

**II CONGRESSO INTERNACIONAL DE
DIREITO, POLÍTICAS PÚBLICAS,
TECNOLOGIA E INTERNET**

**TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS, DIREITO E
PROTEÇÃO DE DADOS**

T255

Tecnologias disruptivas, direito e proteção de dados [Recurso eletrônico on-line] organização II Congresso Internacional de Direito, Políticas Públicas, Tecnologia e Internet: Faculdade de Direito de Franca – Franca;

Coordenadores: Larissa Maia Freitas Salerno Miguel, Alexandre Kehrig Veronese Aguiar e Nelson Remolina Angarita – Franca: Faculdade de Direito de Franca, 2024.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-018-2

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Regulação do Ciberespaço.

1. Proteção de Dados. 2. Smart Contracts. 3. Propriedade Intelectual. 4. Políticas Públicas de Desenvolvimento. 5. Efetividade do Direito. I. II Congresso Internacional de Direito, Políticas Públicas, Tecnologia e Internet (1:2024 : Franca, SP).

CDU: 34

II CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO, POLÍTICAS PÚBLICAS, TECNOLOGIA E INTERNET

TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS, DIREITO E PROTEÇÃO DE DADOS

Apresentação

Entre os dias 27 e 30 de agosto de 2024, a Faculdade de Direito de Franca recebeu o Congresso Internacional de Direito, Políticas Públicas, Tecnologia e Internet. O evento reuniu acadêmicos, profissionais, pesquisadores e estudantes, promovendo o debate interdisciplinar sobre o impacto das inovações tecnológicas no campo jurídico e nas políticas públicas. A programação envolveu Grupos de Trabalho (GTs) organizados para aprofundar temas específicos, abordando desde o acesso à justiça até as complexidades da regulação tecnológica, com ênfase na adaptação do sistema jurídico aos avanços da inteligência artificial e da automação.

O GT 3 – Tecnologias Disruptivas, Direito e Proteção de Dados concentrou-se na análise das tecnologias disruptivas e seus impactos sobre o direito e a proteção de dados pessoais. As discussões abordaram a regulação jurídica de startups, lawtechs e legaltechs, além da tributação e da propriedade intelectual em um cenário de inovação constante. Entre os temas centrais, destacaram-se as implicações das tecnologias da quarta revolução industrial, como a realidade aumentada, o Visual Law, e os contratos inteligentes (smart contracts), que estão moldando o futuro das relações jurídicas. Foi dado especial enfoque à economia do conhecimento e à crescente coleta e tratamento de dados pessoais e sensíveis, considerando os desafios da proteção de dados, vigilância, monitoramento e remoção de conteúdo. As contribuições deste GT oferecem uma visão crítica e propositiva para o direito acompanhar as rápidas mudanças tecnológicas, promovendo a segurança jurídica e o respeito aos direitos fundamentais na era digital.

**DA INSPIRACAO A LITIGACAO: DESAFIOS LEGAIS DOS PRODUTOS
"INSPIRED" NO MUNDO DA MODA DIGITAL E AS COMPLEXIDADES DA
PROPRIEDADE INTELECTUAL**

**FROM INSPIRATION TO LITIGATION: LEGAL CHALLENGES OF "INSPIRED"
PRODUCTS IN THE DIGITAL FASHION WORLD AND THE COMPLEXITIES OF
INTELLECTUAL PROPERTY**

**Eduarda Lopes Bolela
Flavia Muniz**

Resumo

A pesquisa investiga os desafios legais dos produtos "inspired" na moda digital, enfocando a distinção entre inspiração legítima e violação de direitos autorais. Ela analisa a legislação brasileira de propriedade intelectual e casos judiciais relevantes, explorando a categorização desses produtos, seu impacto no mercado e os efeitos econômicos e sociais da contrafação. Conclui-se que diretrizes legais claras e cooperação internacional são essenciais para proteger a inovação e a integridade na moda. A pesquisa adota uma metodologia dedutiva e qualitativa, com objetivo exploratório, utilizando análise documental e coleta de dados.

Palavras-chave: Moda digital, Propriedade intelectual, Contrafação

Abstract/Resumen/Résumé

The project investigates the legal challenges of "inspired" products in digital fashion, focusing on distinguishing between legitimate inspiration and copyright infringement. The analysis includes Brazilian intellectual property law and relevant legal cases. The research addresses the categorization of "inspired" products, their market impact, and the economic and social effects of counterfeiting. It concludes that clear legal guidelines and international cooperation are necessary to protect innovation and integrity in fashion. This study employs a deductive methodology with a qualitative, exploratory approach, utilizing documentary analysis and data collection.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Digital fashion, Intellectual property, Counterfeiting

1. INTRODUÇÃO

Na indústria da moda, a criatividade é frequentemente nutrida por diversas fontes de inspiração. Todavia, essa liberdade criativa muitas vezes conflita com os limites impostos pela legislação de propriedade intelectual. A emergência de produtos "inspired" com o advento da moda digital suscita uma gama de questões jurídicas e éticas, que vão desde considerações sobre originalidade e autenticidade até a salvaguarda dos direitos dos detentores. Este estudo propõe-se a investigar os desafios legais enfrentados pelos produtos "inspired" na indústria da moda, delimitando cuidadosamente as fronteiras nebulosas entre inspiração legítima e violação de direitos de propriedade intelectual.

O problema de pesquisa central desta investigação é a distinção clara entre inspiração legítima e violação de direitos autorais na indústria da moda, considerando a crescente prevalência de produtos "inspired" e a complexidade das leis de propriedade intelectual. O objetivo geral é analisar os desafios jurídicos enfrentados pela disseminação de produtos "inspired" na indústria da moda digital, promovendo uma delimitação precisa entre a inspiração legítima e a violação dos direitos de propriedade intelectual. Para isso, serão examinadas a legislação de propriedade intelectual na moda digital; identificados e categorizados produtos "inspired"; analisados casos jurídicos relevantes; avaliados os impactos econômicos e sociais; e propostas diretrizes legais.

A metodologia adotada será qualitativa e integrada, centrada na aplicação de métodos científicos juridicamente idôneos, principalmente o método dedutivo, complementado pelo método hipotético-dedutivo. Será realizada uma revisão bibliográfica e documental, analisando fontes acadêmicas reconhecidas e legislação pertinente.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 Legislação de Propriedade Intelectual na Moda Digital

O campo do direito da moda, emergindo da interseção entre a cultura, o mercado e a propriedade intelectual, enfrenta desafios significativos na era digital. Historicamente, a moda tem sido um reflexo dos comportamentos sociais e uma expressão cultural essencial, moldada pela interação entre criatividade e funcionalidade. Conforme destacado por Mariot (2016), embora não haja um ramo específico do direito dedicado à moda, sua proteção legal abrange

tanto a propriedade industrial quanto o direito autoral, fundamentais para salvaguardar designs e inovações.

No contexto brasileiro, o Fashion Law tem emergido como um campo jurídico vital para mitigar conflitos e promover a conformidade na indústria da moda (Saad-Diniz & Domingues, 2019). Com a ausência de legislação específica, a jurisprudência desempenha um papel crucial na interpretação e aplicação das leis existentes, adaptando-se à dinâmica do mercado e às demandas de proteção criativa (Mariot, 2016).

A proteção dos direitos de propriedade intelectual na moda se desdobra em duas principais vertentes: a propriedade industrial e o direito autoral. A propriedade industrial, regulamentada pela Lei nº 9.279/1996, abrange desde marcas até desenhos industriais, oferecendo mecanismos de proteção para elementos funcionais e estéticos das criações (Di Blasi, 1998); o direito autoral, conforme estabelecido na Lei nº 9.610/1998, proporciona uma via alternativa crucial para a proteção de criações estéticas. Este instituto, fundamentado nos direitos morais e patrimoniais do autor, não requer registro formal e oferece proteção imediata a obras de criatividade mínima (Ascensão, 1997). Isso se revela especialmente relevante na moda, onde a distinção entre utilidade e arte muitas vezes se confunde (Carvalho, 2016).

Em suma, a legislação brasileira oferece um arcabouço jurídico complexo para a proteção da moda no ambiente digital, envolvendo tanto a propriedade industrial quanto o direito autoral. Enquanto a propriedade industrial enfrenta desafios como a novidade e a funcionalidade, o direito autoral se destaca pela proteção imediata e abrangente de obras artísticas. A interação desses elementos no contexto digital continua a exigir adaptações e interpretações judiciais para acompanhar a rápida evolução do mercado da moda.

2.2 Definição e Categorização de Produtos "Inspired"

Produtos "inspired" na indústria da moda referem-se a peças que são influenciadas por designs de alta moda ou tendências populares, mas que não são cópias diretas ou reproduções ilegais. Esses produtos são uma manifestação da rápida adaptação e interpretação de estilos e elementos de design que cativam os consumidores contemporâneos. Segundo Georg Simmel (2008) e Doris Treptow (2005), a prática de se inspirar e reinterpretar na moda é um fenômeno cultural e econômico antigo, refletindo a dinâmica de imitação e inovação no mercado.

A ascensão das redes sociais e plataformas de compartilhamento de conteúdo, como Instagram e TikTok, desempenha um papel crucial na disseminação de tendências e na popularização de produtos "inspired". Gini Stephens Frings (2017) argumenta que essas

plataformas democratizam o acesso à moda, permitindo que estilos influentes se espalhem rapidamente entre consumidores ávidos por novidades.

No contexto das lojas fast fashion, produtos "inspired" desempenham um papel central em seu modelo de negócio. Lucas Assunção (2021) destaca que essas empresas respondem rapidamente às tendências emergentes, oferecendo versões acessíveis de designs que capturam a imaginação do público, adaptando-se às demandas do mercado em constante mudança.

Durante a pandemia de COVID-19, a demanda por produtos "inspired" cresceu significativamente. Conforme McKinsey & Company, citado por Lucas Assunção (2021), os consumidores procuraram conforto e acessibilidade, impulsionando ainda mais o mercado de moda inspirada. Isso reflete uma mudança nas preferências do consumidor em direção a produtos que oferecem tanto estilo quanto funcionalidade a um preço acessível.

É crucial distinguir entre produtos "inspired" e cópias diretas. Marcela Saddi (2019) e Tiago de Oliveira (2019) discutem como produtos "inspired" reinterpretem elementos de design sem infringir diretamente direitos autorais ou propriedade intelectual. Enquanto isso, cópias diretas são vistas como violações claras de direitos legais e éticos, enfrentando desafios significativos de conformidade legal e reputação.

A categorização de produtos "inspired" pode variar de acordo com a interpretação cultural e legal. Ascensão, dos Santos e Jabur (2014) exploram os desafios legais enfrentados pela indústria da moda na definição e regulamentação desses produtos. A legislação internacional sobre propriedade intelectual e direitos autorais desempenha um papel crucial na determinação dos limites entre inspiração e infração.

A Teoria do Paradoxo da Pirataria, proposta por Raustiala e Sprigman (2006) e Caroline Cabral Fagundes (2020), argumenta que a pirataria pode estimular a inovação ao desafiar convenções estabelecidas e democratizar o acesso à moda. Este debate sobre ética e inovação permeia as discussões sobre produtos "inspired", destacando a complexidade e as ramificações do fenômeno na era digital.

2.3 Estudo de Casos Jurídicos Relevantes

A questão da proteção dos direitos de propriedade intelectual na indústria da moda tem sido objeto de análise detalhada pelos tribunais brasileiros, como evidenciado em casos recentes. Um exemplo paradigmático é o julgamento envolvendo a Hermès e a 284, onde a Hermès obteve proteção para o design de sua famosa bolsa Birkin sob a Lei de Direitos Autorais, reconhecendo-a como uma criação artística original. Esse caso destacou a

aplicabilidade da legislação autoral a produtos estéticos icônicos, combinando-a com medidas de combate à concorrência desleal previstas na Lei de Propriedade Industrial. O juízo julgou o processo extinto, dispondo da seguinte forma:

A farta documentação trazida aos autos não deixa dúvida quanto ao caráter de imitação atribuído aos produtos da autora/reconvinda em relação aos famosos produtos das rés/reconvintes. Tal imitação evidencia-se mesmo no uso da expressão, pela autora/reconvinda, “I am not the original”. Trata-se de apropriação indevida de obra alheia, sem que a autora/reconvinda tivesse que fazer qualquer investimento próprio, caracterizando-se a cópia servil, dada a notória similaridade entre as bolsas produzidas pela autora/reconvinda e aquelas produzidas pelas rés/reconvintes. (TJSP, 2011).

Similarmente relevante foi o caso de João Batista Castilhos da Rocha contra a Arezzo, onde um artesão teve seus direitos protegidos sob a Lei de Direitos Autorais contra a reprodução não autorizada de suas criações artísticas e manuais pela Arezzo. No acórdão, confirmou-se que a Arezzo indevidamente fez o uso da individualidade e originalidade da obra do artista, sendo impositivo o dever de indenização:

Em verdade, a conduta da requerida caracteriza-se muito mais como "plágio" do que "contrafação". No primeiro, conforme entendimento consolidado, a pessoa apresenta como sua obra de terceiro, sem fazer qualquer menção à fonte criadora. Já no segundo, há reprodução mecânica para fins de proveito econômico, sem autorização do criador. Embora as diferenças sejam tênues, no caso, é de plágio que se trata, porque houve reprodução da obra artística de outrem, sem autorização e nem ressalva da autoria (TJRS, 2010).

Em contraste, o litígio envolvendo Loungerie e Hope ilustra uma decisão que não favoreceu a proteção do produto da Loungerie sob a Lei de Direitos Autorais, apesar das alegações de imitação não autorizada de sua linha Embrace Lace pela Hope. O Superior Tribunal de Justiça (STJ) considerou que a ausência de registro de desenho industrial pelos demandantes e a falta de comprovação da distintividade do conjunto-imagem inviabilizaram a proteção contra a concorrência desleal. O acórdão reiterou a necessidade de demonstrar confusão ou associação indevida entre os produtos para configurar a violação do trade dress, conforme estabelecido na Lei de Propriedade Industrial.

Assim, dado o contexto dos autos – em que as recorrentes deixaram de pleitear o registro de desenho industrial para seus produtos –, era ônus que lhes incumbia comprovar tanto a anterioridade do uso quanto a distintividade do conjunto-imagem, na medida em que, ausentes tais circunstâncias, não se pode falar que a utilização de elementos estéticos semelhantes, que se presume estarem em domínio público, configure concorrência desleal (STJ, 2021).

Verifica-se, a partir dos julgados, a importância do reconhecimento da aplicabilidade da Lei de Direitos Autorais aos designs de moda, podendo ou não ser conferida a combinação com a Lei de Propriedade Industrial, a depender do caso específico. A solidificação dessa tutela é fator essencial ao desenvolvimento do setor, que possui como sua característica intrínseca a imprescindibilidade da inovação das criações.

2.4 Impactos Econômicos e Sociais

A contrafação e o plágio na moda têm repercussões significativas tanto no âmbito econômico quanto social, influenciando diretamente o mercado e os consumidores. No Brasil, a extensão do comércio ilegal é alarmante, com perdas significativas de receita. Em 2019, estima-se que o país tenha perdido cerca de trezentos bilhões de reais devido ao comércio ilegal, sendo cinquenta e oito bilhões de reais somente no setor de vestuário (ABIT, 2020). A venda ilegal representa entre 35% a 40% do mercado brasileiro de vestuário (ABPI, 2020).

A distinção entre produtos falsificados e inspirados é crucial: enquanto as falsificações buscam imitar um produto original de forma fraudulenta, causando confusão no consumidor, os produtos inspirados são uma tentativa de se aproximar do original sem essa intenção enganosa (Cardoso, 2016; Saddi, 2019). Esta confusão pode ocorrer em relação à fonte, ao patrocínio ou de forma reversa, onde marcas menores são afetadas por cópias de marcas mais reconhecidas (Saddi, 2019).

Legalmente, a contrafação abrange desde réplicas de alta qualidade que se assemelham aos produtos originais até cópias grosseiras que não enganam o consumidor (Ascensão et al., 2014). No Brasil, violações à propriedade intelectual são tipificadas em diversas legislações, abrangendo desde direitos autorais até crimes contra marcas e desenhos industriais (Lei de Direitos Autorais, Lei de Propriedade Industrial).

Os impactos econômicos da contrafação incluem a depreciação do valor simbólico dos produtos originais, minando a exclusividade das marcas e prejudicando os criadores originais (Santos, 2013). Consumidores de produtos falsificados muitas vezes buscam status e ostentação a um custo inferior, ignorando a qualidade e a autenticidade (Phau & Teah, 2019).

Contrariamente, teorias como o Paradoxo da Pirataria sugerem que a falta de proteção rigorosa à propriedade intelectual pode estimular a inovação na moda, ao permitir o livre fluxo de ideias e a rápida disseminação de tendências (Raustiala & Sprigman, 2006). Essa visão argumenta que as cópias aumentam a visibilidade dos designs originais, impulsionando a necessidade de inovação contínua (Fagundes, 2020).

Entretanto, críticos apontam que a pirataria não só diminui os lucros das empresas criativas como também pode comprometer a segurança e a integridade dos produtos falsificados em setores como saúde e automotivo (Strehlau, 2004). Além disso, a normalização da pirataria perpetua desigualdades sociais ao promover um culto ao consumo superficial e à diferenciação social através de marcas.

Logo, enquanto a pirataria pode ter efeitos paradoxais na inovação e na economia da moda, a proteção efetiva dos direitos de propriedade intelectual continua sendo crucial para sustentar a criatividade genuína e garantir a segurança dos consumidores. A aplicação rigorosa das leis existentes e a conscientização pública são fundamentais para mitigar os impactos negativos da contrafação na sociedade moderna.

3. CONCLUSÃO

A interseção dinâmica entre moda e direito revela um cenário complexo onde a proteção da propriedade intelectual é crucial para fomentar a inovação e preservar a integridade do mercado. No Brasil, a legislação atual, embora abrangente, necessita de ajustes para enfrentar os desafios da era digital e a velocidade das mudanças nas tendências. A distinção clara entre produtos "inspired" e cópias ilegais é fundamental para balancear a proteção dos criadores com a promoção da criatividade na moda, garantindo que direitos sejam respeitados sem restringir a dinâmica de inspiração e adaptação que caracteriza o setor.

Propostas de diretrizes legais robustas são essenciais: educação pública sobre direitos autorais pode aumentar a conscientização e a conformidade, enquanto incentivos à inovação ética podem impulsionar novos desenvolvimentos sem comprometer a integridade intelectual. Implementar mecanismos de aplicação eficazes, como tribunais especializados e procedimentos rápidos para casos de violação, ajudaria a reforçar a proteção legal. Além disso, a cooperação internacional é vital para enfrentar desafios globais de pirataria e garantir uma aplicação consistente das leis em diferentes jurisdições.

Construir um ambiente de negócios ético e inclusivo na moda global requer um equilíbrio cuidadoso entre proteção legal e estímulo à criatividade. Com estas diretrizes, é possível promover um setor de moda sustentável, onde a inovação floresce dentro de um quadro de respeito aos direitos criativos e à diversidade cultural, beneficiando tanto criadores quanto consumidores em um mercado cada vez mais conectado e exigente.

4. REFERÊNCIAS

ABPI. **Venda ilegal no vestuário chega a 40% do mercado.** Disponível em: <https://abpi.org.br/noticias/pirataria-no-vestuario-chega-a-40-do-mercado/>. Acesso em: 10 set. 2022.

ASCENSÃO, J. de O.; JABUR, W. P.; SANTOS, M. J. P. dos. **Propriedade Intelectual: Direito Autoral.** São Paulo: Saraiva, 2014.

CARVALHO, A. G. **Costurando um modelo de proteção da moda pelo direito de autor:** Os desafios e perspectivas dos direitos autorais na proteção às criações de moda. PIDCC: Revista em propriedade intelectual direito contemporâneo, v. 10, n. 1, p. 216-233, 2016.

CARDOSO, G. G. **Direito da Moda:** Análise dos produtos “inspireds”. RJ. Lumen Juris, 2016.

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

JACOB, K. G. et al. **Abordagens da estratégia inovativa de imitação (cópia) na indústria de vestuário.** Sistemas & Gestão, v. 9, n. 1, p. 156-166, 2014.

OLIVEIRA, T. de. **A proteção jurídica das criações de moda.** Coimbra: Edições Almedina, 2019.

PHAU, I.; TEAH, M. **Devil wears (counterfeit) Prada:** a study of antecedents and outcomes of attitudes towards counterfeits of luxury brands. Journal of Consumer Marketing, v. 26, n. 1, jan. 2019.

RAUSTIALA, K.; SPRINGMAN, C. J. **The Piracy Paradox:** Innovation and Intellectual Property in Fashion Design. Virginia Law Review, Charlottesville, v. 92, n. 8, p. 1687-1777, dez. 2006.

SAAD-DINIZ, E.; DOMINGUES, J. O. **Fashion law:** a nova moda entre o penal e o econômico. Boletim IBCCRIM, v. 287, p. 3-4, 2016.

SADDI, M. Entre a imitação e o elogio: qual o limite das paródias?. *In:* DOMINGUES, J. O. **Fashion law:** o direito está na moda. 1. ed. São Paulo: Singular, 2019.

STJ. **REsp: 1943690 SP 2021/0177329-5.** Relatora: Ministra N. Andriighi. Julgamento em 19/10/2021. T3 - Terceira Turma. Publicado no DJe em 22/10/2021.

STREHLAU, S. **O luxo falsificado e suas formas de consumo.** Tese (Doutorado) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, 2004.

TJRS. **Apelação Cível: 70034888503 RS.** Relator: Des. C. C. Marchionatti. Julgamento em 02/06/2010. 20ª Câmara Cível. Publicado em 15/06/2010.

TJSP. **Processo Nº 583.00.2010.187707-5.** Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/134166/justica-paulista-proibe-village-284-de-comercializar-produtos-que-violem-direitos-autorais-da-hermes>. Acesso em: 26 jun. 2024.