

VI ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

**DIREITO, INOVAÇÃO, PROPRIEDADE
INTELECTUAL E CONCORRÊNCIA**

YURI NATHAN DA COSTA LANNES

CINTHIA OBLADEN DE ALMENDRA FREITAS

JOÃO MARCELO DE LIMA ASSAFIM

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Diretora Executiva - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Representante Discente: Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM - Rio de Janeiro

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

Comunicação:

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicritiba - Paraná

Eventos:

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

Membro Nato - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UMICAP - Pernambuco

D597

Direito, inovação, propriedade intelectual e concorrência [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Cinthia Obladen de Almendra Freitas; João Marcelo de Lima Assafim; Yuri Nathan da Costa Lannes – Florianópolis; CONPEDI, 2023.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-742-7

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

Tema: Direito e Políticas Públicas na era digital

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito e inovação. 3. Propriedade intelectual e concorrência. VI Encontro Virtual do CONPEDI (1; 2023; Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



VI ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, INOVAÇÃO, PROPRIEDADE INTELECTUAL E CONCORRÊNCIA

Apresentação

Trata-se do VI encontro virtual do CONPEDI sob a temática Direito e Políticas Públicas, que ocorreu entre 20 e 24 de junho de 2023. O Grupo de Trabalho GT8 intitulado Direito, inovação, propriedade intelectual e concorrência I tem uma aderência inequívoca a demanda social interdisciplinar surgida com o avanço tecnológico, sua apropriação, o r. tráfego jurídico e seu impacto sobre o ordenamento, como, ocorre, por exemplo, com a privacidade (v. “capitalismo de vigilância”), a inteligência artificial e o gigantismo das plataformas digitais. Este GT, fundado diante do advento do sistema nacional de inovação (com pedra angular nos artigos 5, 170, 218 e 219 da Constituição da República Federativa do Brasil), teve sua importância reforçada do papel da inovação nas políticas públicas de desenvolvimento. Reiteramos, aqui, a perspectiva de transição do capitalismo de “shareholder” para o de “stakeholder”, a luz da produção intelectual de autores da envergadura de Mariana MAZZUCATO e Ha Joon CHANG, terminou por criar uma relação direta das políticas de inovação (e r. instrumentos de atribuição patrimonial) com o desenvolvimento sustentável e o respeito aos direitos humanos, para, ao fim e ao cabo, engendrar políticas crescimento econômico e de inclusão social.

O primeiro trabalho é intitulado “A interface entre propriedade intelectual e bens imateriais no sistema marcário”, dos autores Wagner Robério Barros Gomes, Samara Santos dos Santos e Zelita Marinho de Brito. Esta pesquisa aborda o labor e competência do IPHAN em comparação com a competência do INPI. A portaria 587 atribui um certo direito de precedência de determinadas marcas correlatas com os bens culturais. O que se percebeu na sequência, o trabalho “A propriedade intelectual nos jogos eletrônicos: uma análise jurídica” de autoria de Josefa Gilvanda de Moura Santos Neta, Roberta Hora Arcieri Barreto e Raysa Ribeiro Oliveira. O objetivo da pesquisa é examinar o direito positivo com vistas a solucionar controvérsias comumente em pugnas internacionais.

Em terceiro lugar, a pesquisa intitulada “Interfaces entre a propriedade intelectual e o “right to repair” à luz da “Law and Economics”“. O objetivo do presente texto seria discutir o right to repair, e, ao examinar, chega-se ao lixo eletrônico.

Merece menção aqui, o labor intitulado “Delimitação de direitos da propriedade intelectual aplicados à moda: uma análise jurisprudencial” de autoria de Juliana Martins de Sá Müller. O

artigo volta sua atenção para como o direito atende e protege as criações a partir da cultura. Assim, torna-se difícil a tarefa de, a luz de questões socioeconômicas, sopesar a tutela da concorrência desleal mediante a repressão das cópias contra os benefícios da disseminação das cópias como meio de fomentar o uso evitando a obsolescência.

O sexto trabalho na pauta é a obra intitulada “Direito de exclusividade e estímulo de inovação: o papel da propriedade industrial no combate a Dengue” de autoria dos pesquisadores Andressa Mendes de Souza, Vinicius Rocha de Oliveira e Marco Vinícius Chein Feres. O objeto do trabalho é avaliar em que medida a exclusividade pode frear a inovação e prejudica políticas públicas de saúde. O trabalho identificou 317 depósitos de patentes. O cenário da proteção.

Em sétimo, temos a pesquisa “Do analógico ao digital: reflexões sobre a relação de consumo nas plataformas digitais e as implicações regulatórias” tratam do demanda social advindas das plataformas digitais, com enfoque no consumo e na regulação.

Na oitava posição de pauta, surge o trabalho “Entre anjos e unicórnios: perspectivas sobre inovação e o profissional do direito”, trata de um objeto multidisciplinar e seu impacto sobre o trabalho dos profissionais do direito.

Nesta mesma linha, vem a pesquisa oriunda da FUMEC intitulada “Estratégias eficientes e inovadoras para escritórios de advocacia na 4ª Revolução Industrial”, de autoria dos autores Laura Santos Aguiar e Paulo Marcio Reis Santos. O trabalho considera que o atual modelo, defasado, encaminha para as novas tecnologias.

Na décima posição de ordem vem à pesquisa intitulada “inovação tecnológica e os incentivos fiscais no Brasil, a partir da Lei do Bem” da autoria de Giane Francina Rosa, Daniela Ramos Marinho Gomes, e Marília Verônica Miguel. A preocupação com as PME coincide com os problemas da agenda do desenvolvimento olhando também para econômica global, então, a inovação como vetor de competitividade global de sociedades nacionais de capital nacional.

Na décima primeira posição está o título “Licença compulsória de patentes medicamentosas como meio de efetivação dos direitos humanos: o coquetel anti-aids.” A pesquisa tem como autoras Caroline Stéfany Correia de Medeiros e Ohana Lucena Medeiros Von Montfort.

Na décima segunda posição de pauta, foi apresentado o trabalho intitulado “Mudança do clima e eco inovação: aproximações entre o ODS 13 da agenda 2030 da ONU e o programa brasileiro” de autoria de Tuana Paulo Lavali, Cristiana Fontanela, Andrea de Almeida Leite

Marocco. A pesquisa examina a importância estratégica do programa de patentes verdes do INPI.

Na décima terceira posição vem a pesquisa intitulada “O atual retrato da propriedade intelectual e seus impactos na saúde pública e nos medicamentos” de autoria de Antonio Ricardo Surita dos Santos e Victor Hugo Tejerina Velázquez. O objeto parte na análise socioeconômica que considera que a maior parte da população depende do SUS.

Na décima quarta posição em número de ordem, merece atenção o artigo denominado “Os desafios da gestão dos direitos de propriedade intelectual nos ambientes de inovação: uma abordagem a partir da teoria da tríplice hélice” com atenção a gestão estratégica dos direitos da propriedade intelectual, identificando o papel de cada ator.

Na sequência, foram apresentados o artigo decorrente da pesquisa intitulada “Os direitos autorais de conteúdo gerado por entes de inteligência artificial” de autoria de Vitor Greijal Sardas e José Carlos Vaz e Dias. O problema decorre da demanda social, especialmente a partir da inteligência artificial usando o conceito de rede neural profunda.

Por oportuno, não poderia faltar o “Risco e desafios da massificação do uso da inteligência artificial: o uso do chat gpt” cujo objeto é o resultado dos últimos avanços da IA, que no debate, levaram a reflexão sobre a necessidade de regulação o uso ético e jurídico da IA, bem como, o risco de concentração econômica e impacto para as normas que disciplinam a livre concorrência.

Por fim, encerramos o debate com uma prévia análise sobre a relação entre a propriedade intelectual, a questão dos alimentos e o direito a desenvolvimento. Erradicação da fome e segurança alimentar estão na pauta do desenvolvimento sustentável.

Por toda esta produção e alcance dos respectivos objetos, os trabalhos do GT8 do Conselho Nacional de Pesquisa em Direito foram expostos a debate em uma tarde proveitosa de produção intelectual aplicada em resposta a demanda social e ao bom serviço do Sistema Nacional de Pós-Graduação na área do Direito, sem deixar de enfrentar problemas interdisciplinares colocados, trazendo soluções resultantes da análise sistêmica do Direito. Quiçá, muitos destes problemas (e soluções) de interesse das outras 47 áreas do conhecimento (no âmbito do Conselho Técnico e Científico da CAPES - CTC) relativamente ao sistema nacional de inovação.

Tenham uma leitura boa e profícua.

João Marcelo de Lima Assafim

Yuri Nathan da Costa Lannes

Cynthia Obladen de Almendra Freitas

Coordenadores do GT8

DELIMITAÇÃO DE DIREITOS DA PROPRIEDADE INTELECTUAL APLICADOS À MODA: UMA ANÁLISE JURISPRUDENCIAL

DELIMITATION OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS APPLIED TO FASHION: A JURISPRUDENTIAL ANALYSIS

Juliana Martins de Sá Müller ¹

Resumo

Este trabalho se propõe a analisar os direitos de propriedade intelectual aplicados à moda, tendo em vista o paradoxo da pirataria que pode ser atrelado a esse mercado. A metodologia utilizada foi da pesquisa qualitativa, fundada no método de análise de conteúdo, a partir do marco teórico da indústria cultural, que diz respeito ao processo ideológico relativo à massificação de um produto, por meio da repetição de um padrão nas obras produzidas. O objetivo geral deste artigo é abordar os principais aspectos dos direitos imateriais incidentes ao mundo da moda, enquanto, de forma específica, pretende-se verificar a aplicabilidade desses direitos pelo judiciário. Assim, são analisadas posições judiciais emblemáticas e contraditórias entre si no reconhecimento da proteção dos direitos relativos à moda, quais sejam as jurisprudências do Tribunal de Justiça de São Paulo, na decisão do caso Hermès versus Village 284, por meio do Acórdão nº 2016.0000585133, e do Superior Tribunal de Justiça, no caso Loungerie versus Hope do Nordeste, julgado no Recurso Especial nº 1.943.690 – SP. Conclui-se, enfim, pela necessidade e urgência de discussão do tema em questão pelos aplicadores do Direito.

Palavras-chave: Propriedade intelectual, Direito e moda, Paradoxo da pirataria, Indústria cultural, Jurisprudência

Abstract/Resumen/Résumé

This paper aims to analyze intellectual property rights applied to fashion, considering the paradox of piracy that can be associated with this market. The methodology used was qualitative research, based on content analysis method, using the theoretical framework of cultural industry, which concerns the ideological process related to the massification of a product through the repetition of a pattern in the produced works. The overall objective of this article is to address the main aspects of intangible rights related to the fashion world, and specifically, to verify the applicability of these rights by the judiciary. Thus, emblematic and contradictory judicial positions are analyzed in the recognition of fashion-related rights, namely the jurisprudence of the Court of Justice of São Paulo in the case of Hermès versus Village 284, through the Judgment No. 2016.0000585133, and the Superior Court of Justice

¹ Bacharela em Direito pela UFJF; Especialista em Direito e Inovação pela Universidade FUMEC; Mestra e Doutoranda em Direito pela UERJ.

in the case of Loungerie versus Hope do Nordeste, judged in the Special Appeal No. 1,943,690 - SP. In conclusion, there is a need and urgency for discussion of the topic in question among legal practitioners.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Intellectual property, Law and fashion, Piracy paradox, Cultural industry, Jurisprudence

INTRODUÇÃO

O direito à propriedade está atrelado à existência de um bem, corpóreo ou incorpóreo, vez que a propriedade deve recair sobre algo, seja este material ou imaterial. Ademais, deve haver uma relação entre o titular do direito ou seu postulante e o bem, para uso, gozo e fruição. Faz-se necessária, ainda, para que haja, de fato, a propriedade, a possibilidade ou o direito de disposição do bem, que permite não só sua exploração econômica, como sua devida funcionalização.

Assim, o direito de propriedade garante ao proprietário os direitos de uso, de gozo e fruição e de disponibilidade, além da possibilidade de opor sua propriedade a terceiros, podendo reaver a coisa daquele que indevidamente a possui ou utilize. Há que se destacar que esse atributo de oponibilidade é mitigado pela necessidade de observância à função social, que diz respeito à relação entre o indivíduo, proprietário, e a sociedade, excluída na relação jurídica com o bem. Refere-se a uma relativização do caráter privativo da propriedade, fazendo com que esta se volte também para os interesses coletivos, de forma que a propriedade privada não prejudique o desenvolvimento da sociedade.

Tratando-se especificamente da propriedade sobre obras intelectuais, sendo estas as obras que exteriorizam um trabalho intelectual – ou seja, que materializam uma ideia, intangível, que se origina no intelecto humano –, é garantido, pelo Direito, ao proprietário, a oposição de seu direito a terceiros, além do dever de abstenção coletivo em relação ao bem protegido pela propriedade privada. Aqui há uma proteção à informação por detrás da manifestação física do bem jurídico e, nesse mesmo sentido, pelas características do bem, sua proteção tem limitação temporal.

O arcabouço jurídico a ser observado nesse contexto de proteção aos direitos decorrentes de uma propriedade imaterial consta da lei nº 9.279/1996, que regula direitos e obrigações decorrentes da propriedade industrial, e da lei nº 9.610/1998, que consolida a legislação sobre os direitos autorais.

Nesse contexto, de proteção aos direitos de propriedade industrial e ainda direitos autorais, tem-se as criações aplicadas ao mundo da moda. Não está claro nas normas jurídicas como serão tratadas pelo Direito as criações utilizadas em vestuários e acessórios, cabendo, assim, a interpretação dos magistrados, quando alguém entender ferido seu direito sobre sua criação.

É nesse cenário que este trabalho se propõe a analisar os direitos de propriedade intelectual aplicados à moda, a partir do marco teórico da indústria cultural. Esta diz respeito a um conceito atrelado à padronização dos indivíduos e seus gostos e comportamentos, a partir de uma pseudoindividualidade que reverbera nos padrões de consumo. Trata-se, portanto, de um processo ideológico que se manifesta num sistema orientado para a instrumentalização dos indivíduos em consumidores.

A metodologia utilizada foi da pesquisa qualitativa, fundada no método de análise de conteúdo, tendo em vista que, com base nos objetivos traçados, propõe-se o estudo de textos teóricos e legais. Esse método é consubstanciado por meio de documentação indireta, bibliográfica e documental, procedimentos hipotético-dedutivos e abordagem reconstrutiva, criando-se um sistema analítico de conceitos, para ser aplicado às decisões judiciais aqui em análise.

De forma geral, esse artigo objetiva abordar os principais aspectos e impactos de como os direitos imateriais podem incidir no mundo da moda. Enquanto, de forma específica, pretende-se verificar a aplicabilidade desses direitos pelo judiciário, tendo como premissa dois casos fáticos bastante emblemático para o recorte proposto neste trabalho, uma vez que se apresentam de forma antagônica.

Para tanto, o presente trabalho será dividido em três seções, dispostas elencado a seguir:

Primeiramente, serão apresentados os conceitos base relacionados à moda e ao comportamento social. A partir do marco teórico da indústria cultural serão abordados os conceitos de tendências de mercado, inspirações e cópias, inclusive considerando o paradoxo por detrás das cópias no mundo da moda, qual seja o paradoxo da pirataria.

Em seguida, serão tratados os direitos de propriedade intelectual relacionados a cada uma das possíveis proteções jurídicas viáveis de serem observadas nas criações com aplicação voltada ao mercado da moda.

Enfim, serão avaliadas as duas decisões judiciais, que dão corpo à análise proposta neste artigo, demonstrando a atuação do judiciário, que, em conjuntura semelhante de análise, produziu desfechos contrários para casos similares. São elas: o caso *Hermès versus Village 284*, por meio do Acórdão nº 2016.0000585133 proferido em 16 de agosto de 2016 pelo Tribunal de Justiça de São Paulo (TJSP) na análise da Apelação nº 0187707-59.2010.8.26.0100; e o caso *Loungerie versus Hope do Nordeste* julgado pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ) em 19 de outubro de 2021 no Recurso Especial nº 1.943.690 – SP.

Ao final, conclui-se, retomando o exposto, a fim de recuperar os resultados parciais elencados ao logo da pesquisa que aqui se relata.

1. MODA E INDÚSTRIA CULTURAL: TENDÊNCIA, INSPIRAÇÃO E CÓPIA

Para que se inicie uma análise relativa à moda, há que se observar que essa palavra pode ter diferentes acepções. Ela é utilizada para se referir a uma situação efêmera, um interesse temporal; diz respeito, também, à indústria ou ao comércio de vestuário, incluindo acessórios; e, ainda, relaciona-se a um movimento cultural, aos hábitos de uma comunidade em específico, como um modo de agir coletivo.

Dessas três acepções apresentadas, esse trabalho se utiliza, basicamente, do conceito de moda como mercado de roupas, acessórios e adornos corporais em geral, ou seja, centra-se aqui na ideia de moda como indústria ou comércio de itens voltados ao vestuário.

Balizado por este recorte, cabe destacar que a moda, como se conhece hoje, tem origem no Ocidente no período do Renascimento. Neste momento, ela se limitava à Corte, para distinguir os nobres, como um mecanismo de distanciamento entre a Nobreza e a Burguesia (TRINCA, 2004). É importante observar que a moda, tal qual se coloca hoje, nasce como um movimento cultural, como uma forma de identificação de um grupo, para alijar os demais.

Ainda nesse sentido, ensina Trinca (2004) que é a partir da Revolução Industrial que a indústria da moda se fortalece, pois aquela alavanca a produção de vestimentas. Ademais, os ideais propostos pela Revolução Francesa – Igualdade, Liberdade e Fraternidade – fornecem o fundamento ideológico que difundem, para a sociedade, a liberdade no consumo, principalmente no tocante ao consumo de vestuário. Assim, a moda inicia seu percurso no caminho de se tornar um padrão de consumo.

Com o desenvolvimento das técnicas de produção e de distribuição, a mobilidade social e a publicidade, a moda adquiriu um caráter essencialmente natural e necessário no mundo moderno (TRINCA, 2004).

Atualmente, portanto, a moda é importante não só para a economia, como também para a sociedade em geral, como se vê nos dados exposto a seguir:

A indústria da moda é um segmento tradicional e bastante relevante para a economia mundial. É o segmento maior em faturamento global no e-commerce B2C [direto ao consumidor], com vendas de US\$ 525 bilhões anualmente. Além disso, cresce, em média 11,4% por ano e a expectativa de faturamento para 2025 é de US\$ 1 trilhão. (NASCIMENTO, 2021)

[A moda é] a segunda maior atividade econômica mundial com relação à intensidade de comércio, empregando mais de 57 milhões de pessoas nos países em desenvolvimento, 80% das quais são mulheres. (CORNER, 2020)

A moda, ainda, é um agente de inovação e mudança, particularmente, no que diz respeito às áreas de sustentabilidade, saúde e bem-estar. Isso porque é cada vez mais comum o surgimento de marcas que se ocupam de responsabilidade social e ambiental, com a utilização de mecanismos de produção consciente e redução de desperdícios, a chamada *slow fashion* – em contrapartida ao crescimento das *fast fashion*. Além de ser cada dia mais observável no cotidiano do homem médio, os chamados *wearables*, quais sejam dispositivos eletrônicos que se enquadram na categoria de vestimentas, ou seja, tecnologias vestíveis. Tem-se como exemplo, os *smartwatches*, as roupas inteligentes, com sensores de movimento, monitoramento de frequência cardíaca, aquecimento ou resfriamento controlado, entre outros.

A moda, também, representa, para cada indivíduo, uma escolha, a eleição de uma preferência, e, até mesmo, um ato político. Assim, a moda está diretamente vinculada à expressão da individualidade humana.

Todavia, apesar de a moda ser importante para cada pessoa individualmente, ela também é um fenômeno coletivo, especialmente no que diz respeito aos padrões de consumo. Nesse sentido, TRINCA (2004) citando Adorno e Horkheimer apresenta a indústria cultural como um processo ideológico que se manifesta na prática de um sistema orientado para a instrumentalização dos indivíduos em potenciais consumidores. “A padronização seria o traço mais característico da indústria cultural” (TRINCA, 2004), assim, entende-se que esse conceito implica no aumento do lucro, de acordo com o aumento do consumo, a medida em que há o aumento da popularidade de um produto. E esse aumento de popularidade se dá por meio da repetição de um padrão nas obras produzidas, de modo que estas atendam ao maior número possível de pessoas.

“O que pretende a indústria cultural [...] é fornecer uma pseudoindividualidade, uma ideia de liberdade de escolha, onde os produtos pareçam ser elaborados exclusivamente para cada pessoa” (TRINCA, 2004). Nesse sentido, “[a]s pessoas expressam suas individualidades por meio das indumentárias escolhidas, porém, a liberdade de escolha vem condicionada ao desejo de adequação social, que se expressa pela reprodução (imitação) dos padrões aprovados socialmente” (GRAU-KUNTZ, 2014).

Em outras palavras, o consumidor acredita que está exercendo sua liberdade para manifestar sua individualidade a partir do padrão de consumo que elege; porém, seus desejos de consumo decorrem dos padrões que são aceitos na sociedade na qual ele está inserido. Nesse contexto, a liberdade que o consumidor exerce está condicionada ao seu anseio de estar inserido

no meio ao qual faz parte, se adequando aos padrões aprovados na sua comunidade. Ou seja, esse mecanismo reforça a padronização de uma sociedade.

É a partir dessa ideia de indústria cultural que este trabalho entende os conceitos de tendência, inspiração e cópia no mundo da moda, dado que todos estes refletem um padrão de consumo.

Assim, a tendência diz respeito ao momento cultural que uma sociedade se encontra, expressa os valores específicos daquela comunidade em uma determinada época. A tendência, portanto, é uma expressão cultural valorativa, que se observa de forma situada, temporária. Ela se refere a uma direção geral de mudança da moda e pode se manifestar por meio de novos cortes, cores, estampas, materiais e estilos de roupas. Com fins de maior clareza, exemplifiquemos: a moda após a vacina contra a Covid-19 passou a utilizar cores vibrantes, demonstrando energia, positividade, comunicando entusiasmo, e refletindo o espírito deste momento social.

A inspiração, por sua vez, demonstra a influência de uma obra sobre outra. Refere-se ao ato de obter ideias ou referências de outras fontes para criar algo novo e original e pode se tratar, até mesmo, de uma espécie de homenagem ao original. A inspiração é usada pelos estilistas e designers como ponto de partida para criar suas próprias criações únicas e originais, incorporando elementos de inspiração em suas coleções, peças de roupa ou acessórios. Assim, a inspiração pode ser tida inclusive como uma espécie de cópia parcial, porém sem objetivo de se passar, de fato, pelo original.

Já a cópia acontece quando uma obra, um produto, uma coleção imita peças de outra. Trata-se de reprodução direta ou não autorizada de um design, estilo, padrão ou peça de roupa criada por outra pessoa ou marca. As cópias têm como objetivo se passar pelo original e assim atingir o consumidor. Elas são popularmente conhecidas como “réplicas”¹, “falsificações” ou mesmo “pirataria”.

Há que se observar que há uma linha tênue entre tendência, inspiração e cópia, que pode ser bastante subjetiva e variar dependendo do contexto e das normas aplicáveis. Aqui se destaca a relevância deste trabalho.

Todavia, tratando-se especificamente das cópias, em razão das especialidades do mercado da moda, há que se abordar o paradoxo da pirataria subjacente à disseminação das peças. Nesse sentido, ao mesmo tempo que se discute a repressão às cópias, há que se observar que elas têm um papel importante na disseminação das peças, na massificação do produto, e, conseqüentemente, na criação de novas tendências.

¹ Importante observar que falsificação diz respeito a uma cópia evada de ilegalidade, o que não necessariamente se dá com a réplica, sendo o termo utilizado neste conceito de forma popular.

Raustiala e Sprigman (2009) apresentam a ideia de que a disseminação das cópias acelera o processo de obsolescência induzida, assim, a repressão às cópias tornaria esse ciclo mais lento. Pode-se entender que a comercialização das cópias, além de estratégia de estímulo ao consumo, por meio da popularização de um produto, em atendimento à indústria cultural, também gera inovação no mundo da moda. “As cópias, no mercado de Moda, consagram a propagação da novidade, ao difundirem os novos elementos propiciados pela dinâmica da obsolescência” (LOPES, 2019).

O paradoxo da pirataria, portanto, diz respeito a uma aparente contradição entre a ilegalidade na irregularidade da disseminação das cópias e a prevalência da chamada pirataria. Diz-se aparente contradição, vez que, por meio da disseminação que a pirataria acarreta, há a massificação do produto, que, com isso, se torna mais atrativo, especialmente no mercado da moda, que lida diretamente com a expressão do indivíduo para com o grupo. E essa atratividade está diretamente relacionada à padronização observada pela indústria cultural.

A partir do paradoxo da pirataria é possível perceber a dificuldade do Direito em proteger a propriedade intelectual atrelada à moda, o que se passa a discutir a seguir.

2. A PROTEÇÃO JURÍDICA DA MODA:

Como visto, há uma espécie de tolerância com as cópias no mercado da moda que não se observa tão claramente em outras áreas da indústria criativa, em razão do paradoxo da pirataria. Isso porque à “proporção que as cópias ganham espaço nas práticas sociais por meio da difusão da Moda, vão surgindo bases de fundamento jurídico que recorrem à proteção dos direitos de criadores e inventores” (LOPES, 2019).

Assim, as estruturas do direito de propriedade intelectual, conforme o caso concreto, vão responder as demandas sociais.

Ao se tratar da proteção jurídica ao mercado da moda, o primeiro que se deve ter em mente é a proteção ao *trade dress*. Aponta Barbosa (2011) que o *trade dress* se “constitui no elemento significativo constituído pela totalidade significativa do objeto simbólico exercitado na prática de mercado como produto ou serviço”, ou seja, trata-se do conjunto-imagem de um produto ou serviço. Assim, o *trade dress* contempla a aparência, o formato, o modelo, algum detalhe distintivo, que pode ser protegido pelo Direito.

“O *trade dress* é radicado no sistema jurídico brasileiro através da invocação do texto constitucional e dos preceitos de repressão à concorrência desleal” (BARBOSA, 2011), e sua previsão pode ser encontrada na Lei de Propriedade Industrial (LPI), em dois dispositivos de seu artigo 195, como se vê:

Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem: [...] III - emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem; IV - usa expressão ou sinal de propaganda alheios, ou os imita, de modo a criar confusão entre os produtos ou estabelecimentos” (BRASIL, 1996).

Há que se observar que os elementos que constituem o *trade dress* podem ser protegidos separadamente, por institutos jurídicos específicos, conforme a natureza jurídica do item a ser protegido, como se verá a seguir. Todavia, cabe primeiramente destacar que a violação do *trade dress* do produto de um competidor configuraria concorrência desleal, mesmo que seus elementos característicos estivessem protegidos separadamente por direitos de propriedade intelectual específicos.

Tratando-se dos institutos em espécie, o primeiro direito a ser observado é o direito autoral. Os direitos de autor dizem respeito à proteção jurídica das criações de obras intelectuais relativas ao espírito humano. Nesse sentido, a aceção da moda como arte permite a proteção pelo direito do autor, pois, como dispôs Quinelato (2019), as

criações [da moda] são instrumento do Direito de Autor porque são criações da reflexão do ser humano e que apresentam natureza estética, desta forma, opondo-se às invenções de natureza técnica. Portanto, não existe dúvida de que as criações de moda são consequência de um pensamento humano-logo, intelectual - e tais obras são capazes de externar e provocar um sentimento estético.

Assim, na moda, quando os elementos são originalmente criados pelos designers de moda, apresentando-se como expressão da sua criatividade e senso estético, podem ser protegidos pelo direito autoral como obras de arte aplicadas ou obras tridimensionais.

Nessa baliza, a Lei do Direito Autoral, em seu artigo 7º determina que “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” (BRASIL, 1998). Importante destacar que esse tipo de proteção independe de registro, conforme disposto no artigo 18 da mesma lei.

Para além do entendimento da moda como expressão do espírito e, como criação de arte, sendo protegida pelo direito do autor, também há que se ter em tela que itens do mercado da moda podem ser protegidos por meio do direito de propriedade industrial, como um desenho industrial.

O desenho industrial tem como função proteger o caráter ornamental de objetos ou padrões gráficos a serem aplicados em itens passíveis de fabricação industrial. A LPI, em seu artigo 95, prevê que se considera 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).

Ademais, para que haja a proteção jurídica neste instituto há que se observar que a lei determina ainda que “o desenho industrial é considerado novo quando não compreendido no estado da técnica” e “é considerado original quando dele resulte uma configuração visual distintiva, em relação a outros objetos anteriores” (BRASIL, 1996). Dessa forma, se pressuposta a satisfação do requisito novidade ou originalidade e procedido o devido registro, há possibilidade da proteção jurídica como desenho industrial. Nesse sentido, portanto, seriam protegidas as formas do item de moda.

Pois o desenho industrial é uma forma de proteção que confere direitos exclusivos ao titular sobre a aparência ou o aspecto visual de um produto, como sua forma, configuração, ornamentação, cor ou textura. Em alguns casos, os elementos de design de moda, como os cortes das roupas, as estampas, os detalhes ornamentais e outros aspectos visuais, podem ser considerados desenhos industriais e, portanto, são passíveis de proteção como um direito de propriedade relativo ao desenho industrial.

Ainda, os itens do mercado da moda podem ser protegidos pelo Direito como marca de posição. Essa proteção jurídica é garantida pela Portaria nº 37/2021 do Instituto de Propriedade Industrial (INPI), de 21 de setembro de 2021, que possibilitou o registro de marca de posição, uma forma de marca não tradicional, que garantirá maior proteção à signos distintivos específicos, como se vê:

Art. 1º. Será registrável como marca de posição o conjunto distintivo capaz de identificar produtos ou serviços e distingui-los de outros idênticos, semelhantes ou afins, desde que:

I – seja formado pela aplicação de um sinal em uma posição singular e específica de um determinado suporte; e

II – a aplicação do sinal na referida posição do suporte possa ser dissociada de efeito técnico ou funcional. (BRASIL, 2021)

A marca de posição se difere da proteção marcária como originalmente estabelecida, pois as marcas tradicionalmente são representadas por palavras, letras, números ou desenhos bidimensionais. Enquanto a marca de posição pode se referir a características de design, configuração, ou até mesmo textura de um produto, que são distintivas e identificam a origem empresarial.

Esse tipo de proteção será concedido ao item de moda quando o produto se distinguir dos demais, como no caso de identificação de marca em razão da cor do solado de um sapato, por exemplo.

Enfim, há que se observar que, para a aplicação dos institutos jurídicos aqui apresentados, não há necessidade de que o produto do mercado da moda possa ser imitado por uma cópia servil², basta apenas que haja a capacidade de uma cópia de gerar confusão ao consumidor.

Expostas todas as formas de proteção jurídica que podem ser utilizadas em casos de violação à propriedade imaterial no mundo da moda, passa-se agora a analisar as duas decisões judiciais propostas no recorte desse artigo.

3. A PROTEÇÃO À MODA NO JUDICIÁRIO BRASILEIRO

Feita a abordagem conceitual nas seções anteriores, passa-se agora a apresentação dos casos fáticos, para que, ao final, possa ser avaliado como o judiciário brasileiro analisa as questões de propriedade intelectual atinentes ao tocante aos itens que envolvem o mercado da moda.

O primeiro caso a ser tratado diz respeito a lide envolvendo a Hermès International e Hermes Sellier em face da Village 284 Participações e Comércio de Vestuário Ltda. A análise tem como base o Acórdão nº 2016.0000585133 proferido em 16 de agosto de 2016 pelo TJSP no julgamento da Apelação nº 0187707-59.2010.8.26.0100.

Em linhas gerais, a grife paulistana Village 284 lançou, em 2010, a Bolsa 284, como parte de uma coleção de réplicas. A bolsa em comento replicava a Bolsa Birkin da grife francesa Hermès.

Após o recebimento de uma notificação extrajudicial enviada pela Hermès, a Village 284 ajuizou uma demanda judicial objetivando a declaração de inexistência de relação jurídica decorrente de uma suposta violação de direito autoral e/ou de concorrência desleal. Após realização de perícia, em 2011, a decisão de primeiro grau foi favorável aos argumentos da ré, reconhecendo a proteção jurídica da Bolsa Birkin, por meio de direito autoral. Em 2016, em segunda instância, a decisão foi mantida, por meio do Acórdão aqui em tela, que negou provimento à apelação da autora.

² Esse trabalho entende cópia servil como “a imitação dos elementos característicos de um produto ou serviço ou estabelecimento, do aviamento de uma empresa, quando feita em seus aspectos técnicos ou funcionais, necessários para o funcionamento de um negócio semelhante, ou para a elaboração de um produto ou prestação de um serviço é a chamada concorrência parasitária” (BARSOSA, 2012, p. 29).

Em seus argumentos, o Acórdão apontou que há cópia servil, ou seja, não se trata aqui de tendência ou inspiração, mas imitação dos elementos distintivos do item; aproveitamento parasitário por parte da autora, que buscava aumentar seus ganhos se valendo da boa fama construída pela ré; e possibilidade de diluição da marca original, desfavorecendo a Bolsa Birkin com a perda da distintividade. Enfim, destacou que haveria aplicação das proteções garantidas pelos direitos autorais. O julgador afirmou, inclusive, que "é inegável que **as bolsas Hermès são criações artísticas originais, de cunho estético, incluindo-se no âmbito da proteção jurídica do Direito Autoral**" (SÃO PAULO, 2016) (destaques acrescentados).

Já o segundo caso objeto deste trabalho, analisado a partir do Recurso Especial (REsp) nº 1.943.690 – SP, de 19 de outubro de 2021, foi relatado pela Ministra Nancy Andrichi e envolveu, de um lado, a Wacoal America Inc. e a Loungerie S/A e, de outro, a Hope do Nordeste Ltda.

Em breve síntese, as partes Wacoal/Loungerie ajuizaram ação indenizatória e de abstenção de uso em face da Hope, alegando que esta comercializava produtos que se tratavam de cópias de itens da linha “Embrace Lace” criados pela autora. Em primeiro grau, após perícia, o juízo reconheceu a similaridade entre os produtos, que ocasionavam situações de violação do conjunto-imagem, podendo acarretar desvio de clientela, de modo que a ré deveria se abster da comercialização dos produtos. Insatisfeita, a ré interpôs recurso e, no julgamento da apelação, o TJSP decidiu pela inaplicabilidade da Lei de Direitos Autorais à indústria da moda; apontou que haveria possibilidade jurídica de proteção aos itens por meio de desenho industrial, porém, por não ter havido o registro, a proteção não caberia ao caso concreto e, ainda, entendeu descabida a violação do *trade dress*. Assim, o caso chegou ao STJ, por meio do REsp em comento, por solicitação das partes autoras, que, dentre outros pontos, aduziam aplicação da Lei do Direito Autoral e violação do *trade dress*. O STJ reconheceu o recurso e negou seu provimento.

Interessa a esse trabalho a materialidade da decisão, destacadamente os pontos a seguir.

O julgamento do REsp nº 1.943.690 – SP traz como fundamento que “qualquer criação que configure uma exteriorização de determinada expressão intelectual, com ideia e forma concretizadas pelo autor de modo original, é passível de proteção pelo direito autoral” (BRASIL, 2021). Assim, a proteção ao autor não considera a destinação a ser dada à obra, de modo que “[o]bras utilitárias são igualmente protegidas, desde que nelas se possa encontrar a exteriorização de uma ‘criação de espírito’” (BRASIL, 2021) – trazendo à tela as chamadas

“obras de arte aplicadas”, em razão de congregarem elementos estéticos e úteis para fins industriais.

O REsp aponta que, para configuração de **imitação de *trade dress***, não basta que o titular comprove que utiliza determinado conjunto-imagem, além disso, é necessário, para **garantia da proteção jurídica, (1) que os elementos não possam ter outra função que não a diferenciação no mercado; (2) que haja possibilidade de confusão entre produtos; (3) anterioridade e distintividade frente aos concorrentes** (BRASIL, 2021). Assim, dado o contexto dos autos não ficou comprovada a anterioridade do uso e a distintividade do conjunto-imagem, sendo 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. (BRASIL, 2021). Aduzindo ainda que

embora se possa perceber alguma semelhança entre os produtos, (i) não houve imitação, à vista da presença de diferenças significativas entre as peças de vestuário comparadas; (ii) **o uso de elementos que constam da linha estilística das recorrentes revela uma tendência do segmento de moda íntima feminina**; e (iii) não foi comprovada a prática de atos anticoncorrenciais que pudessem ensejar confusão no público consumidor. (destaques acrescidos).

Relatados os dois casos, esse trabalho se debruça agora sobre as análises pertinentes, considerando os pressupostos teóricos propostos.

Vê-se que, no primeiro caso apresentado, a bolsa, uma réplica, foi considerada cópia e retirada de circulação, sendo garantido o direito do autor da peça original.

Por sua vez, no segundo caso, embora replicasse o mesmo padrão fático, porém agora a produtos de lingerie, ao direito foi dado tratamento distinto. Na primeira instância, foi aceita a violação do *trade dress*; na segunda, em contraposição, foi afastada a aplicação da lei do direito autoral; já no tribunal superior, foi reconhecida a possibilidade de proteção jurídica: garantiu-se a utilização do direito autoral para itens do mercado da moda e reconheceu-se a possibilidade de se aplicar à moda o conceito de obra de arte aplicada. Apesar disso, não houve aplicação da proteção jurídica, pois os itens em questão não foram configurados como cópia, mas sim como mera tendência de mercado.

Nesse sentido, apesar de haver posicionamentos dissonantes, é possível perceber a consolidação da proteção conferida pelo direito autoral aos itens do mercado da moda. Parece bastante contundente, inclusive, a utilização, pela jurisprudência do conceito de obra de arte aplicada quando se trata do mercado da moda, por suas características tão específicas, como explicitado em seção anterior.

Todavia, considerando a ideia de paradoxo da pirataria que retroalimenta o mercado da moda, pode ser bastante confuso – e até incoerente – o judiciário definir quando um item da

moda se configura como cópia e quando se trata de tendência de determinado segmento. Muito embora essa análise possa e seja precedida por perícia técnica, como visto, há um limite muito tênue e até mesmo subjetivo entre cópia, inspiração e tendência.

Nessa baliza, cabe ao direito regular apenas as questões que se enquadrem como cópia. Nesse sentido, é possível inferir como resultado deste trabalho que, em se tratar do mercado da moda, a caracterização como cópia estaria restrita à cópia servil.

Enfim, considerando as diferenças no tratamento jurídico que foi dado aos casos apresentados, apesar de todas as semelhanças fáticas, pode-se concluir que a proteção jurídica à moda ainda é bastante casuística no direito brasileiro.

CONCLUSÃO

Esse trabalho visou apresentar os aspectos do direito de propriedade intelectual aplicados ao mundo da moda, considerando todas as especificidades que tocam a este mercado.

A partir do marco teórico da indústria cultural, que apresenta uma ideologia de massificação, por meio da padronização de produtos, a fim de aumentar sua popularidade e, portanto, seu consumo, é que se entende a disseminação das cópias no mercado da moda. Assim, é possível analisar a tensão entre a proteção conferida pelos direitos de propriedade intelectual, quais sejam direitos autorais e de propriedade industrial, e a alavancagem comercial conferida pelos produtos contrafeitos, qual seja o paradoxo da pirataria.

Conceituou-se, então, as diferenças entre inspiração, tendência e cópia, no mercado da moda, sendo apenas a cópia considerada uma possível violação jurídica.

Em seguida, apresentou-se as possibilidades jurídicas de proteção quando configurada uma lesão por cópia de um item de moda: a proteção ao *trade dress*, como prática de concorrência desleal; a proteção ao direito autoral do criador do item/obra de arte aplicada; a proteção ao desenho industrial, quando registrada a forma distintiva; e a proteção à marca de posição, quando assim considerando o objeto da moda.

Passou-se então à análise dos casos fáticos enfrentados pelo judiciário. Após a análise dos dois casos emblemáticos – réplica da Bolsa Birkin da Hermès pela Bolsa 284 da Village 284 e possível cópia da Linha Embrace Lace da Lougerie pela Hope – verificou-se que, embora não uníssona, é consolidada a proteção conferida pelo direito autoral aos itens do mercado da moda, mas ainda é muito casuística a análise em relação às cópias, principalmente no tocante à

imitação ou inspiração/tendência de mercado. Isso porque, no estudo dos casos, verificou-se que apesar de todas as semelhanças fáticas o tratamento jurídico foi diferente.

Há que se refletir, portanto, sobre a necessidade de discussão, pelos operadores do direito, no que toca à proteção ao *trade dress* aplicado à moda. Especialmente, para que possa haver maior segurança jurídica quanto ao limite entre a cópia e a inspiração ou tendência de um segmento e a forma de desenvolvimento desse mercado, por meio da padronização acarretada pela indústria cultural.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Denis Borges. **A Concorrência Desleal e sua Vertente Parasitária**. Rio de Janeiro: Revista da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual, número 116, janeiro/fevereiro de 2012.

_____. **Do trade dress e suas relações com a significação secundária**. [S.l: s.n.], 2011.

Disponível em:

<https://www.academia.edu/4397089/Do_trade_dress_e_suas_relacoes_com_a_significacao_secundaria>. Acesso em 20 abr 2023.

_____. **Uma introdução à propriedade intelectual**. [Livro eletrônico][S.l: s.n.], 2010.

Disponível em: <https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/introducao_pi.pdf>. Acesso em 20 abr 2023.

BARBOSA, Pedro Marcos Nunes. **TEORIA DOS BENS E A ESSENCIALIDADE DOS MEDICAMENTOS: A funcionalização da propriedade em prol dos valores existenciais**.

Revista do Mestrado em Direito da UFS. Vol. 1 nº 1 Jul/2011. Disponível em

<https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/teoria_dos_bens.pdf>. Acesso em 20 abr 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. Palácio do Planalto, 1998. Disponível em:

<https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm>. Acesso em 20 abr 2023.

_____. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Palácio do Planalto, 1996. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm>. Acesso em 20 abr 2023.

_____. PORTARIA /INPI /PR Nº 37, de 13 de setembro de 2021. Dispõe sobre a registrabilidade de marcas sob a forma de apresentação marca de posição, à luz do estabelecido pelo art. 122 da Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Instituto Nacional da Propriedade Industrial, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/legislacao/PORT_INPI_PR_37_2021.pdf>. Acesso em 20 abr 2023.

_____. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 1.943.690 - SP. Rel.: Ministra Nancy Andrighi, 19 de outubro de 2021. Disponível em <https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=202101773295&dt_publicacao=22/10/2021> Acesso em 20 abr 2023.

CORNER, Frances. **Por que a moda é importante**. Arts and Culture. [S.l: s.n.], 2020. Disponível em <https://artsandculture.google.com/story/_QKS0J-OeT7HIA?hl=pt-BR>. Acesso em 20 abr 2023.

DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1995.

GRAU-KUNTZ, Karin. **A propriedade intelectual e a proteção das composições de peças de vestuário**. Revista Eletrônica do IBPI, n. 10, 2014. Disponível em <https://ibpieuropa.org/?media_dl=404>. Acesso em 20 abr 2023.

GUSTIN, Miracy B. S; DIAS, Maria Tereza Fonseca. **(Re)Pensando a Pesquisa Jurídica**. 3ª ed. Belo Horizonte: Del Rey, 2010.

LIMA, Humberto Alves de Vasconcelos. **PROPRIEDADE INTELECTUAL NO SÉCULO XXI: Em busca de um novo conceito e substrato teórico**. Revista da Faculdade de Direito - UFPR, Curitiba, n.47, p.29-64, 2008. Disponível em <<https://revistas.ufpr.br/direito/article/download/33495/21037>>. Acesso em 20 abr 2023.

LOPES, Humberto Pinheiro. **Censura das cópias na indústria da moda**. Revista Dobras. Vol. 12, n. 25, abril/2019. Disponível em <<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/856>>. Acesso em 20 abr 2023.

NASCIMENTO, Arthur Braga. **Com crescimento do mercado de moda, surgem oportunidades para empreender**. Revista Valor Investe, São Paulo, 2021. Disponível em: <<https://valorinveste.globo.com/blogs/seu-negocio/post/2021/08/com-crescimento-do-mercado-de-moda-surgem-oportunidades-para-empreender.ghtml>>. Acesso em 20 abr 2023.

QUINELATO, Pietra Daneluzzi. **Fashion Law: Direito da Moda no Brasil no Âmbito dos Tribunais**. PIDCC, Aracaju/Se, Ano VIII, Volume 13, n. 02, p.252 a 268. Jul/2019.

Disponível em: <<https://docplayer.com.br/144952259-Fashion-law-direito-da-moda-no-brasil-no-ambito-dos-tribunais-e-issn.html>>. Acesso em 20 abr 2023.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Acórdão n. 2016.0000585133. Rel.: Ministro Jose Carlos Costa Netto, 16 de agosto de 2016. Disponível em <<https://esaj.tjsp.jus.br/cposg/show.do?processo.foro=990&processo.codigo=RI0011IQ10000#?cdDocumento=120>>. Acesso em 20 abr 2023.

TRINCA, Tatiane Pacanaro. **Moda e Indústria Cultural: Uma Relação Concisa**. Revista de Iniciação Científica da FFC, v. 4, n. 3, 2004. Disponível em <<https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/ric/article/view/99>>. Acesso em 20 abr 2023.

RAUSTIALA, Kal. SPRIGMAN, Christopher Jon. **The Piracy Paradox Revisited**. UCLA School of Law & UCLA International Institute. University of Virginia School of Law. September 2009. Disponível em <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1404247>. Acesso em 20 abr 2023.