

# **VIII ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

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

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** - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - FMU - São Paulo

**Diretor Executivo** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

**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** - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

**Representante Discente:** Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

#### **Conselho Fiscal:**

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

#### **Secretarias**

##### **Relações Institucionais:**

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

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

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

##### **Comunicação:**

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

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

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

##### **Relações Internacionais para o Continente Americano:**

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

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

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

##### **Relações Internacionais para os demais Continentes:**

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

##### **Educação Jurídica**

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - PR

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - MS

##### **Eventos:**

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

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

##### **Comissão Especial**

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ

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

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG

Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

D597

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

Coordenadores: Carla Cristina Alves Torquato Cavalcanti; Liziane Paixao Silva Oliveira; Valter Moura do Carmo. – Florianópolis: CONPEDI, 2025.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-153-0

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Direito Governança e Políticas de Inclusão

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito e inovação. 3. Propriedade intelectual e concorrência. VIII Encontro Virtual do CONPEDI (2; 2025; Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



# VIII ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

## DIREITO, INOVAÇÃO, PROPRIEDADE INTELECTUAL E CONCORRÊNCIA

---

### **Apresentação**

#### Apresentação

A relação entre inovação, tecnologias emergentes e os marcos tradicionais do Direito tem exigido dos juristas uma constante atualização teórica e crítica. No VIII Encontro Virtual do CONPEDI, realizado entre os dias 24 e 28 de junho de 2025, sob o tema central “Direito, Governança e Políticas de Inclusão”, o Grupo de Trabalho “Direito, Inovação, Propriedade Intelectual e Concorrência I” reuniu estudos que refletiram com profundidade e diversidade os impactos das transformações tecnológicas sobre a produção, circulação e proteção de bens imateriais.

Com contribuições vindas de diferentes regiões do país, os trabalhos discutidos abordaram desde os desafios jurídicos trazidos pela inteligência artificial generativa, sobretudo em relação ao direito autoral, à imagem e à criação automatizada, até questões contemporâneas ligadas à propriedade intelectual aplicada à cultura popular e à inovação no setor público. Também foram destaque os debates sobre regulação de plataformas digitais, proteção de dados, deepfakes, marketplaces e os caminhos para repensar a responsabilidade e a transparência em ambientes digitais.

A programação ainda incluiu análises sobre tecnologias disruptivas como blockchain, tokenização de ativos e créditos ambientais, propondo abordagens jurídicas inovadoras para setores como o mercado agroalimentar e o imobiliário. Ao organizar os artigos em quatro blocos temáticos, a coordenação buscou valorizar as afinidades entre os textos, favorecendo a

## Bloco 1 – Direito Autoral e Inteligência Artificial

O primeiro bloco do GT reuniu estudos voltados à interseção entre inteligência artificial e direito autoral, refletindo sobre os efeitos disruptivos das tecnologias generativas na lógica tradicional de criação, autoria e proteção jurídica.

O artigo “Direito autoral e inteligência artificial: os desafios para a proteção de obras criadas por IA”, de Isadora Silvestre Coimbra, analisa a ausência de marcos regulatórios específicos para criações geradas por sistemas autônomos, destacando casos emblemáticos e comparando legislações nacionais e internacionais. A autora propõe alternativas como a autoria compartilhada e a harmonização global, apontando caminhos para garantir segurança jurídica sem inviabilizar o acesso à cultura e ao conhecimento.

Em “Direitos autorais e inteligência artificial: os desafios de segurança e criação na era dos algoritmos”, de Vanessa dos Santos Gallo e Carla Izolda Fiuza Costa Marshall, as autoras enfatizam os riscos à segurança da informação e à autenticidade das criações intelectuais diante da velocidade e da escala das produções automatizadas. Destacam-se as soluções tecnológicas propostas, como blockchain e marcas d’água digitais, bem como a urgência de políticas públicas eficazes para mitigar violações.

O artigo “Showrunner e inteligência artificial: desafios para a proteção dos direitos autorais no Brasil”, de Vitória Colognesi Abjar e Loyana Christian de Lima Tomaz, foca na figura do showrunner, cada vez mais presente nas produções audiovisuais, e nas lacunas existentes na Lei de Direitos Autorais brasileira para proteger suas criações diante da atuação da IA. O estudo propõe uma releitura contemporânea de dispositivos legais para garantir efetiva tutela aos criadores.

Fechando o bloco, o artigo “Ressurreição digital e a falta de regulamentação da inteligência artificial no Brasil: conflitos com o direito de imagem post mortem”, de Alcian Pereira de

O segundo bloco reuniu contribuições que abordam o papel da propriedade intelectual na valorização de expressões culturais, no incentivo à inovação tecnológica e na atuação dos entes públicos no fortalecimento de ecossistemas criativos. Os textos dialogam com desafios regulatórios, institucionais e identitários, em contextos marcados por diversidade regional e mudanças tecnológicas.

O artigo “O novo papel dos entes públicos regionais e locais brasileiros no processo de inovação tecnológica e no desenvolvimento e gestão da propriedade intelectual”, de Antonio Ricardo Surita dos Santos, analisa o impacto das leis federais nº 10.973/2004 e nº 13.243/2016 na descentralização da política de inovação no Brasil. O autor destaca a importância da atuação dos entes federativos, das ICTs e dos Núcleos de Inovação Tecnológica (NITs) na difusão do conhecimento e no aproveitamento estratégico da propriedade intelectual como instrumento de desenvolvimento regional.

No artigo “Direito fundamental autoral e cultura popular: uma leitura jurídica das toadas do Festival Folclórico de Parintins/Amazonas”, de Carla Cristina Alves Torquato Cavalcanti e Paula Mércia Coimbra Brasil, as autoras exploram os limites do sistema jurídico tradicional na proteção de manifestações culturais coletivas e orais, como as toadas de boi-bumbá. O estudo chama atenção para a tensão entre a natureza comunitária das expressões culturais amazônicas e o modelo autoral individualista previsto na legislação, propondo adequações normativas que conciliem preservação da cultura e remuneração justa aos criadores.

Já o artigo “Regras ou standards? A regulação das exceções aos direitos autorais em decisões do STF e STJ”, de Rafaela Ferreira Gonçalves da Silva e Julia Marques Queiroz Laport Brandão, examina a interpretação judicial do artigo 46 da Lei de Direitos Autorais e discute se sua aplicação prática configura uma lógica de regras fixas ou de standards flexíveis. A análise revela a presença de elementos subjetivos nas decisões, gerando insegurança jurídica e sugerindo a necessidade de diretrizes mais claras, especialmente diante do avanço da

O artigo “O impacto do Sora IA na propulsão de deepfakes: um estudo sob a perspectiva da proteção de dados e da análise econômica do Direito”, de Giowana Parra Gimenes da Cunha, Rute Rodrigues Barros de Abreu e Jonathan Barros Vita, analisa a tecnologia emergente Sora e sua capacidade de criar vídeos hiper-realistas com baixo custo, ampliando o alcance e os riscos dos deepfakes. O estudo utiliza a análise econômica do Direito e a Teoria dos Jogos para discutir os efeitos dessas práticas sobre os direitos da personalidade e os sistemas de responsabilização civil, sugerindo estratégias regulatórias para mitigar suas externalidades negativas.

No artigo “A análise econômica do Direito e a responsabilidade dos marketplaces em violações praticadas por anunciantes a marcas de propriedade de terceiros”, de Vitor Kalil Rocha Ferreira e Rodrigo Almeida Magalhães, os autores investigam a responsabilidade civil de marketplaces por infrações cometidas por anunciantes, à luz da legislação brasileira e da perspectiva da eficiência jurídica. O estudo propõe a responsabilização condicionada à inércia das plataformas diante de notificações, aproximando-se de modelos internacionais e sugerindo um papel mais ativo do INPI e da ABPI na regulação e fiscalização dessas práticas.

#### Bloco 4 – Inovação, Blockchain e Sustentabilidade

O quarto e último bloco reuniu trabalhos voltados à inovação tecnológica aplicada a setores estratégicos como o mercado ambiental, o setor imobiliário e a indústria agroalimentar. As pesquisas abordam tecnologias emergentes como blockchain e tokenização, além de instrumentos regulatórios inovadores, como a sandbox regulatória. Em comum, os textos propõem caminhos jurídicos para alinhar inovação, segurança jurídica e desenvolvimento sustentável.

O artigo “Blockchain e a transparência na CPR Verde: uma abordagem jurídica para garantir integridade nos créditos ambientais”, de Julson Nélio de Lima Arantes Costa Filho e Fabio Fernandes Neves Benfatti, discute o potencial do uso de blockchain para assegurar

digitais de ativos reais. O trabalho contribui para o debate sobre o futuro do Direito Registral em um cenário de crescente digitalização.

O artigo “Inovação tecnológica e regulação jurídica: a necessidade de novas abordagens no setor agroalimentar”, de Daniela Richter, Ediani da Silva Ritter e Maria Cristina Gomes da Silva D’Ornellas, propõe uma reflexão sobre o descompasso entre inovação tecnológica e regulação no setor agroalimentar, com foco na carne cultivada e na utilização de sandbox regulatórias como ferramenta para conciliar desenvolvimento e proteção do interesse público. A pesquisa reforça a importância de abordagens jurídicas flexíveis e proativas para lidar com os impactos da Quarta Revolução Industrial sobre a produção e o consumo de alimentos.

Ao fim, os debates e reflexões aqui registrados reforçam a importância de espaços como o CONPEDI para o fortalecimento da pesquisa jurídica de excelência, comprometida com a inclusão, a governança democrática e a resposta qualificada aos desafios da sociedade contemporânea.

Boa leitura !

Profa. Dra. Carla Cristina Alves Torquato Cavalcanti (Universidade do Estado do Amazonas - UEA)

Profa. Dra. Liziane Paixao Silva Oliveira (Centro Universitário de Brasília – UNICEUB; Universidade Tiradentes – UNIT)

Professor Doutor Valter Moura do Carmo (Programa de Pós-Graduação em Prestação Jurisdicional e Direitos Humanos – ESMAT e UFT)

**PROPRIEDADE INTELECTUAL NA MODA BRASILEIRA: ENTRE A  
INSPIRAÇÃO GLOBAL E A CÓPIA INDEVIDA — LIMITES JURÍDICOS E  
DESAFIOS PARA A ORIGINALIDADE**

**INTELLECTUAL PROPERTY IN BRAZILIAN FASHION: BETWEEN GLOBAL  
INSPIRATION AND UNDUE COPYING — LEGAL LIMITS AND CHALLENGES  
TO ORIGINALITY**

**Josanne Cristina Ribeiro Ferreira Façanha  
Raissa de Freitas Laguna**

**Resumo**

O presente artigo busca analisar a Propriedade Intelectual e seus institutos na indústria da moda, examinando as maneiras de proteção como: o registro de marca e de patente e a proteção pelo desenho industrial. Adicionalmente, oferece um estudo sobre a diferença entre o plágio e a inspiração, além de fazer um paradoxo com a pirataria. Finalizando com análises de casos práticos, envolvendo alegação de cópias e suas respectivas sentenças. A importância deste estudo se manifesta na sua capacidade de oferecer uma nova perspectiva jurídica voltada para a propriedade intelectual, com ênfase nas criações do setor da moda. Ao analisar as dificuldades impostas pela rápida mutação das tendências e as brechas que facilitam a reprodução no mercado, torna-se evidente a urgência de uma adaptação contínua das estratégias de proteção dos designs. Utilizando o método qualitativo, focando na análise aprofundada das práticas de propriedade intelectual no setor da moda. Para isso, utiliza-se uma combinação de pesquisa bibliográfica e análise de casos, visando entender as complexidades envolvidas nas dinâmicas de cópia, inspiração e adaptação de tendências no mercado brasileiro de moda.

**Palavras-chave:** Direito da moda, Direitos autorais, Inspiração, Plágio, Propriedade intelectual

**Abstract/Resumen/Résumé**

This article aims to analyze Intellectual Property and its institutions in the fashion industry,

bibliographic research and case analysis is used, aiming to understand the complexities involved in the dynamics of copying, inspiration and adaptation of trends in the Brazilian fashion market.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Copyright, Fashion law, Inspiration, Intellectual property, Plagiarism

## 1 Introdução

A indústria da moda é caracterizada pela constante inovação e rápida disseminação de tendências, o que estimula marcas e consumidores a adotarem novos estilos. Esse dinamismo impulsiona a busca por alternativas acessíveis, favorecendo práticas de reprodução de designs que frequentemente se aproximam da cópia. No Brasil, esse cenário suscita debates sobre a linha tênue entre inspiração legítima e imitação indevida, especialmente quando marcas nacionais se inspiram em criações internacionais para manter sua competitividade.

A proteção da propriedade intelectual na moda evoluiu ao longo do tempo, desde os tempos antigos até os desafios impostos pela era digital. No entanto, a natureza efêmera da moda dificulta a definição clara entre inspiração e cópia, e a aplicação das legislações existentes – que abrangem marcas, patentes e direitos autorais – encontra obstáculos na comprovação de originalidade e autoria. A pressão por acompanhar tendências globais torna ainda mais delicada a posição das marcas brasileiras, que muitas vezes reproduzem modelos sem autorização, o que pode resultar em disputas legais com marcas estrangeiras.

Essas disputas revelam a complexidade do tema e a importância das decisões judiciais na construção de um marco regulatório mais robusto para o setor. O presente estudo tem como objetivo analisar a relação entre inspiração, cópia e propriedade intelectual na moda brasileira, adotando uma metodologia qualitativa baseada em revisão bibliográfica e estudo de casos. A relevância do tema se justifica pela importância econômica e cultural do setor no Brasil e pela necessidade de fortalecer a proteção das criações originais. Ao fomentar o debate acadêmico e prático, a pesquisa busca contribuir para o desenvolvimento de um mercado mais justo, inovador e respeitoso com a criatividade no universo da moda.

## 2 A propriedade intelectual no *fashion law*

A interseção entre moda e propriedade intelectual forma um campo dinâmico, refletindo a constante inovação do setor e os desafios legais e éticos trazidos pela globalização. Direitos autorais, marcas, designs industriais e patentes são mecanismos fundamentais para proteger criações e incentivar um ambiente competitivo e inovador. No entanto, a aplicação prática dessas normas é dificultada pela natureza efêmera e acelerada da moda.

No Brasil, as leis de propriedade intelectual não acompanham com a devida agilidade a velocidade com que as tendências surgem e são reproduzidas. O fenômeno do *fast fashion* é exemplo disso, ao reproduzir rapidamente, em larga escala e com menor custo, versões inspiradas em marcas de luxo. Casos como a reprodução do scarpin slingback da Miu Miu por

marcas brasileiras evidenciam esse processo, muitas vezes desrespeitando os direitos de criação (Quaresma, 2015).

A proteção legal por meio de patentes, marcas registradas e desenhos industriais é essencial para preservar a originalidade e garantir retorno financeiro aos criadores. Ela permite inibir cópias não autorizadas e diferencia as marcas no mercado global. A Convenção da OMPI conceitua a propriedade intelectual como o conjunto de direitos ligados a criações artísticas, científicas e industriais. No entanto, no contexto da moda, a dificuldade de registrar peças rapidamente ultrapassadas pelas tendências reduz a eficácia dessa proteção.

A ausência de uma legislação específica e a dependência de normas genéricas agravam a vulnerabilidade dos criadores diante da concorrência desleal. O estudo propõe o fortalecimento do *fashion law* no Brasil como solução para garantir a proteção efetiva das criações. Isso favorece um equilíbrio entre liberdade criativa, concorrência justa e sustentabilidade do setor, promovendo um mercado mais justo e inovador.

## **2.1 Conceito de *fashion law***

A moda tem origens antigas, sendo inicialmente utilizada para proteção e, com o tempo, como símbolo cultural e de status. Desde os trajes egípcios e romanos até os vestidos renascentistas, ela refletiu os valores e contextos de cada época. A Revolução Industrial, no século XIX, revolucionou o setor com a produção em massa, tornando a moda mais acessível e um meio de expressão individual e coletiva (Martin, 2022).

No século XX, eventos como as guerras mundiais transformaram o vestuário, com peças mais simples e funcionais. O papel das mulheres na sociedade influenciou mudanças no estilo, como a popularização de roupas utilitárias. Ícones como Coco Chanel introduziram silhuetas práticas e elegantes, rompendo com padrões tradicionais (Piquini, 2020). Assim, a moda consolidou-se como linguagem social, influenciada por tecnologia, cultura e movimentos sociais, o que levou ao surgimento do Fashion Law — ramo jurídico voltado à regulamentação do setor (Barata, 2021).

O conceito de Fashion Law surgiu nos Estados Unidos em 2006 com Susan Scafidi, e se desenvolveu com a criação do *Fashion Law Institute*. No Brasil, iniciativas como o Instituto Brasileiro de Negócios e Direito da Moda (2012) e a Comissão de Direito da Moda da OAB/RJ (2016) reforçam o interesse crescente, considerando o impacto econômico do setor, que faturou R\$ 193,2 bilhões em 2022.

Casos como o do grupo Restoque (exploração de trabalho análogo à escravidão) e o escândalo da Daslu (sonegação fiscal) revelam fragilidades legais. Além disso, a sustentabilidade

é um desafio crítico. Ainda regulamentado por leis gerais, o Fashion Law no Brasil busca consolidar-se como campo interdisciplinar, envolvendo áreas como direito ambiental, trabalhista e tributário. Em síntese, a moda é uma expressão cultural e econômica, e o Fashion Law surge como ferramenta essencial para garantir ética, inovação e sustentabilidade no setor (Souza, 2019).

## 2.2 Origem e conceito da propriedade intelectual

A indústria da moda tem crescido de forma contínua nas últimas décadas, impulsionada por fatores econômicos, culturais e tecnológicos. Globalmente, movimentada trilhões de dólares ao ano, abrangendo desde o luxo até o *fast fashion*, em resposta à demanda por inovação e personalização. No Brasil, o setor cresceu 38% em 2022, com a produção de 5,6 bilhões de peças, o que evidencia a importância da proteção jurídica das criações por meio da propriedade intelectual (Kimika, 2023).

A proteção das criações remonta à antiguidade, com registros históricos da valorização da autoria e combate ao plágio. Na Itália, surgiram os primeiros marcos legais com os estatutos de Florença e Veneza, como a patente concedida a Filippo Brunelleschi em 1421 e o estatuto veneziano de 1474. Esses documentos lançaram as bases do sistema moderno de propriedade intelectual. Outros avanços ocorreram com o Estatuto dos Monopólios (Inglaterra, 1623), o *Patent Act* dos EUA (1790) e as legislações francesas de 1781 e 1793.

No Brasil, a primeira lei de patentes foi promulgada em 1809, seguida pela primeira lei de marcas em 1875, com destaque para o caso “Rapé Areia Preta”, que revelou a crescente demanda por proteção jurídica na indústria. A França teve papel decisivo na defesa das criações de moda, com iniciativas como a fundação da *Chambre Syndicale* em 1868 e a criação da *Fédération Française de la Couture* em 1973, reforçando a proteção da alta-costura.

No cenário internacional, a Convenção de Paris (1883) e a criação da OMPI (1967) foram fundamentais para a harmonização da proteção intelectual. No Brasil, as leis de 1996 (Propriedade Industrial) e 1998 (Direito Autoral) consolidaram esse processo. A propriedade intelectual, dividida entre propriedade industrial e direitos autorais, protege bens imateriais, promove retorno financeiro e incentiva o avanço cultural e social, equilibrando os direitos individuais com o interesse público.

A propriedade industrial no setor da moda é regulamentada no Brasil pela Lei nº 9.279/96 e protege criações por meio de três instrumentos principais: patente, desenho industrial e marca. A patente confere ao inventor o direito exclusivo de explorar economicamente uma invenção ou modelo de utilidade, desde que atenda aos requisitos de novidade, atividade

inventiva e aplicação industrial, conforme os artigos 8º e 9º da referida lei. A invenção é entendida como uma solução técnica original para um problema, enquanto o modelo de utilidade consiste em uma melhoria funcional em objetos já conhecidos.

Contudo, o artigo 10 da LPI lista o que não é considerado patenteável, como teorias científicas, métodos matemáticos, concepções abstratas, programas de computador em si, regras de jogo e processos biológicos naturais. Além disso, o longo tempo médio de concessão da patente (cerca de sete anos) e a baixa originalidade de elementos recorrentes no vestuário dificultam sua aplicação prática na moda.

Em contrapartida, o desenho industrial é mais adequado para a proteção da estética dos produtos, sendo amplamente utilizado em calçados, bolsas, joias e acessórios. De acordo com o artigo 95, considera-se desenho industrial a forma plástica ornamental ou o conjunto de linhas e cores que proporcione resultado visual novo e original, passível de aplicação industrial. Os artigos 96 e 97 tratam dos critérios de novidade e originalidade, enquanto o artigo 100 estabelece limites, como a vedação ao registro de formas puramente técnicas ou contrárias aos bons costumes.

Casos práticos, como o da designer Ana Luiza Rainery contra a Grendene e a Kipling, evidenciam a eficácia do desenho industrial como ferramenta de proteção. O Tribunal de Justiça de São Paulo confirmou a prioridade do registro da autora e determinou indenização por violação de sua criação visual.

Por sua vez, a marca tem função de identificar produtos ou serviços, estabelecendo sua origem e diferenciando-os no mercado. Conforme o artigo 122 da LPI, a marca é um sinal distintivo visualmente perceptível. Ela pode ser nominativa, figurativa, mista, tridimensional ou de posição – como reconhecido pelo INPI em 2021, incluindo exemplos como as listras da Adidas ou o solado vermelho da Louboutin, este último registrado no Brasil por meio da Portaria nº 37.

Além disso, marcas notoriamente conhecidas ou de alto renome recebem proteção especial, mesmo fora de sua classe de registro, evitando diluição de sua identidade e aproveitamento indevido, como nos casos da Louis Vuitton contra falsificações. A proteção jurídica das marcas vai além da distinção comercial, servindo como ativo estratégico para a valorização da reputação da empresa.

Assim, patente, desenho industrial e marca são instrumentos complementares de proteção à criatividade e inovação na moda. Com base na legislação vigente, essas ferramentas fortalecem a identidade das marcas, garantem retorno financeiro ao criador e promovem um mercado mais justo e competitivo.

Segundo Ramos (2016), esse ramo jurídico compreende normas que protegem elementos imateriais dos estabelecimentos empresariais, como marcas registradas e invenções patenteadas. Um marco importante nessa proteção foi a Convenção da União de Paris (1883), que estabeleceu a cooperação internacional e introduziu o princípio do "tratamento nacional", garantindo a estrangeiros os mesmos direitos concedidos aos nacionais. O artigo 1º da convenção abrange a proteção de patentes, modelos de utilidade, marcas, desenhos industriais, nomes comerciais, indicações geográficas e combate à concorrência desleal.

Esse tratado fortaleceu a segurança jurídica internacional, promovendo um ambiente propício à inovação, essencial para o desenvolvimento de novos produtos, processos e serviços (Pimentel, 2012). No Brasil, a propriedade industrial é regulamentada pela Lei nº 9.279/96, que organiza os direitos e deveres relacionados à matéria. O artigo 2º da referida lei define os mecanismos de proteção, como concessão de patentes, registro de desenhos industriais e repressão às práticas desleais e falsas indicações geográficas.

Em um cenário de crescente globalização e intensa competitividade, a propriedade industrial é um instrumento estratégico para proteger ativos intangíveis, valorizar marcas e fortalecer a posição de empresas no mercado. Com isso, impulsiona o progresso econômico e tecnológico dos países, tornando-se essencial ao desenvolvimento sustentável e à justiça no ambiente comercial.

O direito autoral, ramo da propriedade intelectual, protege a relação entre o autor e sua obra artística, literária ou científica. No Brasil, é regulado pela Lei nº 9.610/98, que divide a proteção em direitos morais e patrimoniais. Os direitos morais, segundo Paesani (2012), asseguram a ligação pessoal do autor com a obra, permitindo reivindicar autoria, preservar a integridade e modificar ou retirar a criação de circulação (art. 24). Esses direitos são inalienáveis, irrenunciáveis e perpétuos.

Já os direitos patrimoniais garantem ao autor a exploração econômica da obra (art. 28), incluindo reprodução, adaptação e distribuição mediante autorização (art. 29). Esses direitos podem ser transferidos, mas sua violação configura infração, exceto quando a obra entra em domínio público. A proteção patrimonial dura 70 anos após a morte do autor, contados a partir de 1º de janeiro do ano seguinte (art. 41). Na coautoria, o prazo começa após o falecimento do último coautor. Mesmo após esse período, os direitos morais permanecem.

A proteção não exige registro formal, mas este pode ser útil como prova em litígios. O autor é, em regra, a pessoa física criadora da obra, e a proteção abrange expressões intelectuais originais, como textos, músicas, filmes, programas de computador e desenhos de moda (art. 7º). Ideias, métodos ou sistemas não são protegidos (art. 8º). A originalidade é critério essencial,

vista como expressão da criatividade individual (Ascensão, 2014).

Na moda, a aplicação do direito autoral enfrenta desafios. O caso Loungerie x Hope exemplifica a dificuldade de comprovar inovação em peças baseadas em tendências. Apesar disso, o direito autoral continua essencial para valorizar criações intelectuais, exigindo adaptações legislativas diante da velocidade e complexidade do mercado da moda contemporâneo.

### **3 Existe um limite entre o plágio e a inspiração?**

A frase de Lavoisier, “Na Natureza nada se cria, nada se perde, tudo se transforma”, encontra eco na moda, refletida na máxima contemporânea “Nada se cria, tudo se copia”. Essa ideia resume a realidade da indústria da moda, em que a linha entre criação e cópia é frequentemente sutil. Na prática, designers, marcas e consumidores enfrentam esse dilema diariamente, especialmente em um cenário em que as tendências são rapidamente disseminadas pelas redes sociais e replicadas em larga escala.

Lawrence Lessig (2005) defende que copiar é parte essencial da inovação cultural. Para ele, a cultura evolui por meio da combinação e reaproveitamento de elementos existentes, o que favorece a criação de novas formas expressivas. Esse raciocínio desafia as normas tradicionais da propriedade intelectual, especialmente na era digital, onde a circulação de imagens, ideias e produtos é amplificada. Copiar, nesse contexto, pode representar não apenas uma repetição, mas uma reinterpretação com valor criativo próprio.

Por outro lado, Roland Barthes adota uma visão crítica quanto à cópia mecânica na moda. Para o autor, a reprodução em massa esvazia o conteúdo simbólico e cultural das criações originais. A autenticidade é, em sua visão, um valor fundamental, que se perde quando peças únicas se tornam mercadorias banais. Esse pensamento ressalta o risco de que, ao copiar indiscriminadamente, a moda perca sua dimensão subjetiva e seu papel como forma de expressão identitária e social.

A sociedade atual, como observa Gilles Lipovetsky, é marcada por um consumo acelerado, superficial e moldado pela busca incessante por satisfação imediata. A moda, nesse cenário, torna-se um reflexo da efemeridade, com tendências sendo lançadas e descartadas com rapidez vertiginosa. Esse imediatismo alimenta a constante replicação de designs, gerando um ambiente em que a cópia é não apenas comum, mas muitas vezes necessária para acompanhar o ritmo do mercado.

O fenômeno do fast fashion ilustra com clareza essa lógica. Marcas atualizam suas coleções semanalmente, replicando rapidamente tendências que acabaram de ser apresentadas

nas passarelas internacionais. Amanda Lyra (2018) observa que esse processo compromete a exclusividade criativa, pois os modelos desfilados por grandes estilistas são reproduzidos em questão de dias, diluindo o valor da inovação e impactando o retorno financeiro dos criadores.

No Brasil, esse desafio é intensificado pela necessidade das marcas de se manterem competitivas frente às tendências internacionais. Muitas recorrem a criações consagradas como base para suas próprias coleções. A linha entre a inspiração e a cópia se torna ainda mais tênue em um ambiente mercadológico exigente, onde a velocidade e a acessibilidade prevalecem sobre a originalidade.

Historicamente, o plágio está associado à ideia de roubo. O termo "plagiarius" era usado na Roma Antiga para designar sequestradores, sendo posteriormente aplicado ao roubo de ideias e textos. Esse entendimento foi se consolidando ao longo dos séculos, especialmente após a invenção da imprensa e a valorização da autoria individual durante o Renascimento.

Durante a Idade Média, copiar era muitas vezes visto como um ato de reverência, aprendizado e continuidade do saber. Os conceitos modernos de autoria e originalidade ainda não estavam estabelecidos. Foi apenas com o fortalecimento da noção de autoria no Renascimento que o plágio passou a ser considerado uma prática eticamente reprovável e legalmente sancionada.

Com a era digital, o plágio se intensificou, pois o acesso facilitado às informações permitiu a reprodução rápida e sem controle. Pequenos criadores, sobretudo na moda, tornaram-se alvos de cópias por grandes corporações, frequentemente antes que pudessem registrar suas criações. Isso compromete a inovação e a viabilidade econômica dos designers independentes.

A Lei 9.610/98 garante aos autores os direitos exclusivos sobre suas criações intelectuais. A reprodução não autorizada de obras constitui infração legal, mesmo que não haja intenção de enganar o consumidor. A proteção abrange direitos morais e patrimoniais, sendo essencial para assegurar reconhecimento e compensação pelo trabalho criativo.

A contrafação, por sua vez, é a reprodução não autorizada de produtos, geralmente com o intuito de enganar o consumidor. Gisele Cardoso (2016) classifica a contrafação em três tipos: o "bem pirata", que é uma imitação grosseira; o "falsificado", que engana o consumidor; e a "réplica", que é uma cópia fiel, mas reconhecida como não original. Essas práticas impactam tanto os direitos morais quanto os econômicos dos criadores.

A distinção entre plágio e contrafação é relevante. O plágio infringe os direitos morais do autor ao apropriar-se de sua autoria. Já a contrafação lesa os direitos patrimoniais, prejudicando os lucros decorrentes da comercialização da obra. Ambas as práticas são vedadas pela legislação brasileira, conforme a Constituição e o Código Penal.

Na moda, o plágio pode ocorrer de forma sutil. Peças são levemente modificadas, mas mantêm elementos centrais da criação original. Designers renomados, como Oscar de la Renta, por vezes veem essas cópias como homenagens. Entretanto, para criadores emergentes, tais práticas representam perda de identidade e bloqueiam oportunidades de crescimento.

O fenômeno dos produtos "inspired" amplia ainda mais essa discussão. Diferentemente das falsificações, esses produtos não buscam enganar o consumidor, mas reproduzem, com variações mínimas, designs de grandes marcas. Essa prática é comum em lojas populares, que democratizam o acesso à moda, mas ao mesmo tempo desafiam os limites éticos e legais da criação.

A proteção jurídica das criações na moda depende da originalidade e dos elementos que individualizam a obra. Referências culturais e artísticas, como a coleção de Yves Saint Laurent inspirada em Mondrian, podem ser entendidas como homenagens legítimas, desde que não reproduzam fielmente os elementos protegidos pela legislação.

A dinâmica da moda é sustentada pela busca constante por novidades. Conforme Gini Frings (2012), as tendências seguem um ciclo: introdução, ascensão, pico, declínio e obsolescência. Esse ciclo se acelera com a presença de cópias no mercado, forçando os designers a inovarem continuamente para manter sua relevância.

Raustiala e Sprigman (2006) desenvolveram a Teoria do Paradoxo da Pirataria, segundo a qual a cópia pode impulsionar a inovação. Eles propõem que um sistema de propriedade intelectual mais flexível pode beneficiar a moda, ao permitir que ideias circulem, estimulem a criatividade e levem à constante renovação do mercado.

Dentro desse modelo, destacam-se os conceitos de obsolescência induzida e ancoragem. A obsolescência induzida ocorre quando a disseminação das cópias acelera a superação das tendências, exigindo inovações. A ancoragem, por outro lado, amplia a visibilidade de um produto, tornando-o reconhecível e reforçando o valor simbólico da marca.

Contudo, Hemphill e Suk (2009) alertam que a pirataria ameaça a identidade e a autenticidade dos criadores. Embora as cópias possam promover visibilidade, seu uso indiscriminado enfraquece a distinção entre marcas, prejudicando o valor cultural e econômico da criação original. A proteção legal, nesse contexto, deve ser fortalecida.

Diante desse cenário, o equilíbrio entre liberdade criativa e proteção jurídica torna-se fundamental. A moda precisa de um ecossistema que estimule a inspiração, mas que também reconheça e valorize a originalidade. Isso exige um marco legal mais claro e eficaz, capaz de diferenciar plágio, contrafação e inspiração legítima.

A inspiração deve ser incentivada como parte do processo criativo, mas o plágio deve

ser combatido com rigor. Reconhecer esses limites é essencial para que a indústria da moda se mantenha ética, inovadora e respeitosa com os direitos dos criadores, promovendo um mercado mais justo e criativo.

#### **4 Casos relevantes de plágio e direitos autorais no direito da moda**

A indústria da moda é, por excelência, um campo em que a inovação estética e a criatividade são pilares fundamentais. Contudo, a constante reinvenção das tendências e a fluidez visual das coleções dificultam a delimitação entre inspiração legítima e cópia indevida. Nesse cenário, surge a relevância do Fashion Law, um ramo emergente do Direito que visa tutelar a propriedade intelectual e combater práticas de concorrência desleal. Segundo Pita e Leal (2022), o sistema jurídico busca equilibrar o estímulo à criatividade com a necessidade de garantir um mercado leal, onde o design e a identidade visual possam ser protegidos. Elementos como marcas, desenhos industriais e o trade dress são cada vez mais invocados pelas empresas para resguardar sua singularidade.

Como destaca Abud (2022), quando a “configuração externa dos objetos” reflete originalidade, pode haver proteção jurídica. O trade dress, por exemplo, representa a aparência global de um produto — incluindo cores, formas e apresentações — que, se distintiva, pode ser registrada como sinal visual. A judicialização crescente nesse setor revela a importância econômica desses elementos simbólicos, transformando o Direito da Moda em ferramenta estratégica de proteção. Ao longo deste tópico, serão examinadas disputas emblemáticas que ilustram os limites entre inspiração, plágio e concorrência desleal, com ênfase na análise jurídica de casos como *Louboutin vs. YSL*, *Hermès vs. 284*, *Arezzo vs. João Batista Castilhos*, *Gucci vs. Guess* e *C&A vs. Poko Pano*. Todos esses conflitos evidenciam como a indústria da moda, mesmo sendo altamente influenciada por ciclos estéticos comuns, ainda requer um marco normativo firme para proteger a originalidade e coibir o uso indevido da reputação alheia.

O caso *Christian Louboutin vs. Yves Saint Laurent* tornou-se um marco no Direito da Moda ao problematizar a exclusividade da sola vermelha, símbolo icônico da marca Louboutin. Em 2011, o designer processou a YSL nos Estados Unidos, alegando que a concorrente infringiu sua marca registrada ao lançar calçados com solas vermelhas, tonalidade que representa sua identidade desde 1992. A disputa jurídica girou em torno da possibilidade de uma cor, isoladamente, ser protegida como marca. Louboutin sustentou que a sola vermelha, aplicada em contraste com o restante do calçado, havia adquirido *secondary meaning*, ou seja, reconhecimento espontâneo pelos consumidores como sinal distintivo da marca.

A YSL, por sua vez, argumentou que a cor vermelha tem função estética e não pode

ser apropriada por uma única empresa, especialmente no setor da moda. Em primeira instância, o tribunal deu razão à YSL, entendendo que cores são elementos ornamentais e essenciais à livre concorrência. Contudo, em segunda instância, a Corte de Apelação reformou parcialmente a decisão, reconhecendo que Louboutin detinha direito exclusivo sobre o uso da sola vermelha, desde que aplicada em contraste com a parte superior do calçado. Essa delimitação permitiu à YSL continuar vendendo sapatos totalmente vermelhos, mas impediu a cópia do trade dress específico de Louboutin. O julgamento foi significativo por reforçar o entendimento de que elementos visuais não funcionais podem ser protegidos juridicamente quando vinculados à identidade da marca. Como explicam Pita e Leal (2022), esse precedente reafirma que a distinção percebida pelo consumidor é elemento-chave para a proteção no Fashion Law, especialmente quando os signos extrapolam a estética e passam a exercer função distintiva.

A discussão jurídica em Louboutin vs. YSL impulsionou a consolidação do trade dress como categoria de proteção relevante no setor da moda. A aplicação da sola vermelha, em um padrão visual específico, tornou-se uma expressão reconhecível de branding, cuja originalidade passou a ser juridicamente tutelada. Abud (2022) observa que o trade dress, enquanto proteção da "aparência total" do produto, pode abranger desde o design de embalagem até cores distintivas, desde que não se trate de elemento funcional e que tenha adquirido reconhecimento no mercado. Esse reconhecimento foi fundamental para o êxito parcial de Louboutin.

O julgamento também alertou outras marcas para a necessidade de provar a distintividade dos seus signos visuais, o que exige investimento em publicidade, tempo de uso e consolidação perante os consumidores. A decisão evidenciou ainda que a proteção de um sinal visual não implica monopólio irrestrito, sendo necessário demonstrar que o uso daquele elemento, em determinado contexto, configura associação direta com a marca original.

Para Pita e Leal (2022), esse caso ilustra a tensão entre liberdade de criação e tutela da originalidade no setor da moda, que opera em uma área cinzenta entre o artístico e o comercial. A jurisprudência criada a partir dessa disputa reforça a possibilidade de proteção de características não convencionais, como cores e formas, contanto que haja reconhecimento público. Dessa forma, o Fashion Law passa a oferecer caminhos para que designers e empresas defendam juridicamente seus ativos simbólicos, promovendo a inovação sem abrir espaço para práticas desleais ou parasitárias.

A emblemática disputa entre Hermès e a marca brasileira 284 também representa um ponto de inflexão na compreensão sobre criações inspired no Direito da Moda. Em 2010, a Hermès processou a 284 pela produção e comercialização de uma bolsa com design semelhante ao da icônica Birkin, feita em moletom e com a inscrição "I'm Not the Original". A Hermès

alegou concorrência desleal e violação de seus direitos autorais, argumentando que o uso do design consagrado — ainda que adaptado em material e nome — era uma forma indevida de se beneficiar do prestígio da marca francesa. Para Pita e Leal (2022), o caso evidenciou como as releituras de produtos de luxo por marcas mais acessíveis podem cruzar a linha da legalidade, especialmente quando o design original é reproduzido sem inovação substancial.

O tribunal acolheu o pedido da Hermès e concedeu liminar proibindo a comercialização da peça. Segundo os autos, a existência de um produto com aparência similar, embora em outro material, causava diluição da imagem de exclusividade da Birkin, além de confundir os consumidores. A menção expressa à bolsa original no blog da 284 e a alusão direta à Birkin no marketing digital reforçaram o argumento da Hermès. O tribunal destacou que o uso de disclaimer como "I'm Not the Original" não legitima a apropriação de design alheio. A decisão serviu como alerta para marcas que exploram produtos inspirados, mostrando que, mesmo sem usar a marca nominal, a cópia do design pode ensejar responsabilização civil. Assim, o caso Hermès vs. 284 estabeleceu importante precedente sobre os limites da paródia, da homenagem e da apropriação no setor de moda.

No julgamento do caso Hermès vs. 284, o tribunal enfatizou a necessidade de proteger não apenas os direitos patrimoniais da marca, mas também sua imagem simbólica, especialmente em um setor onde o prestígio está diretamente ligado à exclusividade. A Birkin, criada em 1984, tornou-se símbolo de luxo e raridade, sendo produzida sob demanda e em número limitado. O lançamento de uma versão mais acessível, que copiava visualmente o design original, foi interpretado como uma tentativa de capitalizar indevidamente sobre o valor cultural e mercadológico da Hermès. Como afirmado na sentença, não basta que a réplica utilize outro material ou declare não ser o original; a aparência geral do produto ainda remete ao modelo consagrado, podendo gerar confusão e depreciar a imagem da grife.

O tribunal concluiu que a 284 praticou enriquecimento sem causa e causou dano à reputação da Hermès, fixando multa e obrigando a prestação de contas para apuração de danos materiais. Pita e Leal (2022) argumentam que esse caso delimitou de forma clara os contornos da concorrência desleal na moda, ao mostrar que a exploração simbólica de um design de luxo, sem inovação criativa real, configura apropriação ilícita. A decisão também evidenciou que o mercado de moda não pode ser encarado como um espaço de liberdade irrestrita de criação, sendo necessário observar os direitos autorais e industriais de obras que carregam identidade própria. Nesse sentido, o caso Hermès vs. 284 reafirma o papel do Fashion Law na proteção não apenas de criações materiais, mas também de valores simbólicos e reputacionais que envolvem os produtos de moda, principalmente no segmento de alto padrão.

A análise dos casos *Christian Louboutin vs. YSL* e *Hermès vs. 284* evidencia como o Direito da Moda, por meio da proteção da propriedade intelectual, tem buscado enfrentar os desafios impostos por uma indústria caracterizada pela efemeridade estética e pela constante reinvenção de estilos. A partir desses precedentes, torna-se claro que a tutela jurídica de elementos como cores, formas, padrões e configurações externas — quando dotados de distintividade e reconhecidos pelo público consumidor — é não apenas possível, mas necessária para preservar a identidade das marcas e coibir práticas de concorrência desleal. A jurisprudência analisada reforça a importância da percepção do consumidor como critério para aferir a legitimidade da proteção, além de delimitar os contornos entre homenagem, paródia e apropriação indevida. O *trade dress*, nesse contexto, consolida-se como um instrumento valioso na defesa da originalidade e na valorização de signos não convencionais que conferem identidade às criações de moda.

Ainda que a inspiração seja intrínseca ao processo criativo no setor, o ordenamento jurídico brasileiro e internacional tem reconhecido que a repetição sistemática de designs sem inovação real, especialmente quando associada a produtos de luxo, caracteriza violação de direitos autorais e concorrência parasitária.

Em síntese, os casos discutidos não apenas contribuíram para a construção doutrinária e jurisprudencial do *Fashion Law*, mas também lançaram luz sobre a necessidade de se estabelecer limites jurídicos claros entre liberdade criativa e apropriação econômica do prestígio alheio. A proteção jurídica, portanto, torna-se elemento estratégico para a sustentabilidade da inovação, a reputação das marcas e o equilíbrio competitivo em um mercado tão dinâmico quanto o da moda.

## **5 Considerações Finais**

O presente artigo teve como objetivo analisar a relação entre a propriedade intelectual e as práticas criativas na indústria da moda brasileira, com especial atenção aos impactos causados pela influência de marcas internacionais e à resposta jurídica nacional diante das condutas de cópia, inspiração e apropriação estética. A partir da hipótese de que há um contínuo entre imitação e releitura criativa nas práticas do mercado nacional, a pesquisa buscou compreender até que ponto a legislação vigente consegue delimitar esses fenômenos, promovendo um ambiente favorável à inovação e à ética criativa. A análise revelou que, embora existam casos evidentes de reprodução indevida de designs estrangeiros, muitas marcas brasileiras realizam adaptações inspiradas em tendências globais, resultando, em alguns casos, em criações com identidade própria. Ainda assim, essas práticas suscitam dúvidas quanto à sua

legalidade e moralidade, especialmente em um setor fortemente baseado em signos visuais e simbólicos.

O primeiro tópico concentrou-se na delimitação conceitual do Fashion Law e na estrutura da propriedade intelectual no Brasil, com ênfase nas suas principais categorias: marcas, desenhos industriais e direitos autorais. Esta base teórica foi essencial para compreender os mecanismos de proteção aplicáveis às criações de moda. A evolução histórica desses institutos mostrou que o ordenamento jurídico tem buscado se adaptar às novas demandas de um setor em constante transformação. Destacou-se, ainda, a importância do trade dress como ferramenta complementar de proteção, capaz de amparar aspectos visuais não convencionais quando associados à identidade de uma marca. Essa abordagem revelou que o Fashion Law não é apenas um campo emergente, mas uma necessidade diante da crescente judicialização de disputas envolvendo apropriação estética e concorrência desleal.

O segundo tópico explorou os limites conceituais entre cópia e inspiração, tema central para a compreensão das disputas de propriedade intelectual na moda. Foi possível verificar que a cópia, enquanto reprodução direta e desleal, viola os direitos do criador ao retirar-lhe os benefícios econômicos e simbólicos da obra. A inspiração, por outro lado, é inerente ao processo criativo e pode originar interpretações legítimas, desde que não comprometam a originalidade da peça. A reflexão crítica sobre o paradoxo da pirataria também permitiu questionar se, em determinados contextos, a reprodução pode funcionar como democratização estética, ainda que à custa da violação de direitos. A ausência de critérios objetivos para separar inspiração de imitação reforça a urgência de reformas normativas que contemplem as especificidades do design de moda, especialmente em um setor que se alimenta de ciclos criativos curtos e referências múltiplas.

No terceiro tópico, foram analisados casos emblemáticos como *Louboutin vs. YSL*, *Hermès vs. 284*, *Arezzo vs. João Batista Castilhos*, *Gucci vs. Guess* e *C&A vs. Poko Pano*. Cada um desses litígios exemplifica os desafios práticos enfrentados por marcas ao tentar proteger seus elementos visuais distintivos. As decisões judiciais revelaram avanços na interpretação do trade dress e no reconhecimento do valor simbólico das criações, mas também evidenciaram as limitações da legislação atual, sobretudo quanto à proteção de técnicas artesanais e de designs com forte apelo cultural. O Brasil, apesar de contar com legislação própria sobre propriedade industrial e direitos autorais, ainda apresenta dificuldades em garantir uma proteção eficaz para criações de moda que não se enquadram perfeitamente nos moldes tradicionais de obras artísticas ou invenções técnicas.

As conclusões da pesquisa indicam que o setor da moda no Brasil opera em um

contexto desafiador, marcado por uma tensão constante entre inovação e apropriação, onde os limites legais são muitas vezes imprecisos. A pressão comercial por lançamentos rápidos, a influência de tendências internacionais e a fragilidade na fiscalização contribuem para um cenário de insegurança jurídica. A legislação brasileira ainda carece de instrumentos mais sensíveis às nuances da criação de moda, o que torna urgente um processo de revisão legal e atualização normativa. Ao mesmo tempo, destaca-se a importância de políticas que incentivem o design autoral e valorizem as produções locais. A proteção da originalidade deve ser pensada como um pilar não apenas jurídico, mas estratégico para o fortalecimento da identidade nacional no mercado global.

Em síntese, esta pesquisa oferece uma contribuição relevante ao debate sobre propriedade intelectual na moda, ao evidenciar a complexidade das relações entre direito, estética e mercado. Ao mesmo tempo, propõe caminhos possíveis para o aprimoramento do sistema de proteção, com base em experiências comparadas e análises críticas da jurisprudência. Para os profissionais do setor, o estudo serve como alerta sobre os riscos jurídicos da cópia e como guia para práticas mais éticas e sustentáveis. Já para os formuladores de políticas públicas, abre-se a possibilidade de repensar o marco regulatório à luz das especificidades culturais e criativas do setor. A continuidade deste debate, tanto na academia quanto nas instâncias decisórias, é fundamental para que a indústria da moda brasileira possa desenvolver-se de maneira autêntica, inovadora e alinhada aos princípios da propriedade intelectual e da concorrência leal.

## REFERÊNCIAS

ABUD, Tifany Abdul Masih. **O FASHION LAW SOB A ÓTICA DA PROPRIEDADE INTELECTUAL**: o design das criações de moda. 2022. 25 f. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2022.

ASCENSÃO, José de Oliveira Ascensão; JABUR; Wilson Pinheiro; SANTOS, Manoel J. Pereira dos. **Propriedade intelectual**: direito autoral. São Paulo: Saraiva, 2014.

BARATA, Marta. **O que é moda?** Disponível em: <https://www.fashionrevolution.org/o-que-e-moda/>. Acesso em: 15 ago. 2024.

BRASIL. Lei 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 14 maio 1996. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm). Acesso em: 20 ago. 2024.

BRASIL. Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 20 fev. 1998. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19610.html](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.html). Acesso em: 20 ago. 2024.

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

HEMPHILL, C. Scott; SUK, Jeannie. The Law, Culture and Economics of Fashion. **Stanford Law Review**. v. 61, p. 1147-1199, mar. 2009. p. 1156. Disponível em: <https://cyber.harvard.edu/people/tfisher/Suk%20fashion%202-5.pdf>. Acesso em: 11 set. 2024.

KIMIKA. **MERCADO DA MODA: principais tendências e como se destacar**. Kimika, 2023. Disponível em: <https://moda.kimika.com.br/materia/mercado-da-moda-principais-tendencias-e-como-se-destacar#:~:text=O%20mercado%20da%20moda%20est%C3%A1,6%25%20maior%20que%20em%202021>. Acesso em: 21 ago. 2024.

LESSIG, Lawrence. **Cultura livre: Como a Grande Mídia Usa a Tecnologia e a Lei Para Bloquear a Cultura e Controlar a Criatividade / Lawrence Lessig**.- São Paulo: Trama, 2005. Disponível em: [https://profjefer.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/02/livrocc\\_lessig\\_culturalivre\\_tradtrama.pdf](https://profjefer.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/02/livrocc_lessig_culturalivre_tradtrama.pdf). Acesso em: 30 set. 2024.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal: Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.

LYRA, Amanda. **Propriedade intelectual e o design de moda – cartilha prática e didática para o profissional da moda**. 2018. 149 f. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual) – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, 2018, p. 3. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/academia/arquivo/arquivos-biblioteca/LYRAAmandaCristinaGomes.pdf>. Acesso em: 10 set. 2024.

MARTIN, John. ETIQUETA ÚNICA. **Um giro pela história da moda**. Disponível em: <https://blog.etiquetaunica.com.br/um-giro-pela-historia-da-moda/>. Acesso em: 20 ago. 2024.

PIMENTEL, Luiz Otávio. **Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio**. Florianópolis: Mapa. 3. ed. 2012. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/arquivos-publicacoes-ig/livro-curso-de-propriedade-intelecual-inovacao-no-agronegocio-modulo-ii-indicacao-geografica.pdf/view>. Acesso em: 22 ago. 2024.

PAESANI, Liliana Minardi. **Manual de propriedade Intelectual: direito de autor, direito da propriedade industrial, direitos intelectuais sui generes**. São Paulo: Atlas, 2012. Disponível em: <https://bdjur.stj.jus.br/jspui/handle/2011/51901>. Acesso em: 21 ago. 2024.

PIQUINI, Marina. **Moda em tempos de crise: primeira guerra mundial**. Primeira guerra mundial. 2020. Disponível em: <https://marinapiquini.home.blog/2020/06/26/moda-em-tempos-de-crise-primeira-guerra-mundial/>. Acesso em: 30 set. 2024.

PITA, Ana Paula; LEAL, Liliane Vieira Martins. **IFashion Law: Relevância e Impactos Jurídicos no Setor da Moda**. 2022. Monografia (Especialização em Direito Empresarial) – Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2022.

PITA, Ana Paula; LEAL, Liliane Vieira Martins. **FASHION LAW: a relevância da proteção jurídica das criações da moda frente ao paradoxo da pirataria**. Goiás, GO, p. 60-76.

QUARESMA, Débora Maria de Macedo; BROCH, José Carlos; ARAUJO, Danielle; CARDOZO, Mariane. **Fashion Law e o plágio na moda**. In: COLÓQUIO DE MODA, 11., 2015, 8ª Edição Internacional, 2º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda. Anais [...]. Universidade Luterana do Brasil, 2015. Disponível em: <https://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202015/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO3-CULTURA/CO-3-FASHION-LAW-E-O-PLAGIO-NA-MODA.pdf>. Acesso em: 19 ago. 2024.

RAMOS, DI BLASI, Gabriel; GARCIA, Mario S. e MENDES, André L. S. C. **Direito Empresarial esquematizado**. 6 ed. São Paulo: Forense. 2016. Disponível em: [https://direitounamablog.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/03/direito-empresarial-esquematizado-2016\\_-andrc3a9-luiz-santa-cruz-ramos.pdf](https://direitounamablog.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/03/direito-empresarial-esquematizado-2016_-andrc3a9-luiz-santa-cruz-ramos.pdf). Acesso em: 21 ago. 2024.

RAUSTIALA, Kal; SPRINGMAN, Christopher. The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design. **Virginia Law Review**, v. 92, n. 8, 2006. Disponível em: <https://www.virginialawreview.org/>. Acesso em: 12 set. 2024.

SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira de. [Coord.]. **Fashion Law: Direito da Moda**. 1 rev. ampl. Belo Horizonte: Editora D'Plácido, 2019.