*. Sobre o tema, segundo o portal Expert XP (2022), a Shein é ré em pelo menos 50 processos federais sobre violação de direitos autorais, entre 2019 e 2022, nos Estados Unidos.

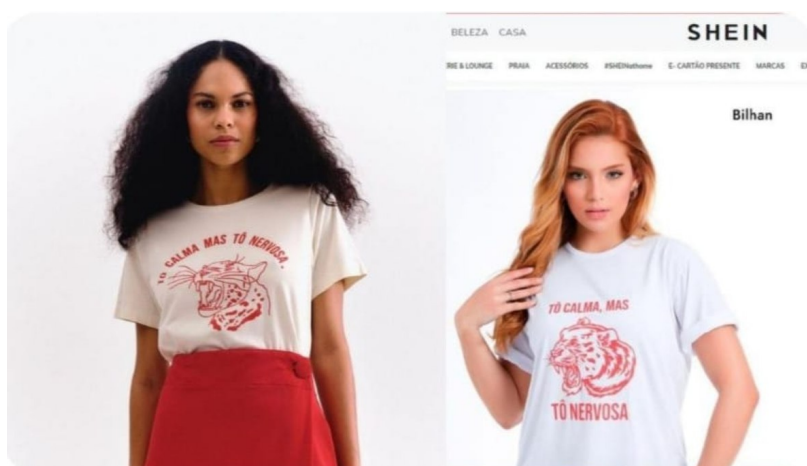
Ainda, a empresa chinesa também atinge outras fast fashions pelo mundo. A ZARA, por sua vez, sofre com os famosos "*dupes*", isto é, produtos plagiados e vendidos por pelo menos metade do preço disponível nas lojas originais. Novamente, a cultura dos "*dupes*" é incentivada pelas plataformas como Tiktok e Instagram, de modo que a informação é propagada em velocidade inestimável. No Brasil, a ZARA representa uma *fast fashion* "de luxo", ocupando o 11º lugar (numa lista de 50 países) em uma escala de preços mais elevados se comparados com os Estados Unidos (Steil, 2023). Assim, o apelo social que a Shein recebe por democratizar o acesso às peças consideradas "tem que ter" torna-se ainda mais prejudicial para a indústria da moda, dificultando o entendimento dos próprios consumidores sobre a gravidade das ações da marca.

Em continuidade, um exemplo paradigmático no cenário brasileiro é o da Jouer Couture, uma marca que ganhou destaque com suas camisetas criativas, mas que enfrentou constantes casos de cópias indevidas.

Fundada em 2013, a Jouer Couture emergiu no cenário *fashion* brasileiro com um propósito claro de inovação: "formas, proporções, cores, referências mil, moulages e maquetes têxteis." (Jouer Couture, c2023). Suas camisetas, com *designs* únicos e combinações de cores vibrantes, rapidamente se tornaram objeto de desejo entre os aficionados por moda, mas o que deveria ser um reconhecimento do talento e criatividade da marca, tornou-se, para a Shein, uma oportunidade de replicar e lucrar em cima de sua identidade visual.

Em 2019, Ana Carolina Della Santina e Mariana Bonfanti, sócias da marca e *designers* de moda, criaram a fatídica estampa "Tô calma, mas tô nervosa", que alçou sucesso de vendas na empresa. No entanto, surpreendidas através do aviso de uma cliente, depararam-se com a sua criação no website da empresa chinesa, com ínfima variação na disposição das palavras. Em entrevista à revista Marie Claire (2022), as sócias referiram que o preço estipulado pela Shein (R\$24,90) não representava nem mesmo o preço de custo da peça original, que é vendida no site da Jouer Couture por cerca de 172 reais.

Figura 1 - Comparativo Jouer Couture X Shein



Fonte: iG Delas (2022)

A estampa, que à época estava submetida ao processo de registro de marca, disponível no Instituto Nacional de Propriedade Industrial, sofreu consequências que vão além dos prejuízos financeiros diretos. Em casos como estes, que perde-se a noção de autoria quando uma peça é incluída nos vastos estoques de gigantes *fast fashions* como a Shein o efeito da cópia indevida pode ser devastador. Marcas como a Jouer Couture investem de forma contundente na inovação e na criação de uma identidade única, e a usurpação da identidade visual construída pode diluir sua

proposta no mercado, confundindo consumidores e desvalorizando até mesmo as estratégias de *branding* da marca.

Assim, resta claro que a pressão para atender tais demandas voláteis leva empresas, como a Shein, a optarem pela replicação em vez da inovação, comprometendo a integridade do setor. Logo, o antagonismo entre a dificuldade de inovar e a facilidade de copiar presente na indústria da moda (e em diversas outras, como musical, literária e tecnológica) prova que o plágio embarga a inovação, uma vez que diante da ausência de um aparato jurídico forte relacionado à propriedade intelectual, os plagiadores se prevalecem do esforço empenhado pelos autores e, conseqüentemente, desencorajaram futuros investimentos em novas criações (Raustiala; Sprigman, 2006).

3 A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NO CENÁRIO BRASILEIRO

Os primeiros sinais de regulamentação nacional de propriedade intelectual foram identificados ainda à época do Brasil Imperial, com a deflagração do primeiro alvará de liberdade industrial, aproximadamente um ano após a abertura dos portos brasileiros às nações amigas de 1808:

"Inspirado, sem dúvida, no Estatuto de Monopólios da Inglaterra, de 1623, o alvará de 1809 continha linhas fundamentais da proteção legal das invenções, como meio de promover o progresso das indústrias. Mas para gozar da proteção do alvará, a invenção tinha que atender ao requisito da novidade e da realidade do invento, assim obtinha o privilégio de explorar por prazo limitado da concessão e a obrigação de ser publicada a invenção, findo o privilégio, para livre gozo da coletividade. O alvará previa, também, a revisão dos privilégios concedidos, mandando tornar público os que já houvessem completado o prazo e revogar os que não se justificassem." (Christmann, 2006, p. 2)

Nesse sentido, sob motivação da autonomia oferecida pelo alvará, a primeira Lei de Patentes brasileira foi promulgada em 1830. No entanto, o primeiro pedido de registro de invenção ocorreu ainda sob a ótica do alvará de 1809 e tratava-se do requerimento de privilégio industrial sobre uma máquina de descascar e polir café, no ano de 1822 (Marcolin, 2002).

No tocante à primeira regulamentação oficial sobre patentes, embora de conteúdo básico e pouco aprofundado se comparado ao da atual legislação, foi um passo promissor na proteção dos inventores nacionais, de modo que concedia a patente gratuitamente àqueles que atestassem por escrito o pioneirismo da invenção:

"[...] a lei adotava a prática da "revelação" da invenção, em que o requerente deveria depositar "no Arquivo Público uma exata e fiel exposição dos meios e processos, de que se serviu, com planos, desenhos ou modelos, que os esclareça, e sem eles, se não puder ilustrar exatamente a matéria" (art. 2º). Nesse sistema, a patente era concedida ao "primeiro a inventar" e o inventor perderia a patente caso não colocasse em prática a invenção no prazo de dois anos após a concessão da patente ou se já tivesse obtido patente no exterior pela mesma invenção. Nesse último caso, teria direito apenas ao prêmio por ter sido introdutor." (Cabello, Póvoa, 2016, p. 879-907)

Ademais, quarenta e cinco anos depois da Lei de Patentes de 1830, o Brasil instituiu a primeira lei sobre marcas industriais. Até aquele momento, as marcas, apesar de amplamente utilizadas, careciam de proteção legal, o que permitia a

ocorrência de abusos e fraudes por parte de comerciantes e indústrias que aproveitavam-se da impunidade gerada pela ausência da devida regulamentação (Christmann, 2006).

Com isso, conforme dispõe Cerqueira (*apud* Christmann, 2006, p. 3) anteriormente ao emprego da nova legislação, a repressão da utilização indevida de marcas apresentava desafios, diante da necessidade de aplicação de analogias das disposições previstas no Código Penal - fato incompatível com os princípios do direito penal à época. Nesse sentido, punir o abuso sobre marcas alheias tornava-se inviável, visto que o conteúdo da legislação criminal previa delitos muito distintos do que verificava-se nos casos concretos, como na ação criminal movida pela indústria baiana Meuron & Cia., com Ruy Barbosa, famoso jurista brasileiro, enquanto procurador, contra os falsificadores de sua marca de rapé chamada "Areia Preta". Não obstante os réus terem sido pronunciados, o Tribunal competente revisou a decisão de pronúncia e anulou o processo, alegando que a usurpação das marcas em questão não constituía uma infração punível de acordo com as leis em vigor na época. Logo, o desfecho do caso teve um impacto significativo na promoção da proteção legal das marcas no Brasil, e indiretamente contribuiu para a promulgação da legislação de 1875.

Em paralelo ao cenário brasileiro, o panorama internacional também foi expandido com a realização da Convenção de Paris, em 1883, que teve como objetivo central a pacificação das noções globais do sistema de propriedade industrial, dando origem ao atual Sistema Internacional da Propriedade Industrial. Nesse sentido, o Brasil compôs o grupo de 14 países signatários originais e testemunhou a conexão global entre uma nova categoria de ativos de caráter intangível e a identidade do criador, em conjunção ao direito de propriedade (Paranaguá; Reis, 2009).

Sob o mesmo prisma, reconhecendo a relevância do tema, a primeira Constituição promulgada após a proclamação da República (1891), já fazia menção à proteção da propriedade industrial, lançando as bases para desenvolvimentos legislativos futuros:

"Art.72 - A Constituição assegura a brasileiros e a estrangeiros residentes no paiz a inviolabilidade dos direitos concernentes á liberdade, á segurança individual e á propriedade, nos termos seguintes:
[...]

§ 25. Os inventos industriaes pertencerão aos seus autores, aos quaes ficará garantido por lei um privilegio temporario ou será concedido pelo Congresso um premio razoavel, quando haja conveniencia de vulgarizar o invento. (Redação dada pela Emenda Constitucional de 3 de setembro de 1926)" (Brasil, 1891)

Posteriormente, em 1970, houve a criação do principal órgão relacionado à propriedade industrial no Brasil, cuja predominância mantém-se até os dias de hoje - o Instituto Nacional da Propriedade Industrial, instituído pela Lei nº 5.648 de 1970. A autarquia federal, vinculada ao Ministério da Indústria e do Comércio, tem a finalidade principal definida no artigo 2º de sua legislação originária: "executar, no âmbito nacional, as normas que regulam a propriedade industrial, [...], bem como pronunciar-se quanto à conveniência de assinatura, ratificação e denúncia de convenções, tratados, convênios e acordos sobre propriedade industrial." (Brasil, 1970).

Ademais, no ano seguinte ao surgimento do INPI, instituiu-se o Código de Propriedade Industrial (Lei nº 5.772/71), responsável por abordar de maneira mais completa a proteção das inovações, marcas, modelos de utilidade e desenhos industriais. Em seu artigo 2º, o Código definia que a proteção ao direito à propriedade industrial seria executada mediante a concessão de privilégios de invenção, de modelo e desenho industrial, bem como a concessão de registro de marcas, além da repressão a falsas indicações de procedência e à concorrência desleal (Brasil, 1971).

O código em questão foi substituído duas décadas após sua promulgação, pela atual Lei de Propriedade Industrial - LPI (Lei nº 9.279/96), que incorporou as mudanças globais no campo da propriedade intelectual e posicionou o Brasil de acordo com os compromissos internacionais, especialmente o Acordo TRIPS (Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio), que estabelece padrões mínimos de proteção aos países membros e que, ainda, originou a Organização Mundial do Comércio (OMC).

No campo dos direitos autorais, o qual difere-se um pouco das noções de propriedade industrial, conforme a pesquisa abordará a seguir, houve uma evolução paralela. A Lei nº 5.988 de 1973 foi um marco inicial, mas foi a Lei nº 9.610 de 1998 que trouxe uma visão moderna e mais completa, abordando detalhadamente os direitos morais e patrimoniais de autores em diversos formatos e mídias.

Infere-se, logo, que o panorama da propriedade intelectual no Brasil foi e é moldado por uma série de parâmetros jurídicos influenciados tanto por questões internas, quanto por compromissos internacionais. O alicerce legal construído nos últimos 200 anos no país, portanto, reflete a importância atribuída à inovação, criatividade e desenvolvimento econômico, garantindo um ambiente propício para o crescimento da indústria nacional.

3.1 ASPECTOS RELEVANTES SOBRE PROPRIEDADE INDUSTRIAL E DIREITO AUTORAL NO ORDENAMENTO BRASILEIRO

A propriedade industrial, também denominada como propriedade imaterial (Negrão, 2020), abrange o conglomerado de normas e princípios que protegem juridicamente os elementos intangíveis de uma empresa, como marcas, desenhos industriais, patentes, entre outros (Ramos, 2016). No âmbito do Direito da Moda, no entanto, discorrer sobre as diferenças entre propriedade industrial e direito autoral é medida que se impõe, diante das distintas possibilidades de proteção dos produtos criativos da indústria.

Nesse sentido, para Ramos (2016), o direito autoral tutela a obra, enquanto o direito da propriedade industrial tutela a técnica. Com efeito, ambos os segmentos, que podem ser considerados espécies do gênero Direito da Propriedade Intelectual, são convergentes por uma razão:

"O que o direito de propriedade industrial e o direito autoral têm em comum, pois, é o fato de protegerem bens imateriais, que resultam da atividade criativa do gênio humano, e não de forças físicas, razão pela qual são agrupados sob a denominação comum de direito de propriedade intelectual." (Ramos, 2016, p. 173)

A propriedade industrial, conforme estabelecido na Lei nº 9.279/96, principal dispositivo legal que versa sobre o tema, abrange a proteção de invenções, modelos de utilidade, desenhos industriais, marcas e indicações geográficas, e seu principal foco ainda é semelhante ao do Código de Propriedade Industrial de 1971, citado anteriormente nesta pesquisa. Isto é, o Direito da Propriedade Industrial fomenta a inovação e o desenvolvimento tecnológico, proporcionando ao titular o poder de explorar economicamente sua invenção e prevenindo a utilização não autorizada por terceiros (Brasil, 1996). No cenário *fashion*, a propriedade industrial protege, por exemplo, um método inovador de produção de tecido ou a marca empresarial -

sendo a última uma proteção particularmente relevante no setor, assegurando a identidade dos produtos lançados no mercado.

Já o direito autoral, segundo o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD), "é um conjunto de prerrogativas conferidas por lei à pessoa física ou jurídica criadora da obra intelectual, para que ela possa gozar dos benefícios morais e patrimoniais resultantes da exploração de suas criações – tais como textos, livros, pinturas, esculturas, músicas, fotografias etc¹".

O tema, regulado pela Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.610/98), destina-se à proteção de obras intelectuais listadas no artigo 7º do referido diploma legal:

"Art. 7º São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como:
I - os textos de obras literárias, artísticas ou científicas;
II - as conferências, alocuções, sermões e outras obras da mesma natureza;
III - as obras dramáticas e dramático-musicais;
IV - as obras coreográficas e pantomímicas, cuja execução cênica se fixe por escrito ou por outra qualquer forma;
V - as composições musicais, tenham ou não letra;
VI - as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas;
VII - as obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia;
VIII - as obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia e arte cinética;
IX - as ilustrações, cartas geográficas e outras obras da mesma natureza;
X - os projetos, esboços e obras plásticas concernentes à geografia, engenharia, topografia, arquitetura, paisagismo, cenografia e ciência;
XI - as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova;
XII - os programas de computador;
XIII - as coletâneas ou compilações, antologias, enciclopédias, dicionários, bases de dados e outras obras, que, por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam uma criação intelectual." (Brasil, 1998)

Em vista disso, o objetivo do direito autoral é preservar a expressão individual do criador, protegendo suas obras contra reprodução não autorizada e mantendo os direitos morais sobre a criação. Ou seja, compõe o ramo do direito privado que controla as relações jurídicas oriundas da criação e utilização dos tipos de obras intelectuais supracitadas (Bittar, 2008). Logo, no universo da moda, o direito autoral pode abranger desde o design exclusivo de uma estampa até uma coleção de alta-costura, onde a originalidade artística é o elemento central.

¹ Disponível em <https://www4.ecad.org.br/faq/o-que-e-direito-autoral/>. Acesso em: 11 nov. 2023.

Ademais, não obstante apresentem semelhanças e ocupem lugares próximos na legislação brasileira, o direito autoral é cuidado majoritariamente pela doutrina civilista, enquanto da propriedade industrial cuida o Direito Comercial (Moraes, 2002, p. 194), concentrando-se na proteção de interesses relacionados à concorrência e ao comércio.

Por certo, as diferenças apresentadas entre propriedade industrial e direito autoral não são meramente subjetivas, mas demonstram implicações práticas significativas. Enquanto as noções de propriedade industrial exigem um processo de registro para a obtenção de proteção, como é o caso das marcas e patentes, o direito autoral não requer formalidades para sua validade, restando a obra teoricamente protegida desde o momento da sua publicação. Contudo, embora não haja a obrigatoriedade de registro, este pode ser um eficaz instrumento de celeridade diante de disputas sobre a autoria e anterioridade da obra.

Essa diferenciação não apenas esclarece o âmbito de proteção de cada uma das áreas, mas também orienta os criadores e empresários do setor de moda sobre como proteger suas inovações e criações artísticas. No combate à pirataria e na reivindicação de direitos, tal entendimento é fundamental para assegurar que as criações *fashion* sejam devidamente resguardadas e valorizadas.

3.1.1 Registro de Patentes, Desenho Industrial e Marcas

No Brasil, uma patente representa o direito de exclusividade outorgado pelo Estado em relação a uma invenção ou modelo de utilidade. Para a concessão desse direito, é essencial que a invenção apresente características como novidade, atividade inventiva e possibilidade de aplicação industrial (INPI, 2013b).

Dessa forma, a LPI, responsável pela uniformização do tema no país, prevê duas espécies patenteáveis: as invenções e os modelos de utilidade. No tocante às invenções, ainda há uma lacuna de definição na legislação brasileira, mas tal ausência apoia-se na tradição legislativa nacional e internacional sobre o tema (Cerqueira, *apud* Coelho, 2019, p. 91) e justifica-se pela dificuldade em conceituar perfeitamente o que é uma invenção inovadora nos termos da patenteabilidade (Coelho, 2019).

O modelo de utilidade, por sua vez, para Coelho (2019) é uma espécie de aperfeiçoamento da invenção, cuja definição está disposta no artigo 9º da LPI, e que

deve representar um avanço tecnológico, isto é, um melhoramento funcional no uso ou na fabricação de um ato inventivo.

Em síntese, diante da ausência de uma conceituação clara de invenção, ao mesmo passo que aduz sobre a definição de modelo de utilidade, o legislador atentou-se apenas à criação de um rol de exclusão, listado no artigo 10 da LPI:

"Art. 10. Não se considera invenção nem modelo de utilidade:
I - descobertas, teorias científicas e métodos matemáticos;
II - concepções puramente abstratas;
III - esquemas, planos, princípios ou métodos comerciais, contábeis, financeiros, educativos, publicitários, de sorteio e de fiscalização;
IV - as obras literárias, arquitetônicas, artísticas e científicas ou qualquer criação estética;
V - programas de computador em si;
VI - apresentação de informações;
VII - regras de jogo;
VIII - técnicas e métodos operatórios ou cirúrgicos, bem como métodos terapêuticos ou de diagnóstico, para aplicação no corpo humano ou animal;
e
IX - o todo ou parte de seres vivos naturais e materiais biológicos encontrados na natureza, ou ainda que dela isolados, inclusive o genoma ou germoplasma de qualquer ser vivo natural e os processos biológicos naturais." (Brasil, 1996)

Destarte, o procedimento de patenteabilidade inicia-se com a apresentação de um pedido diante do INPI, órgão responsável pelo recebimento e processamento dos registros de propriedade industrial no Brasil. O pedido, portanto, conforme dispõe o site oficial do órgão, deve incluir três elementos: o conteúdo técnico, contendo uma descrição completa da invenção, reivindicações que determinam o escopo da proteção requerida, desenhos (quando aplicáveis) e um resumo; o requerimento de depósito; e o comprovante de pagamento da guia de retribuição relativa ao depósito.

Uma vez submetido, o pedido de patente passa por um exame de formalidades pelo INPI, assegurando que todos os documentos e informações necessários foram adequadamente fornecidos. Após, o titular do pedido possui direito de manter o depósito de patente em sigilo por um prazo de 18 meses até a publicação, a fim de permitir a realização de outros pedidos em países que não dispõem de prazo de prioridade (Paranaguá; Reis, 2009).

Seguindo a publicação, o pedido entra na fase de exame técnico, onde é analisado por um examinador do INPI. Este exame é decisivo, pois é aqui que se avalia se a invenção cumpre os requisitos legais de patenteabilidade. Se o exame técnico for favorável, a patente é concedida e o título de patente é publicado na RPI.

A partir daí, o titular da patente adquire o direito de impedir terceiros de produzir, usar, vender ou importar a invenção patenteada sem sua autorização, durante o prazo de vigência da patente - 20 anos para patentes de invenção e 15 anos para modelos de utilidade, contados a partir da data de depósito do pedido.

Ainda, cumpre frisar que o Brasil também é signatário do Acordo em Matéria de Patentes (PCT), tratado que permite o requerimento da proteção simultaneamente em diversos países, através de um único pedido internacional de patentes, cujo objetivo é "simplificar e tornar mais econômica a proteção das invenções quando a mesma for pedida em vários países" (INPI, 2021).

Em contrapartida, o desenho industrial pode ser considerado como a alteração dotada de futilidade, se relacionada com os bens imateriais patenteáveis. Ou seja, a mudança que o desenho industrial realiza nos objetos não expande a sua utilidade, mas apenas o transforma. Uma demonstração clara de tal distinção é se compararmos um modelo de móvel desenhado por um artista específico, protegido pelo instituto do desenho industrial, a um outro móvel qualquer. O revestido de proteção não tem maior utilidade que os demais, apenas cobre-se de arte - o que caracteriza o traço essencial da futilidade para fins de registro de desenho industrial no INPI (Coelho, 2019).

Igualmente regido pela LPI, o legislador definiu sobre os desenhos industriais:

"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)

Em consonância, o INPI (2013a) alude, ainda, que os registros de desenhos industriais desempenham um papel crucial na diversificação da indústria, sobretudo no setor moveleiro. Além de produtos não duráveis e de uso doméstico, o depósito também é relevante para produtos de maior complexidade técnica como automóveis. O intuito, portanto, é elevar o valor comercial do produto, visto que será mais atraente para o consumidor e, muitas vezes, a originalidade apresentada será o diferencial competitivo para a comercialização do mesmo.

Ademais, assim como no caso das patentes, o processo de registro do referido instituto é iniciado com depósito de requerimento no INPI e deve incluir uma descrição das inovações do desenho, isto é, dos motivos que o levam a distinguir-se de quaisquer outros, além da representação gráfica do que estiver sendo pleiteada a

proteção, bem como a especificação do campo de aplicação do objeto e o comprovante de pagamento da taxa oficial.

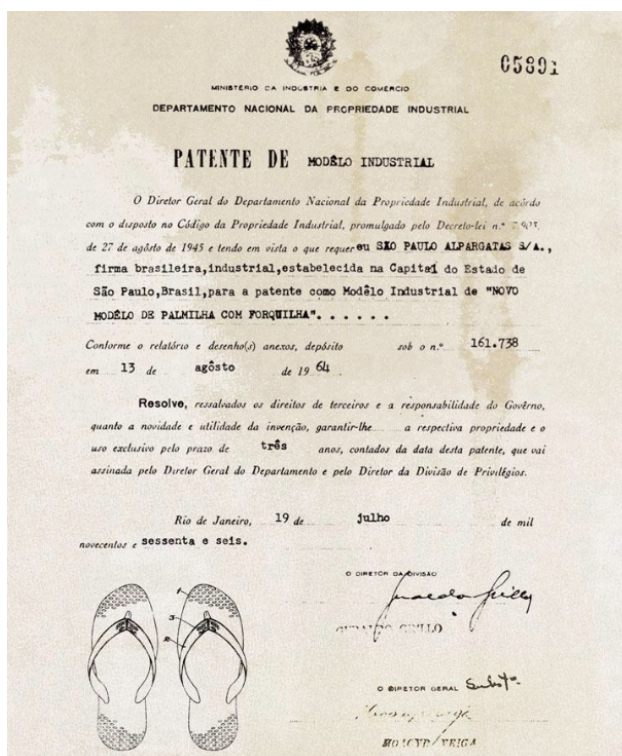
Portanto, quando um desenho industrial é protegido por registro, é concedido ao titular o direito à exploração comercial, através do uso direto (como a comercialização), licenciamento ou combate a imitações não autorizadas, inclusive ficam livres os titulares para excluir temporariamente a fabricação e/ou venda de qualquer produto no qual o desenho industrial registrado esteja inserido ou empregado (INPI, 2013a). Logo, vide artigo 108 da LPI, a proteção concedida aos titulares do registro de desenho industrial é válida pelo prazo de 10 anos a partir da data de depósito, podendo contar com três prorrogações sucessivas de 5 anos.

No setor da moda, o registro de desenho industrial é especialmente relevante, pois protege a estética única de artigos de moda, desde acessórios e joias, até a aparência de peças de vestuário e calçados, permitindo que *designers* e marcas mantenham a exclusividade de suas criações. A proteção de desenhos industriais é, portanto, um instrumento vital para incentivar a inovação e o desenvolvimento de novos *designs* no segmento *fashion*.

Conforme mencionado anteriormente, ainda que os objetos passíveis de proteção pelo instituto do desenho industrial não ofereçam novidade em relação à utilidade do produto, resta claro que a inovação estética é necessária, caso contrário o pedido será denegado, independentemente do modelo original (nos casos em que não verifica-se inovação) estar em domínio público.

Logo, tem-se como exemplo o caso sobre o calçado mais popular do Brasil: a sandália Havaiana. Em 1966, a patente de modelo industrial, tipo de proteção conferida pelo pretérito Departamento Nacional de Propriedade Industrial, com base no primeiro Código de Propriedade Industrial brasileiro (1945), foi concedida à empresa São Paulo Alpargatas pelo prazo de 15 anos, contados da data de concessão (Souza, 2015):

Figura 2 - Certificado de Patente de Modelo Industrial nº 05891/1966



Fonte: <https://www.facebook.com/HavaianasBrasil/photos/a.287966277965235/287966284631901/>.
Acesso em: 12 nov. 2023.

Posteriormente, diante do vencimento da proteção concedida e a entrada em domínio público da sandália Havaiana, a empresa OM BRAND LICENSIVE LICENCIAMENTO LTDA. (BR/RJ) requereu no INPI, à luz da atual Lei de Propriedade Industrial, o registro de desenho industrial sobre o modelo abaixo:

Figura 3 - Requerimento de Desenho Industrial DI 6801413-9



Fonte: Consulta à base de dados do INPI

Resta claro que o pedido apresentado pela empresa supracitada, em 2008, não demonstra inovação estética sobre a sandália já existente, isto é, não adiciona nenhum elemento ornamental que eleve o valor comercial do produto ou o torne mais interessante para o consumidor. Dessa maneira, o INPI reconheceu a ausência

dos requisitos essenciais para conceder a proteção e instaurou processo de nulidade sobre o registro, julgado nulo por violação ao artigo 95 da LPI (INPI, 2013), cujo texto declara:

"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)

Conclui-se, portanto, que a proteção pela via do desenho industrial não deve ser apenas uma opção, mas uma obrigação e necessidade às marcas que desejem manter sua exclusividade e diferencial de mercado. Quando abordamos o recorte de marcas slow fashion, o tema é ainda mais relevante, uma vez que o sistema de moda lenta não é visto com as lentes capitalistas da rentabilidade, isto é, o sistema de consumo e as políticas governamentais ainda imperam na condução da compra desenfreada e focados na ausência da conscientização adequada do consumidor.

Sendo assim, seria necessária uma estratégia de demonstração para as empresas que o atual modelo de consumo mundial é prejudicial ao futuro social e ambiental do planeta, ponto este considerado desfavorável ao sistema econômico capitalista, pois a indústria slow fashion não produz em série e, por consequência, não corrobora com a priorização dos lucros (Lee, *apud* Mori, 2016, p. 26). Logo, a fim de elevar a capacidade competitiva das marcas adeptas à filosofia slow fashion, buscar o apoio do Direito da Propriedade Intelectual enquanto elemento protecionista e facilitador ao crescimento empresarial é medida que se impõe.

Para além dos produtos e suas características (in)tangíveis, protegidos pelas concessões de patentes e DI, há um terceiro instituto na LPI relevante para a presente pesquisa: as marcas. Segundo o ordenamento jurídico brasileiro, marcas são "os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais." (Brasil, 1996), caso em que, assim como sobre as patentes, o legislador instituiu um rol de elementos impeditivos à elucidação de um sinal enquanto marca:

"Art. 124. Não são registráveis como marca:
I - brasão, armas, medalha, bandeira, emblema, distintivo e monumento oficiais, públicos, nacionais, estrangeiros ou internacionais, bem como a respectiva designação, figura ou imitação;
II - letra, algarismo e data, isoladamente, salvo quando revestidos de suficiente forma distintiva;

III - expressão, figura, desenho ou qualquer outro sinal contrário à moral e aos bons costumes ou que ofenda a honra ou imagem de pessoas ou atente contra liberdade de consciência, crença, culto religioso ou idéia e sentimento dignos de respeito e veneração;

IV - designação ou sigla de entidade ou órgão público, quando não requerido o registro pela própria entidade ou órgão público;

V - reprodução ou imitação de elemento característico ou diferenciador de título de estabelecimento ou nome de empresa de terceiros, suscetível de causar confusão ou associação com estes sinais distintivos;

VI - sinal de caráter genérico, necessário, comum, vulgar ou simplesmente descritivo, quando tiver relação com o produto ou serviço a distinguir, ou aquele empregado comumente para designar uma característica do produto ou serviço, quanto à natureza, nacionalidade, peso, valor, qualidade e época de produção ou de prestação do serviço, salvo quando revestidos de suficiente forma distintiva;

VII - sinal ou expressão empregada apenas como meio de propaganda;

VIII - cores e suas denominações, salvo se dispostas ou combinadas de modo peculiar e distintivo;

IX - indicação geográfica, sua imitação suscetível de causar confusão ou sinal que possa falsamente induzir indicação geográfica;

X - sinal que induza a falsa indicação quanto à origem, procedência, natureza, qualidade ou utilidade do produto ou serviço a que a marca se destina;

XI - reprodução ou imitação de cunho oficial, regularmente adotada para garantia de padrão de qualquer gênero ou natureza;

XII - reprodução ou imitação de sinal que tenha sido registrado como marca coletiva ou de certificação por terceiro, observado o disposto no art. 154;

XIII - nome, prêmio ou símbolo de evento esportivo, artístico, cultural, social, político, econômico ou técnico, oficial ou oficialmente reconhecido, bem como a imitação suscetível de criar confusão, salvo quando autorizados pela autoridade competente ou entidade promotora do evento;

XIV - reprodução ou imitação de título, apólice, moeda e cédula da União, dos Estados, do Distrito Federal, dos Territórios, dos Municípios, ou de país;

XV - nome civil ou sua assinatura, nome de família ou patronímico e imagem de terceiros, salvo com consentimento do titular, herdeiros ou sucessores;

XVI - pseudônimo ou apelido notoriamente conhecidos, nome artístico singular ou coletivo, salvo com consentimento do titular, herdeiros ou sucessores;

XVII - obra literária, artística ou científica, assim como os títulos que estejam protegidos pelo direito autoral e sejam suscetíveis de causar confusão ou associação, salvo com consentimento do autor ou titular;

XVIII - termo técnico usado na indústria, na ciência e na arte, que tenha relação com o produto ou serviço a distinguir;

XIX - reprodução ou imitação, no todo ou em parte, ainda que com acréscimo, de marca alheia registrada, para distinguir ou certificar produto ou serviço idêntico, semelhante ou afim, suscetível de causar confusão ou associação com marca alheia;

XX - dualidade de marcas de um só titular para o mesmo produto ou serviço, salvo quando, no caso de marcas de mesma natureza, se revestirem de suficiente forma distintiva;

XXI - a forma necessária, comum ou vulgar do produto ou de acondicionamento, ou, ainda, aquela que não possa ser dissociada de efeito técnico;

XXII - objeto que estiver protegido por registro de desenho industrial de terceiro; e

XXIII - sinal que imite ou reproduza, no todo ou em parte, marca que o requerente evidentemente não poderia desconhecer em razão de sua atividade, cujo titular seja sediado ou domiciliado em território nacional ou em país com o qual o Brasil mantenha acordo ou que assegure

reciprocidade de tratamento, se a marca se destinar a distinguir produto ou serviço idêntico, semelhante ou afim, suscetível de causar confusão ou associação com aquela marca alheia." (Brasil, 1996)

Para autores como Costa (*apud* Souza, 2015, p. 155), a conceituação de marca pode variar significativamente dependendo de quem estará conceituando. Ora, certamente profissionais como juristas, designers, linguistas, sociólogos e publicitários possuem noções distintas do significado de marca, bem como os consumidores terão outras concepções acerca do tema, logo, embora diferentes, não podem ser consideradas incorretas, apenas imprecisas e incompletas.

Nesse sentido, embora a caracterização de marca não seja perfeitamente delineada na legislação brasileira, a taxatividade do rol de proibições não impediu que a proteção fosse amplamente requerida pelas empresas brasileiras, visto que um ponto entre todos os conceitos é comum: marcas são ativos empresariais cruciais para a identificação no mercado. Segundo o INPI (2023a), no período de 2018 a 2022, mais de um milhão e quinhentos mil pedidos de registro de marcas foram depositados na base do órgão. O notável crescimento da busca por proteção vai de encontro com o crescimento empresarial no Brasil, que, conforme o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (2023), até maio de 2023 o país contava com mais de 21 milhões de CNPJs ativos.

Importa destacar, ainda, que as marcas, além de sua definição e função principal de atuar como sinal de distintividade, possuem algumas funções secundárias, entre elas: a concorrencial, a identificadora, a individualizadora e a publicitária (Domingues, *apud* Souza, 2015, p. 157-158). No entanto, subscrevendo as noções sobre o impacto socioeconômico das criações e marcas de moda, Souza (2015) acrescenta uma função emocional às marcas:

"Sem dúvida, também na Indústria da Moda a marca desempenha uma função distintiva, mas nesse setor existe outra função que transcende as demais. Trata-se da função simbólica, posto que a decisão de compra em alguns segmentos, entre os quais a Indústria da Moda se inclui, é principalmente emocional." (Souza, 2015, p. 161)

Ainda, a autora elucida como exemplo o caso da indústria de artigos de luxo, na qual possui um consumidor que adquire a marca, e não o produto como o item central da compra. Isto é, o comprador consome a marca, e não a mercadoria, pois "a motivação da compra é o desejo de possuir o produto com aquela marca, sem ela a compra pode não se justificar." (Souza, 2015, p. 161).

No que tange o processo de registro das marcas no Brasil, este inicia com a protocolização de um formulário na base do INPI com informações básicas sobre a marca, como: signo nominativo, figurativo (se houver) e detalhamento do segmento de atuação da marca (aqui, é possível escolher uma ou mais das chamadas classes de produtos e serviços, dentre as 45 disponíveis). Sobre a utilização das classes como fator de distinção, o órgão explica:

"Quando você deposita o seu pedido de marca, é necessário indicar quais produtos ou serviços sua marca visa a proteger. O INPI adota a Classificação Internacional de Produtos e Serviços de Nice (NCL, na sigla em inglês), que possui uma lista de 45 classes com informações sobre os diversos tipos de produtos e serviços e o que pertence a cada classe." (INPI, 2023b)

Após a formalização do pedido, o requerimento passa por um exame formal e, se instruído corretamente, é publicado na RPI. Logo, abre-se um prazo para apresentação de oposições, ou seja, é oportunizado a terceiros que adicionem ao processo de registro de marca em questão contestações sobre o pedido, alegando possíveis conflitos ou confusões com marcas já existentes. Geralmente, a oposição é apresentada por marcas concorrentes que entendem o requerimento como uma ameaça à distintividade de um sinal próprio já registrado.

Passados os 60 dias para apresentação de oposição, caso não haja impedimentos, o INPI prossegue com o exame de mérito - momento este que analisa se a marca requerente atende aos critérios dispostos na LPI, incluindo possíveis colidências com marcas anteriores. Se aprovada, a marca é deferida e o titular recebe, após o pagamento das devidas taxas, o certificado de registro de marca, documento que representa a concessão do direito de explorar com exclusividade a marca dentro do segmento mercadológico solicitado.

Ademais, conforme aduz o artigo 133 da LPI: "O registro da marca vigorará pelo prazo de 10 (dez) anos, contados da data da concessão do registro, prorrogável por períodos iguais e sucessivos." (Brasil, 1996).

Em síntese, diante do exposto sobre os três principais ativos empresariais registráveis com base na LPI, Medeiros (2015) condensa:

"Para um breve modelo de como seria a aplicação dos institutos mencionados, as golas e recortes aplicados em um vestido que ofereçam um novo design à peça, tornando-a distinta dos demais vestidos, podem ser protegidas pelo registro de desenho industrial; mas se a criação for de um novo zíper que, ao fechar, se torne invisível aos olhos dos observadores,

por exemplo, essa é uma melhoria à peça que poderá ser tutelada pela patente de modelo de utilidade, apesar de não ser este um design de moda propriamente dito, conforme veremos adiante. Já o estilista que aplique em suas peças um sinal distintivo, individualizando o seu trabalho, poderá proteger suas criações por meio do registro de marca." (Medeiros, 2015)

Outrossim, no Brasil, os mecanismos de proteção à propriedade industrial, incluindo patentes, desenhos industriais e marcas, são projetados para serem acessíveis e economicamente viáveis². Notavelmente, esses institutos não exigem o intermédio de procuradores, o que facilita o acesso direto por parte dos criadores e empresários. Esta acessibilidade é fundamental, especialmente quando trata-se do Direito da Moda, onde a proteção da propriedade intelectual é crucial para a garantia da exclusividade de produtos, composições estéticas e marcas. Contudo, há uma urgente necessidade de disseminar informações e elevar a conscientização entre *designers* e empresários de moda sobre as vantagens de proteger suas criações.

Isto posto, a proteção da propriedade imaterial não apenas salvaguarda as inovações e a identidade de uma marca, mas também contribui significativamente para a valorização comercial e o desenvolvimento sustentável do setor. Portanto, a ampla divulgação desses mecanismos de proteção e seus benefícios pode levar a uma maior utilização desses recursos, fortalecendo a indústria da moda como um todo.

² Segundo as tabelas de retribuições dos serviços prestados pelo INPI, disponíveis no website oficial do órgão, as taxas iniciais de requerimento de patentes, desenhos industriais e marcas, variam de 70 a 415 reais.

4 REGISTRO DE OBRA INTELECTUAL: MARCO DE ANTERIORIDADE E FERRAMENTA DE IMPACTO NA SEGURANÇA JURÍDICA

Atualmente, em meio à globalização econômica, é possível observar uma intensificação dos processos criativos e da competitividade empresarial, levando a uma crescente preocupação com a proteção das obras intelectuais. Sem embargo, essa atenção à proteção da propriedade autoral não foi sempre uma constante na história, diferentemente dos inventos industriais. A consciência, portanto, sobre os direitos dos criadores começou a se formar somente quando as inovações passaram a ser reproduzidas em larga escala (Ramos, 2016) - no âmbito da moda, por sua vez, o assunto muito se relaciona ao surgimento do *fast fashion*, conforme abordado anteriormente nesta pesquisa.

Ao regredir na história da arte, conforme Ramos (2016), constata-se que figuras renomadas como Leonardo da Vinci, reconhecido por sua genialidade criativa, já adotavam medidas pessoais para proteger suas obras, utilizando métodos como a escrita invertida e a inserção intencional de erros em seus textos:

"Pelo visto, Leonardo da Vinci estava realmente à frente de seu tempo, uma vez que, num período em que ainda não se tinha a plena noção da necessidade de proteção das invenções, ele mesmo já se encarregava de fazê-lo, sabedor da importância de se defender o saber criativo. Todavia, esses primeiros registros de proteção das criações e invenções identificados pelos historiadores na Europa consistiam apenas em meros privilégios, sempre vinculados a critérios políticos de conveniência e oportunidade." (Ramos, 2016, p. 174)

Nesse sentido, no cenário brasileiro, ainda na seara da propriedade imaterial, surge uma quarta espécie de proteção disponível: o registro de obra intelectual. No entanto, antes de discorrer sobre o procedimento e sua importância para marcas da indústria da moda, sobretudo no recorte *slow fashion*, salienta-se que o instituto da obra intelectual é protegido por legislação diversa à que vigora sobre patentes, DI e marcas - agora, a norma competente é a Lei de Direitos Autorais.

A Lei nº 9.610/98, "regula os direitos autorais, entendendo-se sob esta denominação os direitos de autor e os que lhes são conexos." (Brasil, 1998) e enquadra tais direitos como bens móveis, em consonância com o artigo 83, inciso III do Código Civil brasileiro, ato legislativo que rege, de maneira mais amplificada, esta categoria de direitos.

Cabe, portanto, pontuar quais são os direitos de autor estabelecidos pelo legislador: os morais e os patrimoniais. A primeira espécie seria "uma emanção da personalidade do autor e que estão intimamente ligados à relação do autor com a elaboração, a divulgação e a titulação de sua obra" (Branco; Paranaguá, 2009, p. 47), enquanto a segunda refere-se, resumidamente, à possibilidade de exploração econômica da obra.

Outrossim, conforme citado no item 3.1, o mencionado diploma legal apresenta, em seu artigo 7º, um rol considerado exemplificativo - e não taxativo - sobre as obras passíveis de proteção. Em consonância, o Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios julgou, em 1994, a evidente possibilidade de aplicação do rol legislativo a outras obras intelectuais que não as abarcadas expressamente pela LDA:

"AÇÃO RESCISÓRIA. DECISÃO DECLARATÓRIA DE DIREITO AUTORAL. 1. CRIAÇÃO DA "FEIRA DE AMOSTRAS DO COMÉRCIO E DA INDÚSTRIA DE TAGUATINGA - FACITA". 2. SEU COMPETENTE REGISTRO. 3. ALCANCE DO DISPOSTO NO ART. SEXTO, SS/ITENS, DA LEI 5.988/73.

1. As hipóteses elencadas nos doze itens do art. sexto, da lei 5.988/73, são meramente exemplificativas, e não taxativas, razão pela qual não esgotam, de sua proteção, as possíveis obras intelectuais de criação do espírito, como no caso em concreto, a da idealização e concretização da "Feira de Amostras do Comércio e da Indústria de Taguatinga-FACITA", de cujo registro cuidou, inclusive, seu idealizador.

2. De outro modo, a decisão rescindenda, ao acolher o pedido declaratório de direito autoral, não o fez com ofensa à literal disposição legal - art. sexto, ss/itens, Lei 5.988/73 -, sobre a qual, sequer, ocorre divergência jurisprudencial.

Rejeitada a preliminar de carência ao pedido rescisório. Convertido o depósito em multa a favor da parte ré. Ônus processuais da parte autora. Maioria.

(Acórdão 76856, ARC22887, Relator: EDMUNDO MINERVINO, , Revisor: MARIO MACHADO, 1ª Câmara Cível, data de julgamento: 14/12/1994, publicado no DJU SEÇÃO 3: 14/6/1995. Pág.: 8)" (Brasil, 1995)

Ademais, para além das obras intelectuais listadas no artigo 7º supramencionado, a legislação ainda ostenta uma relação de obras que manifestamente não recebem proteção da figura do direito autoral:

"Art. 8º Não são objeto de proteção como direitos autorais de que trata esta Lei:

I - as idéias, procedimentos normativos, sistemas, métodos, projetos ou conceitos matemáticos como tais;

II - os esquemas, planos ou regras para realizar atos mentais, jogos ou negócios;

III - os formulários em branco para serem preenchidos por qualquer tipo de informação, científica ou não, e suas instruções;

- IV - os textos de tratados ou convenções, leis, decretos, regulamentos, decisões judiciais e demais atos oficiais;
- V - as informações de uso comum tais como calendários, agendas, cadastros ou legendas;
- VI - os nomes e títulos isolados;
- VII - o aproveitamento industrial ou comercial das idéias contidas nas obras." (Brasil, 1998)

Ora, as criações de moda, portanto, embora não constem nas hipóteses mencionadas pelo artigo 7º, também não estão exemplificadas no rol proibitivo do artigo 8º. Logo, depreende-se que outras criações intelectuais, assim como os *designs* de moda, logram proteção e apoio da LDA (Lyra, 2018), sobretudo no que tange à espécie dos direitos patrimoniais do autor - categoria de maior relevância para a conclusão da presente pesquisa.

Em acréscimo à diferenciação entre os direitos autorais e os elementos pertencentes à propriedade industrial, Cruz (*apud* Oliveira, 2020, p. 33) expõe que a distinção entre o DI e uma obra protegida pela LDA é que o primeiro, por compor um produto, possui uma função estética que é também minimamente utilitária, enquanto a segunda tem finalidade unicamente estética e não integra um produto.

Seria possível, portanto, levantar questionamentos sobre a real serventia da LDA no Direito da Moda? A resposta será construída de maneira mais aprofundada ainda neste capítulo, mas, resumidamente, conclui-se necessário garantir proteção não somente ao produto físico ou elemento plástico integrante, mas à noção de anterioridade de autoria - oportunidade esta que mostra-se disponível no procedimento de registro de obra intelectual.

4.1 A IMPORTÂNCIA DA CONSTATAÇÃO DE ANTERIORIDADE DE DIREITOS AUTORAIS SOB A ÓTICA DO DIREITO DA MODA

O mecanismo do DA tutela as expressões criativas e científicas e, para que atinja as criações de moda, Silveira (*apud* Lyra, 2018, p. 73) define que estas deveriam desvincular-se da noção de utilidade (função já protegida pelo registro de desenho industrial). Logo, uma peça de roupa poderá ser protegida pelo registro de DA caso seja encoberta de elementos de criatividade que forneçam exclusividade à peça, ou seja, a expressão autoral do artigo precisa diferenciá-lo e torná-lo único frente aos itens da mesma categoria já existentes. Para Lyra (2018, p. 73-74): "O vestido comum sem nenhum [*sic*] expressão autoral, não seria passível de proteção,

mas um vestido com corte, estampa ou bordado diferenciado, por exemplo, pelo [sic] poderia ser protegido pelo direito de autor".

Contudo, de acordo com a legislação que regula o tema, a proteção formal de direitos autorais trata-se de uma opção, e não uma obrigação, restando livre o autor para optar ou não pelo registro. O artigo 19 da LDA define que o registro, embora facultativo, pode ser depositado, a depender da natureza da obra intelectual, nos seguintes órgãos: na Biblioteca Nacional, na Escola de Música e na Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, no Instituto Nacional do Cinema, ou no Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia, mencionando o artigo 17 da antiga LDA (Brasil, 1998). Mas, diante da faculdade conferida ao autor, qual seria o motivo que o levaria à registro de suas obras? A prova de anterioridade.

Sob esta ótica, Coelho (2019), leciona que embora os registros não possuam natureza constitutiva, isto é, não configuram um direito incontestável, estes desempenham um papel crucial na comprovação da anterioridade da criação, que pode ser fundamental na defesa litigiosa dos direitos autorais. Todavia, ao contrário dos autores, que podem reivindicar a titularidade dos direitos à qualquer tempo na via judicial, independentemente de averbação no órgão competente, figuras como empresários não podem requerer tutela da LDA sem exhibir o registro formal.

No mesmo sentido, para Branco e Paranaguá:

"O registro pode ser útil, portanto, para o caso de se precisar fazer prova em eventual disputa — judicial ou não — em que mais de uma pessoa pleiteie ser titular dos direitos sobre determinada obra. É importante ressaltar que o registro não constitui nenhum direito, ou seja, não é o fato de se ter o registro de uma obra que seu titular será considerado autor. Em uma disputa judicial, o juiz analisará o registro como qualquer outra prova e, caso se convença de que o titular do registro não é o autor, poderá decidir em favor daquele que não é o detentor do registro." (2009, p. 29)

Dessa maneira, a realização do registro de obra intelectual de itens criados e produzidos por personagens da indústria da moda é medida que impera, diante do crescimento do cenário de cópias e imitações no segmento *fashion*, conforme já demonstrado anteriormente na presente pesquisa.

No tocante às marcas adeptas à filosofia *slow fashion*, o procedimento é ainda mais importante, visto que estas empresas, muitas vezes dotadas de menos recursos do que as grandes companhias do setor de vestuário, enfrentam desafios significativos para manter sua competitividade. Portanto, a verificação de

anterioridade autoral serve como um instrumento essencial para salvaguardar a originalidade e a identidade dessas marcas, garantindo-lhes um espaço no mercado cada vez mais saturado e competitivo.

Conforme consta no website oficial da Fundação Biblioteca Nacional do Brasil, se o requerente for criador de obra intelectual ou titular de direitos autorais por cessão ou herança, a solicitação do registro serve para "[...] garantir maior segurança jurídica e evitar ou facilitar a resolução de conflitos judiciais e extrajudiciais futuros através da certificação pública de sua declaração de autoria ou titularidade sobre a obra intelectual" (Brasil, 2022).

Mas, tratando-se das criações de moda, os chamados *designs* estariam protegidos por completo pela LDA? A resposta, para a doutrina, não é pacífica. No entanto, cabe destacar que um fato é incontroverso: os elementos estéticos das peças (bordados, padronagem, estampas, etc), quando tratados separadamente, são sempre atingidos pela tutela do direito autoral (Giacchetta; Santos, 2018):

"Desse modo, ressalta-se que os bordados, estampas e outros elementos que compõem o design e que sejam dissociados da forma necessária das roupas (i.e., possam ser aplicados em quaisquer outros materiais e formas, sem perder seu caráter artístico), seriam enquadrados como obras protegidas, recebendo proteção pelo direito autoral."

Logo, o procedimento para requerimento do registro de direitos autorais depende do órgão competente. A presente pesquisa, por sua vez, seguirá debruçada sobre os procedimentos disponíveis no Escritório de Direitos Autorais da Biblioteca Nacional e na Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, que, nos termos da LDA, possuem legitimidade para receber e processar os pedidos de registro de obras como desenhos e outras criações estéticas.

Em ambos os casos, os métodos de registro são bastante semelhantes, com algumas particularidades de cada órgão responsável. Para requerer o registro de DA na Biblioteca Nacional, podemos dividir o processo em cinco etapas: documentação, pagamento, preenchimento de formulário, entrega ou envio do requerimento e acompanhamento do pedido. O procedimento na Escola de Belas Artes da UFRJ, por sua vez, embora apresente requerimentos muito similares, é um pouco mais simplificado, em razão da sua natureza *online*.

Os documentos obrigatórios solicitados pelos órgãos são: cópia da obra a ser protegida (para depósito na BN, a cópia precisa ser física), formulário de

requerimento do respectivo órgão preenchido, documento de identificação do autor ou titular de direitos por cessão ou herança e comprovante do pagamento da GRU. Sobre os custos, o valor do processo de registro realizado pela BN varia entre 20 a 60 reais, enquanto o da Escola de Belas Artes da UFRJ tem o valor fixo de 150 reais³. Ademais, o prazo médio para processamento e avaliação do pedido é de 90 dias e, assim como nas opções disponibilizadas pela LPI, o registro de direitos autorais não exige intermédio de procuradores, facilitando, portanto, o acesso e a obtenção da proteção necessária.

Ademais, diante da convergência de interesses entre a LDA e a LPI, quando relacionadas ao Direito da Moda, cumpre frisar a possibilidade de cumulação protetiva, isto é, a dupla proteção das criações *fashion*, como a soma de registro de direitos autorais e registro de desenho industrial, a fim de elevar a segurança jurídica sobre as obras. À vista disso, Carretoni (*apud* Lyra, 2018, p. 85), aduz:

"Assim, tanto o direito de autor quanto o desenho industrial protegem criações com caráter estético, sendo que, no Brasil, é excluída expressamente da proteção por desenhos industriais as "obras de arte pura", enquanto não há disposição expressa na legislação a respeito da possibilidade de proteção, também, como direito de autor, das criações de forma, com conteúdo estético, mas não intrinsecamente obras de arte pura. Diante disso, os titulares de criações que envolvem objetos de design podem potencialmente recorrer a mais de um instituto de proteção de direitos da Propriedade Intelectual, sendo, portanto, possível que às obras de arte aplicada seja conferida proteção por desenho industrial e também por direito de autor, uma vez que, como já estudado acima, a destinação industrial não impede a proteção autoral. Sendo admitida a cumulação de proteções sobre uma mesma criação, discute-se sobre a possibilidade e a conveniência de o seu titular invocar ambas para colocar em prática a defesa de seus direitos. Essa situação poderia permitir, em muitos casos, que os titulares invocassem a proteção por direito de autor para a criações de design, com conteúdo artístico inexpressivo, unicamente com o propósito de valerem-se, principalmente, do prazo ampliado de sua vigência. Neste sentido, levanta-se uma questão importante ao se tratar da dupla proteção, qual seja os limites da sua aplicabilidade. Conforme explicitado acima, a dupla proteção por desenho industrial e direito autoral deve ser permitida, porém deve-se sempre levar em conta o objetivo desta múltipla proteção, para que não extrapole a função social da propriedade intelectual. Assim sendo, importante observar com cautela a finalidade social e econômica de cada instituto de proteção, a fim de evitar com que um indivíduo busque a proteção por direitos autorais somente com o propósito de aumentar o prazo da referida tutela, que para o direito autoral é superior àquele conferido pela propriedade industrial, para impedir a atuação de seus concorrentes. Vale recordar que a propriedade intelectual tem como uma de suas funções principais incentivar o desenvolvimento não somente tecnológico mas também criativo, portanto o sistema da dupla proteção deve respeitar as respectivas finalidades de cada instituto para que não seja conferido a uma

³ Valores disponíveis para consulta em https://www.gov.br/bn/pt-br/atuacao/direitos-autorais-1/documentos-do-eda-2/copy_of_tabeladeretribui_o.pdf e <https://direitosautorais.eba.ufrj.br/registro>

só pessoa o direito de se apropriar de um determinado elemento de design e delimitar a criatividade de outros designers impedindo, de forma abusiva, a referência ao referido elemento protegido."

Logo, o ordenamento jurídico brasileiro atual, embora aborde separadamente as proteções de propriedade imaterial disponíveis, não elimina a possibilidade de acumular os mencionados dispositivos legais:

"Adotando a dualidade de proteção, tão combatida pelos autores franceses, a lei, entretanto, não exclui a possibilidade da cumulação das leis sobre a propriedade artística e sobre desenhos e modelos, em casos especiais. As obras artísticas, e só elas, continuam protegidas pelo Código Civil e lei especial; os desenhos e modelos industriais regem-se pela sua lei especial. Nada impede, porém, que, tratando-se de obra artística aplicada a um objeto industrial ou posta no comércio como modelo industrial, seu autor invoque a proteção do Código Civil para a obra considerada sob a sua natureza intrínseca de obra de arte, e a da lei especial para o modelo. A reprodução de uma obra de arte por processos industriais ou a sua aplicação à indústria não a desnaturam, não lhe tiram o caráter artístico. Não se pode, pois, negar ao autor o reconhecimento do seu direito, nos moldes da lei civil, nem a proteção do desenho ou modelo, como tal, no campo da concorrência." (Cerqueira *apud* Medeiros, 2015)

Conclui-se, portanto, que no mercado da moda, a proteção da propriedade imaterial, sobretudo a oferecida pelo Direito Autoral, confere aos criadores uma segurança jurídica que não apenas incentiva a continuidade de sua própria produção criativa, mas também motiva outros profissionais afins a desenvolverem e divulgarem novas criações. Esse efeito estimulante do DA contribui significativamente para o avanço e o progresso tanto econômico quanto sociocultural, fomentando um ambiente mais rico e diversificado no mercado criativo (Lyra, 2018).

4.2 ANÁLISE DA PROTEÇÃO DE DIREITOS AUTORAIS SOBRE CRIAÇÕES DE MODA COMO FORMA DE SEGURANÇA JURÍDICA NOS TRIBUNAIS BRASILEIROS

Como visto, resta claro que criadores de moda de grande poder aquisitivo ou associados a grandes grupos econômicos são as figuras majoritariamente beneficiadas pelo paradoxo da pirataria como medida de retroalimentação do mercado, que funciona para manter o setor em constante renovação e funcionamento. No tocante a profissionais mais incipientes, que ainda estão escalando seus próprios negócios e criações, estes são visceralmente prejudicados

com a intensidade das cópias e práticas piratas, visto que, além de não alcançarem o devido reconhecimento por suas obras, ainda precisam assistir à exposição destas ao consumo por gigantes do *fashion* - que desqualificam e invisibilizam a verdadeira autoria (Arruda, 2019). Logo, é necessário agir preventivamente, a fim de tornar mais célere a compensação pelos danos sofridos quando episódios de violação de propriedade imaterial ocorrem.

Com efeito, a constatação de anterioridade de autoria é fator relevante para garantir segurança jurídica às empresas do ramo da moda. Tal proteção, facilitada pelo registro de direitos autorais, pode ser um elemento chave para evitar providências demasiadamente lentas e onerosas quando surge a necessidade de comprovação da precedência de autoria.

Sob este prisma, sendo os direitos autorais parte integrante dos chamados direitos de personalidade, como visto anteriormente no presente trabalho, conclui-se pela viabilidade da aplicação destas garantias às pessoas jurídicas envolvidas na autoria e desenvolvimento das criações de moda, nos termos do artigo 52 do Código Civil brasileiro, que dispõe: "Art. 52. Aplica-se às pessoas jurídicas, no que couber, a proteção dos direitos da personalidade" (Brasil, 2002).

Dessa maneira, os Tribunais brasileiros têm corroborado com a ideia de que é possível que o mercado da moda seja atingido pela tutela da LDA, isto é, a proteção de direitos autorais é uma ferramenta positiva para combater episódios de concorrência desleal e outros problemas causados por incidentes de plágio e pirataria:

"EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL. PROCESSUAL CIVIL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. VIOLAÇÃO DE DIREITOS AUTORAIS. "FASHION LAW" (DIREITO DA MODA). ALEGAÇÃO DE PLÁGIO EM CRIAÇÕES VESTUARIAS. PROTEÇÃO. NECESSIDADE. LEI Nº 9.610/98. REQUISITOS DE ORIGINALIDADE E INOVAÇÃO. ÔNUS DA PROVA. SISTEMA DO LIVRE CONVENCIMENTO MOTIVADO. DANOS MORAIS. DESNECESSIDADE DE COMPROVAÇÃO DO PREJUÍZO. DANO IN RE IPSA. SENTENÇA MANTIDA. I. A proteção dos direitos de autor, positivada por meio da Lei nº 9.610/98 (LDA), está estritamente ligada ao caráter subjetivo e personalíssimo das criações do espírito, materializados pelas noções de inovação/criatividade e originalidade, conforme cláusula geral protetiva, referente a obras intelectuais que sejam "criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte". II. Nesse norte, hialina é a vedação da Lei nº 9.610/98 de reprodução de obra sem anuência ou transferência expressa dos direitos pelo titular da mesma (artigos 28 e 29), sob pena de configurar plágio, implicando em consequências civis e criminais. **III. As criações, ou seja, a propriedade intelectual do mundo da moda, certamente estão protegidas pelos direitos do autor, na medida em que as criações refletem a arte de seus**

profissionais criadores, bem como que a proteção torna-se imprescindível visto que a exclusividade, na maioria das vezes, é de caráter concorrencial. IV. O plágio, em que pese a ausência de definição legal, vem sendo entendido pela doutrina e jurisprudência, como "o ato de apresentar como de sua autoria uma obra elaborada por outra pessoa", sendo "considerada como indevida a reprodução de obra que seja substancialmente semelhante a outra preexistente" (REsp 1645574/SP, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, 3ª Turma, julgado em 14/02/2017, DJe 16/02/2017). V. O ônus da prova incumbe ao autor, quanto ao fato constitutivo do seu direito, conforme o disposto no art. 373, I, do Código de Processo Civil. Neste sentido, tendo o requerente em sede de ação indenizatória desincumbido do seu ônus probatório, notadamente em virtude de documentos comprobatórios, a procedência do pedido inicial é medida que se impõe. VI. O Código de Processo Civil de 2015 ratificando o entendimento do pretérito CPC de 1973 adotou referido sistema, da livre convicção, mas de maneira mais atualizada compreensão sobre a atividade jurisdicional, referendou um novo sistema da persuasão racional em que o convencimento do juiz precisa ser motivado. VII. Em atenção à jurisprudência do Excelso Superior Tribunal de Justiça, a simples violação do direito de propriedade autoral implica o dever de ressarcir o dano, ou seja, prescinde de comprovação, pois se consubstancia na própria violação do direito. VIII. Tendo o autor se desincumbido do ônus da prova do fato constitutivo de seu direito ao, na forma do art. 373, I, do CPC/15, e a parte requerida não se desincumbido do ônus que lhe cabia, a procedência do pedido é medida que se impõe.

(TJ-MG - AC: 10000210017380001 MG, Relator: Luiz Artur Hilário, Data de Julgamento: 10/11/2021, Câmaras Cíveis / 9ª CÂMARA CÍVEL, Data de Publicação: 16/11/2021)" (Brasil, 2021, grifo nosso)

Ainda:

"DIREITO AUTORAL - Ação de conhecimento fundada em suposta ofensa a direitos autorais de caráter moral e patrimonial relativos à contrafação de ilustrações/desenhos "Cats Just Want To Have Fun", da qual a autora é detentora - Reprodução e comercialização indevida pela ré de conjuntos de compostos por camisetas estampadas com as referidas ilustrações extraídas da internet - Sentença de procedência parcial - Inconformismo exclusivo desta - Cerceamento de defesa - Inocorrência - Direito de exclusividade da ilustração que ficou comprovado pela autora - Ato ilícito que gera o dever de indenizar os danos materiais e morais - Precedentes do STJ - **Fixação destes com apoio nos artigos 102 e 103 da Lei 9.610/98 - Manutenção do édito condenatório por danos morais em R\$ 30.000,00, considerando o grau de culpa do infrator e a intensidade da lesão experimentada - Dano material que tem por lastro o valor de eventual cessão onerosa do uso - Ausência de demonstração pela ré, de que o valor seja excessivo, ônus do qual não se desincumbiu - Artigos 371 e 379, III, do CPC - Apelo desprovido.**

(TJSP; Apelação Cível 1009847-34.2016.8.26.0071; Relator (a): Galdino Toledo Júnior; Órgão Julgador: 9ª Câmara de Direito Privado; Foro de Bauru - 4ª Vara Cível; Data do Julgamento: 27/08/2019; Data de Registro: 27/08/2019)" (Brasil, 2019, grifo nosso)

Um outro caso emblemático sobre a aplicação da proteção de DA no Direito da Moda é o litígio entre a marca de luxo Hermès e a grife paulistana Village 284. A ação declaratória de direitos autorais deu-se em razão da produção pela Village 284

de bolsas muito semelhantes às famosas bolsas da Hermès. O tribunal decidiu que as bolsas da marca francesa, incluindo a Birkin, são consideradas obras de arte tuteladas pela LDA, que não haviam entrado em domínio público.

Figura 4 - Birken, Hermès x I'm not the original, Village 284



Fonte: Migalhas⁴

Vale, ainda, salientar a relevância do caso envolvendo a Hermès para a presente pesquisa. A história da marca francesa remonta a 1837, quando Thierry Hermès fundou a empresa em Paris inicialmente como uma oficina de arreios e selas para cavalos. Ao longo dos anos, a Hermès evoluiu para se tornar uma casa de moda de renome mundial, conhecida por sua excelência artesanal, qualidade excepcional e compromisso com a tradição. O processo de produção meticuloso e artesanal é uma característica distintiva da marca, que mantém o controle estrito sobre todas as fases da fabricação de seus produtos, desde a seleção dos materiais até a execução final (Hermès, c2023).

A marca é reconhecida por sua ênfase na durabilidade e atemporalidade de suas criações, bem como na utilização de materiais de alta qualidade, princípios que alinham-se com os valores fundamentais do movimento *slow fashion*, onde a ênfase está na produção sustentável e duradoura. Embora a Hermès esteja imersa num cenário de reconhecimento global e opere no mercado de luxo, sua abordagem produtiva a coloca em sintonia com os princípios da moda lenta.

Dessa maneira, a decisão do tribunal confirmou que houve uma violação dos direitos autorais da Hermès pela Village 284, caracterizando imitação e concorrência

⁴ Disponível em:

<https://www.migalhas.com.br/quentes/244232/mantida-decisao-que-proibiu-a-284-de-vender-bolsas-si-milares-as-da-hermes>

desleal, com um claro aproveitamento parasitário das criações da francesa. Consequentemente, a Village 284 foi obrigada a se abster de produzir, comercializar, importar ou manter em depósito quaisquer produtos que violassem os direitos autorais da Hermès, especificamente relacionados à bolsa Birkin ou a qualquer outro produto de titularidade da Hermès. Além disso, a Village 284 foi condenada ao pagamento de indenização por danos materiais e morais:

"DIREITOS AUTORAIS. Bolsas Hermès. Ação declaratória. Reconvenção. Pedido para que a autora se abstenha de produzir, importar, exportar, comercializar produtos que violem direitos autorais da Hermès sobre as bolsas Birkin ou qualquer outro produto de titularidade da Hermès. Preliminares de cerceamento de defesa. Sentença extra petita. Ausência de nomeação à autoria e ilegitimidade passiva. Preliminares afastadas. DIREITOS AUTORAIS. Bolsas Hermès. Ação declaratória e Reconvenção. Reconvenção procedente – **Bolsas Hermès constituem obras de arte protegidas pela lei de direitos autorais. Obras que não entraram em domínio público. Proteção garantida pela lei 9.610/98.** A proteção dos direitos de autor independe de registro. Autora/reconvinda que produziu bolsas muito semelhantes às bolsas fabricadas pelas rés/reconvintes. Imitação servil. Concorrência desleal configurada. Aproveitamento parasitário evidenciado. Compatibilidade da infração concorrencial com violação de direito autoral reconhecida. Dever de a autora/reconvinda se abster de produzir, comercializar, importar, manter em depósito produtos que violem os direitos autorais da Hermès sobre a bolsa Birkin ou qualquer outro produto de titularidade das rés/reconvintes. Indenização por danos materiais e morais. Condenação mantida. Recurso desprovido. (TJSP; Apelação Cível 0187707-59.2010.8.26.0100; Relator (a): Costa Netto; Órgão Julgador: 9ª Câmara de Direito Privado; Foro Central Cível - 24ª Vara Cível; Data do Julgamento: 16/08/2016; Data de Registro: 17/08/2016)" (Brasil, 2016)

Assim, estas decisões reforçam a hipótese de que eventual formalização de direitos autorais através do devido registro não apenas ofereceria uma base sólida para a reivindicação de reparação de danos em situações de disputa, mas também atuaria como uma prova concreta e eficaz de anterioridade. Isso é particularmente benéfico em um setor dinâmico como o da moda, onde a rapidez na resolução de disputas de propriedade intelectual é crucial para manter a integridade e a competitividade das marcas.

Logo, o registro de direitos autorais emerge não apenas como um escudo protetor da criatividade, mas também como um instrumento estratégico para a agilidade e eficiência na solução de litígios. É neste sentido que decidiu o Tribunal de Justiça do Rio Janeiro:

"EMENTA: Ação de Indenização. Alegação de comercialização não autorizada de produtos similares aos criados pelo Primeiro Autor, vendidos

pela Segunda Demandante. R. Sentença de Procedência Parcial. I- Análise conjunta do Recurso de Apelação da Ré e o Recurso Adesivo da Parte Autora. Diversas matérias jornalísticas apontando o Primeiro Suplicante como famoso designer de bolsas e apresentando fotografias de vários modelos por ele criados, alguns com autoria de criação reclamada na demanda. Desenhos das bolsas "Boca" e "Chinelo de Dedo" **que foram ainda objeto de registro de direitos autorais na Escola de Belas Artes.** II - Laudo Pericial atestando que as bolsas comercializadas pela Ré caracterizam reproduções das criações do Primeiro Autor. Modelos de bolsa em questão que possuem características e detalhes próprios (novidade e originalidade), cuja criação pode ser atribuída ao Primeiro Suplicante. III - Violação dos direitos autorais do Primeiro Demandante, configurando danos de ordem moral e material, com repercussão na Sociedade Autora criada para venda desses produtos. Exegese dos artigos 7º, 28 e 29 da Lei nº 9.610/98. IV- Segunda Demandante que apresenta como objeto social a comercialização de bolsa, cintos e artigos de adornos pessoais, sem exclusividade para venda das criações dos sócios. Ausência de ofensa ao nome, boa fama, reputação da pessoa jurídica, capaz de ensejar a configuração do dano moral. Legitimidade evidenciada. V - Danos materiais decorrentes da comercialização indevida perpetrada pela Demandada que deverão ser devidamente reparados, cobrindo os prejuízos sofridos pela Sociedade Autora. VI- Valor fixado para a reparação do dano moral sofrido pelo Primeiro Suplicante em dissonância com os Princípios da Razoabilidade e da Proporcionalidade. Falta de qualquer repercussão social ou econômica mais grave advinda do ato ilícito praticado pela Suplicada. Redução do quantum arbitrado para a indenização do dano moral sofrido pelo Primeiro Suplicante que se impõe, evitando-se, inclusive, o enriquecimento sem causa. VII - Determinação de apuração dos lucros cessantes pelo critério de análise dos benefícios auferidos pelo autor da violação do direito (art. 210, inciso II da Lei nº 9.279/96 - propriedade industrial) que deve ser mantida. Impossibilidade de aplicação do disposto no artigo 103, caput da Lei nº 9.610/98, pela ausência de identificação numérica da contrafação. VIII - Dado Parcial Provimento ao Recurso de Apelação da Ré, apenas para reduzir o quantum da indenização do dano moral sofrido pelo Primeiro Demandante para R\$15.000,00 (quinze mil reais). Negado Provimento ao Recurso Adesivo da Parte Autora. (0072174-63.2004.8.19.0001 - APELAÇÃO. Des(a). REINALDO PINTO ALBERTO FILHO - Julgamento: 01/06/2010 - QUARTA CÂMARA CÍVEL)" (Brasil, 2010, grifo nosso)

Conforme citado na Ementa da decisão, o autor da ação e proprietário de uma marca *slow fashion* de acessórios, Gilson Martins⁵, demandou uma indenização pela comercialização indevida, isto é, por prática de plágio e pirataria, por parte da

⁵ "Gilson Martins é um artista carioca e representa a cultura do Rio de Janeiro em suas famosas bolsas com a iconografia da Cidade Maravilhosa. Suas criações são referência de design inovador e possuem identidade única ao utilizar materiais surpreendentes em suas peças. [...] Gilson revoluciona o design contemporâneo sustentável na reutilização das sobras de materiais em suas criações. Através da técnica "Upcycling", transforma o seu próprio descarte em novas bolsas de alta qualidade e, com responsabilidade social, gera emprego às comunidades carentes do Rio de Janeiro." Trecho biográfico retirado do website oficial da marca, disponível em <https://www.gilsonmartins.com.br/>

empresa requerida. Nesse sentido, diante da menção sobre o tema pelo Relator do caso, resta claro o relevante papel do registro de direitos autorais nos órgãos elucidados pela LDA na composição da prova de anterioridade, cuja utilidade é evidente na obtenção da reparação desejada.

Outros profissionais da indústria da moda que podem ser mencionados por escolherem registrar a autoria de suas criações através da proteção conferida do DA: a designer Jose Jonas de Farias, que registrou o elemento estético de uma boneca, estando licenciada para uso em itens de vestuário e acessórios infantis; e a designer de joias Lica Vincenzi, que efetuou registro de um modelo de joia feito a partir da grafia de crianças (Souza, 2015).

Figura 5 - Certificado de Registro de Direitos Autorais da *designer* Lica Vincenzi



Fonte: Google Imagens, disponível em <https://images.app.goo.gl/HwZiiegatp67KJjV6>

Para discorrer mais sobre o potencial impacto do registro de direitos autorais no combate à pirataria e à concorrência desleal, o presente tópico fará, ainda, uma análise do caso LOLITTA versus Esmeral, que culminou em dois processos judiciais sob tramitação no Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo⁶, bem como um

⁶ A primeira ação, referente à produção antecipada de provas, tramitou sob o nº 1097325-90.2016.8.26.0100, enquanto o segundo, apensado ao primeiro processo, tramitou sob o nº 1066278-93.2019.8.26.0100, ambos no Tribunal de Justiça de São Paulo.

comparativo com outros casos também julgados neste e nos demais tribunais do sudeste brasileiro.

Com uma trajetória de mais de uma década no cenário de luxo brasileiro, a LOLITTA aflora como uma marca que se destaca não apenas pela sua longevidade no mercado, mas também pela qualidade elevada e identidade distintiva que permeiam suas criações. Fundada em 2008 por Lolita Hannud, a marca tem suas raízes nas brincadeiras criativas da *founder* dentro da fábrica de tricô de sua mãe, que acumula mais de 45 anos de experiência no universo do tricô de alto luxo. A missão da LOLITTA é clara: oferecer peças autorais, com modelagem genuinamente brasileira, utilizando o tricô como ponto de partida e, assim, transformando e ampliando os limites do restrito universo desse tecido. O diferencial criativo da marca reside na habilidade singular de explorar o tricô de maneiras inovadoras, indo além das convenções estabelecidas (LOLLITA, [s.d]).

Ao priorizar uma matéria-prima majoritariamente derivada de fibras naturais europeias, a marca destaca seu compromisso em valorizar a feminilidade e a autoria no design de suas peças. Além disso, a LOLITTA enfatiza a capacitação de seus colaboradores e a escolha de fornecedores alinhados ao mesmo padrão de excelência que caracteriza a marca. Essa abordagem única à moda reflete não apenas a expertise técnica da marca, mas também seu comprometimento com a originalidade e qualidade, características intrínsecas ao conceito de *slow fashion*.⁷

No caso em tela, a marca LOLITTA moveu uma ação cominatória cumulada com indenização em face da empresa Confecções Esmeral Ltda. Nesse sentido, a causa central da ação foi a contrafação de modelos de roupas pela ré, Confecções Esmeral, que replicou o design das criações da autora sem autorização:

Figura 6 - Comparativo entre as peças LOLITTA e Esmeral

⁷ Mais detalhes sobre a história da marca podem ser conferidos em <https://www.lolitta.com.br/p/sobre>



Fonte: Processo nº 1066278-93.2019.8.26.0100, TJSP.

A acusação contra a Esmeral foi confirmada por um laudo pericial produzido na ação de produção antecipada de provas movida anteriormente pela LOLITTA, que atestou o plágio e caracterizou a prática como abusiva e uma forma de obtenção indevida de vantagens comerciais, apesar de o *design* das roupas não estar registrado perante nenhum órgão, seja ele referente à propriedade industrial ou a direito autoral.

A requerida, em sua defesa, argumentou que não praticou atos de concorrência desleal, alegando que as semelhanças entre os modelos de roupas eram decorrentes de tendências e inspirações do mercado da moda. Além disso, afirmou que os produtos da marca "Lolitta" não possuíam originalidade suficiente para tutela jurídica, pois não haviam sido registrados em órgãos de proteção à propriedade imaterial, e que não utilizou a marca registrada da autora, argumentando a inexistência de risco de desvio de clientela.

A controvérsia do caso girou em torno da apuração de concorrência desleal por parte da ré, definida pela Lei de Propriedade Industrial como práticas

fraudulentas ou desonestas que visam desviar a clientela do concorrente. O tribunal, após análise do acervo probatório, concluiu que a ré de fato empreendeu concorrência desleal, replicando indevidamente as obras criativas da marca “Lolitta”. O laudo pericial, por sua vez, atestou uma semelhança significativa entre os modelos de saias e vestidos produzidos pela ré e os confeccionados pelas autoras, chegando a uma identidade parcial de cerca de 90% nos modelos comparados.

O tribunal destacou que, apesar de as criações reivindicadas não estarem registradas, isso não implicava na ausência de proteção jurídica contra atos ilícitos de concorrência desleal. Foi constatada a prática de conduta ilícita por parte da ré, configurando dever de indenizar os danos causados, tanto materiais quanto morais. Em relação aos danos morais, o tribunal reconheceu o prejuízo à reputação da autora causado pela contrafação de produtos, violando sua imagem e conceito no mercado - tema sobre o qual, de maneira convergente, aduz Cavalieri Filho:

"Haverá o dever de indenizar sempre que for violado o direito do autor em qualquer dos seus aspectos. Indenização por dano material se o causador do dano obtiver proveito econômico com a obra do autor sem a sua autorização ou participação; indenização por dano moral se a agressão for contra os direitos morais do autor; indenização por danos morais e patrimoniais se ambos os direitos forem violados." (Cavalieri Filho, 2001, p. 45)

Este caso ilustra a importância do registro de criações de moda para proteção contra práticas de pirataria e concorrência desleal, visto que a ausência de registros de anterioridade das criações de moda acabam implicando na adoção de medidas probatórias mais onerosas e retardando o alcance da reparação de danos, como visto na necessidade de uma ação de produção antecipada de provas para estabelecer o plágio.

Nesse sentido, entre o ingresso da primeira ação da LOLITTA, referente à produção antecipada de provas, a fim de atestar a ocorrência do plágio, e a demanda cominatória, passaram-se três longos anos. Diante das demais decisões mencionadas na presente pesquisa, conclui-se que o registro de direitos autorais enquanto prova de autoria e anterioridade constitui um coeficiente relevante no enfrentamento à pirataria no mercado da moda.

No mesmo sentido, diversas empresas igualmente sofrem com o atraso da reparação de danos sofridos por práticas desleais na seara da propriedade imaterial, em razão da necessidade de produção antecipada de provas, onde são

confeccionados laudos periciais para confirmação de autenticidade e originalidade das obras analisadas, onerando não somente as marcas - muitas vezes já vítimas da comum disparidade econômica quando comparadas a grandes *players* do mercado -, mas também os cofres públicos, elevando exacerbadamente o número de demandas judiciais no país. Confira-se novo exemplo:

APELAÇÃO. CONCORRÊNCIA DESLEAL. AÇÃO COMINATÓRIA C/C INDENIZATÓRIA. Contrafação de modelos de roupas. Ocorrência. **Laudo pericial, produzido em ação de produção antecipada de provas, confirmou o plágio do design das criações da requerente.** Conduta da requerida excedeu os limites de referenciamento. Prática abusiva. Inteligência dos incisos V e VI do art. 195 da LPI. Obtenção de vantagens comerciais indevidas. Design das roupas não registrado perante o INPI. Possibilidade de tutela, contudo, através dos expedientes destinados a coibir a concorrência desleal. Replicação das peças de vestuário. Potencial confusão ao público consumidor. Responsabilidade civil configurada. Inteligência dos arts. 927/CC e 209/LPI. Danos morais *in re ipsa*. Precedentes. Sentença de parcial procedência mantida. RECURSO DESPROVIDO.

(TJSP; Apelação Cível 1066278-93.2019.8.26.0100; Relator (a): AZUMA NISHI; Órgão Julgador: 1ª Câmara Reservada de Direito Empresarial; Foro Central Cível - 2ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM; Data do Julgamento: 02/06/2021; Data de Registro: 02/06/2021)

Em consonância, o mesmo tribunal decidiu, ainda, pela denegação da pretensão movida por Marina Kloth e Gabriella Rosa contra a marca Lady Rock, via ação declaratória de direito autoral cumulada com indenizatória, que buscou reparação de danos pela comercialização pela empresa requerida de estampa de autoria da autora.

O juízo de primeiro grau ressaltou que o print de internet trazido como prova de anterioridade aos autos não seria suficiente para firmar a autoria da obra, e que "não havendo registro acerca da criação intelectual, cabe ao criador a comprovação de que ele é o criador da obra, sob pena de não ser possível que se declare que houve violação ao direito autoral" (Brasil, 2020). Logo, o tribunal ressaltou a ausência de quaisquer registros como prova de autoria, mantendo a decisão denegatória:

"APELAÇÃO. Ação declaratória de direito autoral c.c. indenizatória. Sentença de improcedência. Inconformismo das autoras. Alegação de cerceamento de defesa. Prova pericial que é desnecessária. Pretensão indenizatória decorrente do uso de desenho como estampa em roupas que as autoras afirmam de sua autoria, pela ré. **Ausência de provas da autoria pelas demandantes.** Imagens similares divulgadas amplamente na rede mundial de computadores. Contrafação não demonstrada. Sentença mantida. Recurso a que se nega provimento.

(TJSP; Apelação Cível 0007827-36.2019.8.26.0248; Relator (a): José Rubens Queiroz Gomes; Órgão Julgador: 7ª Câmara de Direito Privado; Foro de Indaiatuba - 3ª Vara Cível; Data do Julgamento: 06/04/2020; Data de Registro: 06/04/2020)" (Brasil, 2020)

Infere-se, portanto, que a aplicação da proteção de direitos autorais às criações de moda no contexto brasileiro é essencial para equilibrar as disparidades entre grandes marcas e criadores iniciantes. A análise dos tribunais revela a necessidade de agir preventivamente, destacando a importância do registro de direitos autorais como fator valoroso para garantir segurança jurídica.

As decisões supramencionadas reforçam a viabilidade da tutela da Lei de Direitos Autorais no mercado da moda, reconhecendo a proteção essencial à originalidade e à inovação. Ainda, os casos supracitados representam notórios precedentes sobre extensividade da proteção autoral sob o setor de vestuário e acessórios, manifestando-se, portanto, como um importante pilar para manter a competitividade e a equidade no dinâmico cenário da moda brasileira.

5 CONCLUSÃO

A indústria da moda apresenta-se, atualmente, como uma das mais movimentadas do mundo, apresentando um crescimento constante desde a era da revolução industrial. Em contrapartida, os níveis de poluição e consumo desenfreado fomentados pelo segmento *fashion* também crescem, ameaçando a sustentabilidade e dando origem a novos modelos de produção e posicionamento na contramão dos excessos, como destaca-se o movimento moda lenta, mundialmente conhecido como *slow fashion*.

As marcas posicionadas como *slow fashion*, tomam como base a priorização de matéria-prima de maior qualidade, a fim de conceder mais durabilidade e sustentabilidade aos itens produzidos. Sendo assim, diante das dificuldades de competitividade com os grandes grupos econômicos que imperam no mercado, como as lojas de departamento, tais marcas frequentemente deparam-se com seus produtos criativos copiados indevidamente – vide diversos exemplos citados ao longo desta pesquisa. Nesse sentido, a utilização dos meios de proteção legal disponíveis no ordenamento brasileiro é medida que se impõe em busca da reparação dos danos sofridos em casos de plágio e pirataria.

Sob esse contexto, o presente trabalho buscou analisar a viabilidade e a eficácia da aplicação da proteção de direitos autorais aos itens de moda, principalmente criados por marcas adeptas ao *slow fashion*, como forma de segurança jurídica no combate à pirataria no mercado da moda.

Dividida em três grandes seções, a pesquisa buscou tratar da interseção entre lei e moda. A primeira seção versa sobre a origem do Direito da Moda, bem como sobre o histórico e os conceitos que formam as noções de moda rápida e lenta. A segunda, por sua vez, buscou conceituar e apresentar as diferenças e convergências entre o Direito da Propriedade Industrial e o Direito Autoral, além de elucidar sobre as formas de proteção disponíveis às marcas e criadores de moda, em função da Lei de Propriedade Industrial.

O último capítulo, que representa o cerne da pesquisa, adentrou à extensividade da proteção de direitos autorais aos itens de moda, como roupas e acessórios. Ainda, a seção analisou decisões de três tribunais de justiça, os quais demonstraram-se relevantes para a conclusão do estudo, diante das diferenças entre a presença ou ausência do registro de direitos autorais dos casos julgados.

Nesse sentido, a pesquisa dedicou-se a discutir a seguinte problemática: “É possível estender a proteção de Direitos Autorais aos itens de moda, garantindo maior segurança jurídica às marcas *slow fashion* no combate à pirataria?”. Logo, com base na revisão bibliográfica, documental e jurisprudencial apresentada, conclui-se que é possível a utilização do amparo da Lei de Direitos Autorais sobre as criações de moda e que o registro de obra intelectual pode representar uma interessante ferramenta na constituição de prova de autoria, facilitando a busca por reparação dos danos sofridos, visto que representa um importante marco de anterioridade, tornando, por exemplo, acessória a realização de ação de produção antecipada de provas para constatar a ocorrência do plágio.

Infere-se, portanto, que a tutela da Lei de Direitos Autorais conferida aos autores do mercado *fashion* pode minimizar a onerosidade excessiva sobre a marca lesada - que geralmente já sofre com desafios de competitividade e problemas com concorrência desleal - e os cofres públicos, ao dispensar a ocorrência de outras medidas para constatação de anterioridade e, ainda, representa não somente uma via de majoração da segurança jurídica sobre suas criações, mas também um estímulo ao avanço do mercado nacional, bem como da adoção do Direito da Propriedade Intelectual no Brasil como elemento protecionista fundamental ao progresso socioeconômico do país.

REFERÊNCIAS

ABCONTENT. **Quem é Sônia Hess? Conheça a história da Dudalina!** 2021.

Disponível em:

<https://blog.abcontent.com.br/experiencia/quem-e-sonia-hess-conheca-a-historia-da-dudalina/>. Acesso em: 01 out. 2023.

ABIT. **Valor da produção de vestuário teve aumento de 0,5% em 2022.** 2023.

Disponível em:

<https://www.abit.org.br/noticias/valor-da-producao-de-vestuario-teve-aumento-de-05-em-2022>. Acesso em: 03 set. 2023.

ALVES, Dayane Nayara. **Impactos sociais e econômicos da pirataria na indústria da moda.** Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2021.

ANDRILL, Thiago. **SPFW: a história da maior semana de moda brasileira.** 2022.

Disponível em:

<https://revistamarieclaire.globo.com/moda/noticia/2022/11/spfw-a-historia-da-maior-semana-de-moda-brasileira.ghtml>. Acesso em: 26 set. 2023.

ARRUDA, Julia Kind de. **PROTEÇÃO JURÍDICA DAS CRIAÇÕES DE MODA SOB A PERSPECTIVA DOS DIREITOS AUTORAIS.** 2019. 52 f. TCC (Graduação) -

Curso de Direito, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/16137/1/JKA24092019.pdf>.

Acesso em: 10 out. 2023.

BACHA, Maria de Lourdes; STREHLAU, Suzane; STREHLAU, Vivian Iara. Proposta de segmentação para usuárias de bolsas de marcas de luxo falsificadas. **PMKT**, São Paulo, v. 5, n. 21, p. 42-47, jan. 2013. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/261134456_PROPOSTA_DE_SEGMENTACAO_PARA_USUARIAS_DE_BOLSAS_DE_MARCAS_DE_LUXO_FALSIFICADAS.

Acesso em: 20 out. 2023.

BAZHUNI, Fabiana Zibetti. **SUSTENTABILIDADE NA INDÚSTRIA DA MODA: A PROPRIEDADE INTELECTUAL COMO FATOR COMPETITIVO.** 2017. 68 f. TCC

(Graduação) - Curso de Direito, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2017.

Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/7876>. Acesso em: 22 ago. 2023.

BRANCO, Sérgio; PARANAGUÁ, Pedro. **Direitos Autorais.** Rio de Janeiro: Fgv Jurídica, 2009. Disponível em:

<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2756/Direitos%20Autorais.pdf>. Acesso em: 25 set. 2023.

BRASIL. Constituição (1891). **Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil.** Rio de Janeiro, 1891. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao91.htm. Acesso em: 01 nov. 2023.

BRASIL. Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940. **Código Penal**. Rio de Janeiro, Disponível em:
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm. Acesso em: 01 out. 2023.

BRASIL. Lei nº 5.648, de 11 de dezembro de 1970. **Cria o Instituto Nacional da Propriedade Industrial e dá outras providências**. Brasília. Disponível em:
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5648.htm. Acesso em: 01 nov. 2023.

BRASIL. Lei nº 5.772, de 21 de dezembro de 1971. **Institui O Código da Propriedade Industrial, e Dá Outras Providências**. Brasília. Disponível em:
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5772.htm. Acesso em: 02 nov. 2023.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, 1988. Disponível em:
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 20 out. 2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios. Acórdão nº 76856. Relator: EDMUNDO MINERVINO. Diário de Justiça da União. 1995. Disponível em:
<https://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj> Acesso em: 10 nov. 2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça de Minas Gerais. Acórdão nº 10000210017380001. Relator: Luiz Artur Hilário. Diário da Justiça. Disponível em:
https://www5.tjmg.jus.br/jurisprudencia/pesquisaNumeroCNJEspelhoAcordao.do;jsessionid=1DF7481CBF89FE69DCF05D156CEB9A85.juri_node2?numeroRegistro=1&otallinhas=1&linhasPorPagina=10&numeroUnico=1.0000.21.001738-0%2F001&pesquisaNumeroCNJ=Pesquisar. Acesso em: 5 nov. 2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo. Acórdão nº 1009847-34.2016.8.26.0071. Relator: Galdino Toledo Júnior. Diário da Justiça. Disponível em:
https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?conversationId=&cdAcordao=12813024&cdForo=0&uuidCaptcha=sajcaptcha_ef837b7051ee41689c7199895f96692b&g-recaptcha-response=03AFcWeA4NN2LcBFqamnJqn2kTQPjKjfucmEbHGYJ3M0fz3T4-HWCtI892BsSQ_DXxp4rF4VIsEVIHXUrcEjbBiUb5Qni5cdS6YpiToAvcD5QQWWCKdB3se83mZCY_NfisBEKcy80WjSn1fyHyTVRTphTMvzJmFaBaU5RDx0_ZLpAT0KbFyhokqbl3WFnPdiVKVeW5PgoOLzfilzkg3S0-5jaDXvle5pFJifKsTdgj-BUcVMMTnl3iarG9KFc-ZH2XkJvKFlg2M8qPdtj3aHYr9BfNEhVfjplU-ZftQEjFHUBEXOEKy_trV8aAi2oJrZEPBq0YyFWFXAyqHasL7fp--lbviUjUOuMSZfKDiw4PZ-UBJCZoMcqsNlpuKjCGZdYZcg6QmRFHso2kQcS1g_dzFiY_9T-klr9dijlQ_p-mwv4fnOHD-0yjb_5R2OYMcD-aPNVEG9GoM1To7Q8lsv9cltUCrh6R3VG_fE3tLV20nfnh11ywIWZ8UdiWiX0zS4QVEPI-DSZYOjEZm7gwTIHOQx7wkigM6PJOCs7LLns5twlv-68ulf-FK76fhwIEMT9XS_nBA6agsaqdulkOYSIK46bVCimY0xyACg. Acesso em: 5 nov. 2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo. Acórdão nº 0187707-59.2010.8.26.0100. Relator: Costa Netto. Diário de Justiça. Disponível em:
<https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=9706355&cdForo=0>. Acesso em: 5 nov. 2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo. Acórdão nº 0072174-63.2004.8.19.0001. Relator: REINALDO PINTO ALBERTO FILHO. Diário da Justiça. Disponível em: <https://www3.tjrj.jus.br/ejud/ConsultaProcesso.aspx?N=2010.001.25881>. Acesso em: 5 nov. 2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo. Acórdão nº 1066278-93.2019.8.26.0100. Relator: AZUMA NISHI. Diário de Justiça. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=14693853&cdForo=0>. Acesso em: 5 nov. 2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo. Acórdão nº 0007827-36.2019.8.26.0248. Relator: José Rubens Queiroz Gomes. Diário de Justiça. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=13458658&cdForo=0>. Acesso em: 5 nov. 2023.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. **Regula Direitos e Obrigações Relativos À Propriedade Industrial**. Brasília, Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm. Acesso em: 30 set. 2023.

BRASIL. Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. **Altera, Atualiza e Consolida A Legislação Sobre Direitos Autorais e Dá Outras Providências**. Brasília, Disponível em: https://more.ufsc.br/legislacao/inserir_legislacao. Acesso em: 30 set. 2023.

BRASIL. Ministério da Economia. **Manual Básico para Proteção por Patentes de Invenções, Modelos de Utilidade e Certificados de Adição**. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/patentes/guia-basico/ManualdePatentes20210706.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2023.

CABELLO, Andrea Felipe; PÓVOA, Luciano Martins Costa. Análise econômica da primeira Lei de Patentes brasileira. **Estudos Econômicos (São Paulo)**, [S.L.], v. 46, n. 4, p. 879-907, dez. 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ee/a/J45pTQNNGQGc49svXwDfKTd/?lang=pt#>. Acesso em: 01 nov. 2023.

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO. **CPI da Pirataria aprova relatório final e encerra as atividades**. 2023. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.leg.br/blog/cpi-da-pirataria-aprova-relatorio-final-e-encerra-as-atividades/>. Acesso em: 21 out. 2023.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. DIREITO AUTORAL E RESPONSABILIDADE CIVIL. Revista da **EMERJ**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 13, p. 43-50, 2001. Disponível em: https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista13/revista13_43.pdf. Acesso em: 15 nov. 2023.

CHRISTMANN, Damaris. **Considerações históricas sobre a propriedade intelectual no Brasil e sua classificação**. 2006. Disponível em: https://www.univates.br/media/graduacao/direito/PROPRIEDADE_INTELLECTUAL_NO_BRASIL.pdf. Acesso em: 20 out. 2023.

ESPINOSSI, Rosangela. **SPFW 2023: datas, desfiles, ingressos e line-up**. 2023.

Disponível em:

https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/autocuidado/moda/spfw/spfw-2023-datas-desfiles-ingressos-e-line-up,3f81f473e3387f8f474f218a620645c68dzc5gwd.html?utm_source=clipboard. Acesso em: 26 set. 2023.

FASHION LAW INSTITUTE. **About**. c2020. Disponível em:

<https://www.fashionlawinstitute.com/about>. Acesso em: 15 set. 2023.

FEBRATEX. **História da indústria têxtil: quais os avanços até os dias atuais?**.

2019. Disponível em:

<https://fcem.com.br/noticias/historia-da-industria-textil-quais-os-avancos-ate-os-dias-atuais/>. Acesso em: 10 set. 2023.

FEBRATEX. **Conheça a história da moda brasileira**. 2020. Disponível em:

<https://fcem.com.br/noticias/moda-brasileira/>. Acesso em: 10 set. 2023.

FLETCHER, Kate. Slow Fashion: An Invitation for Systems Change. **Fashion**

Practice, S.L, v. 2, n. 2, p. 259-266, nov. 2010. Disponível em:

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2752/175693810X12774625387594>. Acesso em: 19 out. 2023.

FUNDAÇÃO ELLEN MACARTHUR. **Redesenhando o futuro da moda**. Disponível

em: <https://ellenmacarthurfoundation.org/pt/temas/moda/visao-geral>. Acesso em: 03 set. 2023.

GIACCHETTA, André; SANTOS, Matheus. **A Proteção do Design das Criações de Moda Pela Propriedade Intelectual: Breve Análise do Panorama Atual de Proteção e Reflexões Sobre a Necessidade de Proteção Específica para o Design das Criações de Moda**. In: ROSINA, Mônica; CURY, Maria. Fashion Law: Direito e Moda no Brasil. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 2018. Disponível em:

<https://www.jusbrasil.com.br/doutrina/secao/1-a-protecao-do-design-das-criacoes-de-moda-pela-propriedade-intelectual-breve-analise-do-panorama-atual-de-protecao-e-reflexoes-sobre-a-necessidade-de-protecao-especifica-para-o-design-das-criacoes-de-moda/1250394906>. Acesso em: 10 nov. 2023.

HERING. **Cia. Hering**. c2021. Disponível em: <https://www.hering.com.br/cia-hering>.

Acesso em: 01 out. 2023.

HO, Cassey. **Shein stealing my design**. 30 jan. 2023. Instagram: blogilates.

Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CoB6FCEu7NO/>. Acesso em: 24 out. 2023.

IBND. **História da Hering: conheça um pouco mais sobre ela**. 2021. Disponível em:

<https://www.ibnd.com.br/blog/historia-da-hering-conheca-um-pouco-mais-sobre-ela.html>. Acesso em: 01 out. 2023.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **A beleza exterior**: uma introdução aos desenhos industriais para as pequenas e médias empresas. Série sobre a Propriedade Intelectual e as Atividades Empresariais. Rio de Janeiro: 2013. Disponível em:

https://www.gov.br/inpi/pt-br/composicao/arquivos/02_cartilhadesign_21_01_2014_0.pdf. Acesso em: 10 out. 2023.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Inventando o futuro**: uma introdução às patentes para as pequenas e médias empresas. Série sobre a Propriedade Intelectual e as Atividades Empresariais. Rio de Janeiro: 2013. Disponível em:

https://www.gov.br/inpi/pt-br/composicao/arquivos/03_cartilhapatentes_21_01_2014_0.pdf. Acesso em: 10 out. 2023.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Tratado de Cooperação em matéria de Patentes (PCT)**. Disponível em:

<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/patentes/Como-proteger-patente-no-exterior/pct/tratado-de-cooperacao-em-materia-de-patentes-pct>. Acesso em: 10 nov. 2023.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Boletim Mensal de Propriedade Industrial**: estatísticas preliminares. Rio de Janeiro: Assessoria de Assuntos Econômicos do Inpi, 2023. Disponível em:

https://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/estatisticas/arquivos/publicacoes/boletim-mensal-de-propriedade-industrial_fevereiro2023.pdf. Acesso em: 10 nov. 2023.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Classificação de produtos e serviços. 2023**. Disponível em:

<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/classificacao-marcas>. Acesso em: 10 nov. 2023.

IROKAWA, Elisa S. F.; MAIA, Sandra; CÂMARA, Prof. Doutor Jairo J. D.. **Slow fashion: possíveis caminhos para a indústria da moda contemporânea**. In: COLÓQUIO DE MODA, 12., 2017, Bauru. Anais [...]. Bauru: Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda, 2017. Disponível em:

http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202017/CO/co_8/co_8_SLOW_FASHION_POSSIVEIS_CAMINHOS.pdf. Acesso em: 22 ago. 2023.

JOHANSSON, Eleonor. **Slow fashion**: the answer for a sustainable fashion industry?. 2010. 94 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Applied Textile Management, The Swedish School Of Textiles, Borås, 2010. Disponível em:

<http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1312116&dswid=-7114>. Acesso em: 15 set. 2023.

JONES, Lora. **Shein**: os motivos do sucesso da marca de moda chinesa que bombou na pandemia. BBC News, 2021. Disponível em:

<https://www.uol.com.br/nossa/noticias/bbc/2021/11/12/shein-os-motivos-do-sucesso-da-marca-de-moda-chinesa-que-bombou-na-pandemia.html>. Acesso em: 24 out. 2023.

LI, Jennie; GUERRA, Pietra; NOBRE, Rafael. **O crescimento da Shein e a lista de processos por direitos autorais**. 2022. Disponível em: <https://conteudos.xpi.com.br/internacional/relatorios/o-crescimento-da-shein-e-a-lista-de-processos-por-direitos-autorais-radar-global/>. Acesso em: 24 out. 2023.

LIPOVETSKY, Gilles. **Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.

LOPES, Valter. **A indústria têxtil no Brasil**. Disponível em: <https://memorialdaindustiago.com.br/memorial/timeline/a-industria-textil-no-brasil>. Acesso em: 10 set. 2023.

LOLITTA. **A Marca**. [s.d.]. Disponível em: <https://www.lolitta.com.br/p/sobre>. Acesso em: 20 nov. 2023.

LYRA, Amanda Cristina Gomes. **PROPRIEDADE INTELECTUAL E O DESIGN DE MODA – CARTILHA PRÁTICA E DIDÁTICA PARA O PROFISSIONAL DA MODA**. 2018. 149 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação, Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/academia/arquivo/arquivos-biblioteca/LYRAAmandaCristinaGomes.pdf>. Acesso em: 8 out. 2023.

MARCOLIN, Neldson. **A primeira patente**. 2002. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/a-primeira-patente/>. Acesso em: 01 nov. 2023.

MARIE CLAIRE. **PatBO evidencia o bordado e a criatividade brasileira em coleção apresentada na NYFW: 'Feliz e honrada'**. 2023. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/moda/noticia/2023/09/patbo-evidencia-o-bordado-e-a-criatividade-brasileira-em-colecao-apresentada-na-nyfw-feliz-e-honrada.ghtml>. Acesso em: 26 set. 2023.

MARX, Karl. **O Capital**. Livro 1. Tradução: Rubens Enderle. Boitempo Editorial, 2011. Disponível em: <https://www.gepec.ufscar.br/publicacoes/livros-e-colecoes/marx-e-engels/o-capital-livro-1.pdf>. Acesso em: 01 set. 2023.

MEDEIROS, Maria Clara de Miranda. **As novas possibilidades jurídicas decorrentes da relação entre Propriedade Intelectual e Direito da Moda**. JusBrasil. 2015. Disponível em: https://www.jusbrasil.com.br/artigos/as-novas-possibilidades-juridicas-decorrentes-da-relacao-entre-propriedade-intelectual-e-direito-da-moda/303302681?s=paid&_gl=1*1m4unp8*_ga*MTU0MjkyODU0NS4xNjY5NTU1NTY0*_ga_QCSXBQ8XPZ*MTY5OTgxMTA4NS43OC4xLjE2OTk4MTEzMTUuNTMuMC4w. Acesso em: 14 out. 2023.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS. **Brasil teve 1,3 milhão de empresas abertas no 1º quadrimestre de 2023**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/noticias/2023/maio/brasil-teve-1-3-milhao-de-empresas-abertas-no-1o-quadrimestre-de-2023>. Acesso em: 20 out. 2023.

MOREIRA, Amanda Oliveira da Câmara. **A PROTEÇÃO DO DIREITO DA MODA SOB A PERSPECTIVA DO DIREITO INTERNACIONAL DA MARCA**: aspectos de propriedade intelectual. 2018. 133 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Direito Constitucional, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2018.

Disponível em:

https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/26292/1/Prote%C3%A7%C3%A3oDireitoModa_Moreira_2018.pdf. Acesso em: 01 out. 2023.

MORI, Natalia Tinoco. **Slow Fashion**: conscientização do consumo de moda no Brasil. 2016. 47 f. Monografia (Especialização) - Curso de Estética e Gestão de Moda, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em:

<https://moda.eca.usp.br/monografias/NATALIA%20MORI-USP.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2023.

NEGRÃO, Ricardo. **Manual de Direito Empresarial**. 10. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020.

OLIVEIRA, Tiago de. **A proteção jurídica das criações de moda: entre o direito de autor e o desenho ou modelo**. Coimbra: Almedina, 2019.

PINHEIRO, Lana. **Moda faz a lição de casa: segunda indústria mais poluente do planeta vira a chave para o mundo sustentável**. 2022. Disponível em:

<https://istoedinheiro.com.br/moda-faz-a-licao-de-casa-segunda-industria-mais-poluente-do-planeta-vira-a-chave-para-o-mundo-sustentavel/>. Acesso em: 21 out. 2023.

PARANAGUÁ, Pedro; REIS, Renata. **Patentes e Criações Industriais**. Rio de Janeiro: FGV Jurídica, 2009.

POLETTI, Beatriz. **Charles Frederick Worth: Conheça o criador da alta-costura**. 2018. Disponível em:

<https://harpersbazaar.uol.com.br/moda/charles-frederick-worth-conheca-o-criador-da-alta-costura/>. Acesso em: 26 set. 2023.

RAMOS, André Luiz Santa Cruz. **Direito Empresarial esquematizado**. 6. ed. São Paulo: Método, 2016.

RAUSTIALA, Kal; SPRIGMAN, Christopher Jon. **The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design**. Virginia Law Review, 2006. p. 1.688-1.776. Disponível em:

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=878401. Acesso em: 10 ago. 2023.

REIF, Laura. **Marca Brasileira acusa Shein de plágio por estampa**. Marie Claire, 2022. Disponível em:

<https://revistamarieclaire.globo.com/moda/noticia/2022/12/marca-brasileira-acusa-shein-de-plagio-por-estampa-fast-fashion-chinesa-responde.ghtml>. Acesso em: 10 ago. 2023.

RENNER. **Quem somos.** [s.d]. Disponível em:
<https://www.lojasrennersa.com.br/nosso-ecossistema/quem-somos/>. Acesso em: 01 out. 2023.

RIACHUELO. Quem somos. c2023. Disponível em:
<https://ri.riachuelo.com.br/a-companhia/quem-somos/>. Acesso em: 01 out. 2023.

RICHTER, Frederica. **A PROPRIEDADE INTELECTUAL E A PROTEÇÃO DA INDÚSTRIA DA MODA EM FACE À INDÚSTRIA 4.0. 2021.** 170 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia Para Inovação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021. Disponível em:
<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/243752>. Acesso em: 25 ago. 2023.

ROSSI, Gabriela. **Como se vestiam os faraós?** Jornal Joca, 2017. Disponível em:
[https://www.jornaljoca.com.br/como-se-vestiam-os-faraos-i-coluna-fashion/#:~:text=Por%20Gabi%20Rossi-,Homens%20e%20mulheres%20do%20antigo%20Egito%20usavam%20na%20maior%20parte,em%20apenas%20um%20dos%20ombros\)..](https://www.jornaljoca.com.br/como-se-vestiam-os-faraos-i-coluna-fashion/#:~:text=Por%20Gabi%20Rossi-,Homens%20e%20mulheres%20do%20antigo%20Egito%20usavam%20na%20maior%20parte,em%20apenas%20um%20dos%20ombros)..)
Acesso em: 27 set. 2023.

SAFDIE, Stephanie. **All You Need to Know About Fast Fashion.** 2023. Disponível em:
<https://greenly.earth/en-gb/blog/ecology-news/all-you-need-to-know-about-fast-fashion>. Acesso em: 19 out. 2023.

SANTILONI, Mariana. Entendendo o novo ciclo de tendências [out. 2023]. São Paulo. Palestra ministrada no Evento Iguatemi Talks Fashion.

SOUZA, Deborah Portilho Marques de. **A PROPRIEDADE INTELECTUAL NA INDÚSTRIA DA MODA: FORMAS DE PROTEÇÃO E MODALIDADES DE INFRAÇÃO.** 2015. 340 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação, Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em:
<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/a-academia/arquivo/dissertacoes/SOUZADeborahPortilhoMarquesde2015.pdf>. Acesso em: 05 set. 2023.

SEBRAE. **Como é o comportamento do consumidor da geração Z.** 2022. Disponível em:
<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-e-o-comportamento-do-consumidor-da-geracao-z,6fd256cd6b362810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 01 out. 2023.

STEIL, Juliana. **Roupas da Zara no Brasil estão entre as mais caras do mundo.** 2023. Disponível em:
<https://www.terra.com.br/economia/dinheiro-em-acao/roupas-da-zara-no-brasil-estao-entre-as-mais-caras-do-mundo-veja-ranking,78a84f652cd49d9a976eb8229b1c1540b4cv6lis.html>. Acesso em: 24 out. 2023.

TABOSA, Diego Mariano Moura. **Breve análise das empresas de pequeno porte na ordem econômica constitucional brasileira.** 2016. Disponível em:

https://jus.com.br/artigos/54719/breve-analise-das-empresas-de-pequeno-porte-na-ordem-economica-constitucional-brasileira#google_vignette. Acesso em: 21 out. 2023.

VIEIRA, Thaiana Gomes. **MODA E CONTROLE: AS VESTIMENTAS E ADORNOS NAS LEIS SUNTUÁRIAS EM VALLADOLID NA BAIXA IDADE MÉDIA**. 2017. 168 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Artes, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/6867>. Acesso em: 25 set. 2023.

VOGUE. **O que é prêt-à-porter e qual é a diferença da alta-costura?** 2022. Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2022/08/o-que-e-pret-porter-e-qual-e-diferenca-da-alta-costura.html>. Acesso em: 26 set. 2023.

ZENDESK. **Comportamento de consumo das gerações: guia rápido para melhorar a experiência do consumidor**. 2023. Disponível em: <https://www.zendesk.com.br/blog/comportamento-de-consumo-das-geracoes/>. Acesso em: 01 out. 2023.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS
COORDENADORIA DE MONOGRAFIA

ATA DE SESSÃO DE DEFESA DE TCC (VIRTUAL)
(Autorizada pela Portaria 002/2020/PROGRAD)

Aos **28** dias do mês de **novembro** do ano de 2023, às **11** horas e **45** minutos, foi realizada a defesa pública do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), no modo virtual, através do link: “<https://meet.google.com/itk-vzyi-pdj>” intitulado “**Proteção de Direitos Autorais de marcas *slow fashion*: forma de segurança jurídica no combate à pirataria no mercado da moda**”, elaborado pela acadêmica **Camila de Souza Mathias**, matrícula **18204310**, composta pelos membros **Orlando Celso da Silva Neto**, **Amanda de Medeiros Zimmermann**, **Paulo Vitor Petris Tambosi**, abaixo assinados, obteve a aprovação com nota 10 (dez) cumprindo o requisito legal previsto no art. 10 da Resolução nº 09/2004/CES/CNE, regulamentado pela Universidade Federal de Santa Catarina, através da Resolução nº 01/CCGD/CCJ/2014.

Aprovação Integral

Aprovação Condicionada aos seguintes reparos, sob fiscalização do Prof. Orientador

Florianópolis, **28 de novembro de 2023.**

Orlando Celso da Silva Neto (ASSINATURA DIGITAL)
Professor Orientador

Amanda de Medeiros Zimmermann (ASSINATURA DIGITAL)
Membro de Banca

Paulo Vitor Petris Tambosi (ASSINATURA DIGITAL)
Membro de Banca

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS
COLEGIADO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

TERMO DE APROVAÇÃO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso, intitulado “**Proteção de Direitos Autorais de marcas *slow fashion*: forma de segurança jurídica no combate à pirataria no mercado da moda**”, elaborado pelo(a) acadêmico(a) “**Camila de Souza Mathias**”, defendido em **28/11/2023** e aprovado pela Banca Examinadora composta pelos membros abaixo assinados, obteve aprovação com nota **10 (dez)** cumprindo o requisito legal previsto no art. 10 da Resolução nº 09/2004/CES/CNE, regulamentado pela Universidade Federal de Santa Catarina, através da Resolução nº 01/CCGD/CCJ/2014.

Florianópolis, 28 de Novembro de 2023

Orlando Celso da Silva Neto
Professor Orientador

Amanda de Medeiros Zimmermann
Membro de Banca

Paulo Vitor Petris Tambosi
Membro de Banca



Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Ciências Jurídicas
COORDENADORIA DO CURSO DE DIREITO

TERMO DE RESPONSABILIDADE PELO INEDITISMO DO TCC E
ORIENTAÇÃO IDEOLÓGICA

Aluno(a): Camila de Souza Mathias

RG: 6745408

CPF: 10690391951

Matrícula: 18204310

Título do TCC: **Proteção de Direitos Autorais de marcas *slow fashion*:
forma de segurança jurídica no combate à pirataria no mercado da moda**

Orientador(a): Orlando Celso da Silva Neto

Eu, Camila de Souza Mathias, acima qualificada; venho, pelo presente termo, assumir integral responsabilidade pela originalidade e conteúdo ideológico apresentado no TCC de minha autoria, acima referido

Florianópolis, 28 de novembro de 2023.

CAMILA DE SOUZA MATHIAS