

II ENCONTRO NACIONAL DE DIREITO DO FUTURO - II ENDIF

**INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, DIREITO E
REGULAÇÃO II**

161

Inteligência artificial, direito e regulação II [Recurso eletrônico on-line] organização II
Encontro Nacional de Direito do Futuro: Escola Superior Dom Helder Câmara – Belo
Horizonte;

Coordenadores: Lucas Gonçalves da Silva e Gilberto Márcio Alves – Belo Horizonte:
Escola Superior Dom Helder Câmara - ESDHC, 2025.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-390-9

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

Tema: Justiça social e tecnológica em tempos de incerteza.

1. Direito do Futuro. 2. Justiça Social. 3. Justiça Tecnológica. I. II Encontro Nacional de
Direito do Futuro (1:2025 : Belo Horizonte, MG).

CDU: 34



II ENCONTRO NACIONAL DE DIREITO DO FUTURO - II ENDIF

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, DIREITO E REGULAÇÃO II

Apresentação

O II Encontro Nacional de Direito do Futuro (II ENDIF), organizado pelo Centro Universitário Dom Helder com apoio técnico do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito – CONPEDI, reafirma-se como um espaço qualificado de produção, diálogo e circulação do conhecimento jurídico, reunindo a comunidade científica em torno de um propósito comum: pensar, com rigor metodológico e sensibilidade social, os caminhos do Direito diante das transformações que marcam o nosso tempo. Realizado nos dias 09 e 10 de outubro de 2025, em formato integralmente on-line, o evento assumiu como tema geral “Justiça social e tecnológica em tempos de incerteza”, convidando pesquisadoras e pesquisadores a enfrentar criticamente os impactos da inovação tecnológica, das novas dinâmicas sociais e das incertezas globais sobre as instituições jurídicas e os direitos fundamentais.

Nesta segunda edição, os números evidenciam a força do projeto acadêmico: 408 trabalhos submetidos, com a participação de 551 pesquisadoras e pesquisadores, provenientes de 21 Estados da Federação, culminando na organização de 31 e-books, que ora se apresentam à comunidade científica. Essa coletânea traduz, em linguagem acadêmica e compromisso público, a vitalidade de uma pesquisa jurídica que não se limita a descrever problemas, mas busca compreendê-los, explicar suas causas e projetar soluções coerentes com a Constituição, com os direitos humanos e com os desafios contemporâneos.

A publicação dos 31 e-books materializa um processo coletivo que articula pluralidade temática, densidade teórica e seriedade científica. Os textos que compõem a coletânea passaram por avaliação acadêmica orientada por critérios de qualidade e imparcialidade, com destaque para o método double blind peer review, que viabiliza a análise inominada dos trabalhos e exige o exame por, no mínimo, dois avaliadores, reduzindo subjetividades e preferências ideológicas. Essa opção metodológica é, ao mesmo tempo, um gesto de respeito à ciência e uma afirmação de que a pesquisa jurídica deve ser construída com transparência, responsabilidade e abertura ao escrutínio crítico.

O II ENDIF também se insere em uma trajetória institucional já consolidada: a primeira edição, realizada em junho de 2024, reuniu centenas de pesquisadoras e pesquisadores e resultou na publicação de uma coletânea expressiva, demonstrando que o Encontro se consolidou, desde o início, como um dos maiores eventos científicos jurídicos do país. A

continuidade do projeto, agora ampliada em escopo e capilaridade, reafirma a importância de se fortalecer ambientes acadêmicos capazes de integrar graduação e pós-graduação, formar novas gerações de pesquisadoras e pesquisadores e promover uma cultura jurídica comprometida com a realidade social.

A programação científica do evento, organizada em painéis temáticos pela manhã e Grupos de Trabalho no período da tarde, foi concebida para equilibrar reflexão teórica, debate público e socialização de pesquisas. Nos painéis, temas como inteligência artificial e direitos fundamentais, proteção ambiental no sistema interamericano, proteção de dados e herança digital foram tratados por especialistas convidados, em debates que ampliam repertórios e conectam a produção acadêmica aos dilemas concretos vividos pela sociedade.

A programação científica do II ENDIF foi estruturada em dois dias, 09 e 10 de outubro de 2025, combinando, no período da manhã, painéis temáticos com exposições de especialistas e debates, e, no período da tarde, sessões dos Grupos de Trabalho. No dia 09/10 (quinta-feira), após a abertura, às 09h, realizou-se o Painel I, dedicado aos desafios da atuação processual diante da inteligência artificial (“Inteligencia artificial y desafios de derechos fundamentales en el marco de la actuación procesal”), com exposição de Andrea Alarcón Peña (Colômbia) e debate conduzido por Caio Augusto Souza Lara. Em seguida, às 11h, ocorreu o Painel II, voltado à proteção ambiental no Sistema Interamericano, abordando a evolução da OC-23 ao novo marco da OC-32, com participação de Soledad Garcia Munoz (Espanha) e Valter Moura do Carmo como palestrantes, sob coordenação de Ricardo Stanziola Vieira. No período da tarde, das 14h às 17h, desenvolveram-se as atividades dos Grupos de Trabalho, em ambiente virtual, com apresentação e discussão das pesquisas aprovadas.

No dia 10/10 (sexta-feira), a programação manteve a organização: às 09h, foi realizado o Painel III, sobre LGPD e a importância da proteção de dados na sociedade de vigilância, com exposições de Laís Furuya e Júlia Mesquita e debate conduzido por Yuri Nathan da Costa Lannes; às 11h, ocorreu o Painel IV, dedicado ao tema da herança digital e à figura do inventariante digital, com apresentação de Felipe Assis Nakamoto e debate sob responsabilidade de Tais Mallmann Ramos. Encerrando o evento, novamente no turno da tarde, das 14h às 17h, seguiram-se as sessões dos Grupos de Trabalho on-line, consolidando o espaço de socialização, crítica acadêmica e amadurecimento das investigações apresentadas.

Ao tornar públicos estes 31 e-books, o II ENDIF reafirma uma convicção essencial: não há futuro democrático para o Direito sem pesquisa científica, sem debate qualificado e sem compromisso com a verdade metodológica. Em tempos de incerteza — tecnológica, social,

ambiental e institucional —, a pesquisa jurídica cumpre um papel civilizatório: ilumina problemas invisibilizados, questiona estruturas naturalizadas, qualifica políticas públicas, tensiona o poder com argumentos e oferece horizontes normativos mais justos.

Registrarmos, por fim, nosso reconhecimento a todas e todos que tornaram possível esta obra coletiva — autores, avaliadores, coordenadores de Grupos de Trabalho, debatedores e equipe organizadora —, bem como às instituições e redes acadêmicas que fortalecem o ecossistema da pesquisa em Direito. Que a leitura desta coletânea seja, ao mesmo tempo, um encontro com o que há de mais vivo na produção científica contemporânea e um convite a seguir construindo, com coragem intelectual e responsabilidade pública, um Direito à altura do nosso tempo.

Belo Horizonte-MG, 16 de dezembro de 2025.

Prof. Dr. Paulo Umberto Stumpf – Reitor do Centro Universitário Dom Helder

Prof. Dr. Franclim Jorge Sobral de Brito – Vice-Reitor e Pró-Reitor de Graduação do Centro Universitário Dom Helder

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara – Pró-Reitor de Pesquisa do Centro Universitário Dom Helder

TRADE DRESS DIGITAL DO BRASIL: ANÁLISE DE PROTEÇÃO JURÍDICA

DIGITAL TRADE DRESS IN BRAZIL: AN ANALYSIS OF LEGAL PROTECTION

Eduarda Lima Bastos

Resumo

Esta pesquisa analisa a proteção do trade dress digital no Brasil, destacando a concorrência desleal como principal mecanismo de tutela diante da ausência de regulamentação específica. Embora o conceito, originado nos Estados Unidos, não esteja expressamente previsto na legislação brasileira, os tribunais têm reconhecido sua importância para resguardar investimentos e a distintividade empresarial. Contudo, a lacuna normativa sobre o conjunto-imagem digital gera insegurança jurídica, sobrecarrega o Judiciário com demandas casuísticas e dificulta o acesso equitativo à proteção. Nesse cenário, o trade dress digital surge como desafio e oportunidade, exigindo atualização normativa para acompanhar inovações tecnológicas e novos padrões de consumo.

Palavras-chave: Trade-dress digital, propriedade industrial, Distintividade, Segurança jurídica

Abstract/Resumen/Résumé

This research analyzes the protection of digital trade dress in Brazil, highlighting unfair competition as the main mechanism of protection the absence of specific regulation. Although the concept, originating in the United States, is not expressly provided for in Brazilian legislation, courts have recognized its importance in safeguarding investments and business distinctiveness. However, the regulatory gap concerning digital trade dress generates legal uncertainty, burdens the Judiciary with case-by-case demands, and hinders equitable access to protection. In this context, digital trade dress emerges as both a challenge and an opportunity, requiring regulatory updates to address technological innovations and new consumption patterns.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Digital trade dress, Industrial property, Distinctiveness, Legal certainty

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

No cenário contemporâneo mundial, a relevância da propriedade industrial é inquestionável. Impulsionadas pela globalização e pelo amplo acesso à informação, as empresas enfrentam um dinamismo que exige constante adaptação às novas tendências de mercado e consumo, além de atualização contínua para se manterem presentes na memória dos consumidores.

O instituto do conjunto-imagem é especialmente relevante no cenário econômico atual, na medida em que a identidade visual de produtos e serviços constitui um fator estratégico de diferenciação no mercado, sendo também fundamental para a proteção dos direitos do consumidor. Contudo, apesar de empreendidos todos os esforços na edificação de uma identidade exclusiva e reconhecível, emerge uma crescente transposição dessa identidade para o ambiente digital, por meio das mais diversas plataformas digitais. Nesse cenário, surge uma problemática de grande relevância: como assegurar, em termos jurídicos, a proteção do *trade dress* no âmbito digital, diante dos novos meios de divulgação de produtos e serviços?

O estudo busca responder a essa questão a partir da análise da proteção do *trade dress* digital, o reconhecimento da distintividade e ausência de legislação específica e o tratamento jurisprudencial do instituto jurídico no direito brasileiro. Além disso, investiga a crescente digitalização das relações de consumo e a expansão das plataformas virtuais, que introduzem novos desafios à tutela da propriedade intelectual, especialmente no que se refere ao *trade dress* digital.

Para tanto, a pesquisa que se propõe, na classificação de Gustin, Dias e Ninácia (2020), pertence à vertente metodológica jurídico-social. No tocante ao tipo genérico de pesquisa, foi escolhido o jurídico projetivo,. O raciocínio desenvolvido na pesquisa foi predominantemente dialético e, quanto ao gênero de pesquisa, foi adotada pesquisa teórica.

2. DOS ASPECTOS GERAIS DO TRADE DRESS

O conceito de trade dress tem suas raízes na doutrina norte-americana, onde surgiu inicialmente relacionado à "embalagem do produto" (*product's packaging*) e à "aparência própria do produto" (*product's independent appearance*)¹. A noção buscava reconhecer e proteger os aspectos visuais que, embora não funcionais, são capazes de individualizar um produto no mercado, refletindo sua identidade e despertando familiaridade junto ao consumidor.

Em 1992 que a tese de proteção ao *trade dress* alcançou a Suprema Corte norte-americana, no julgamento do marcante caso *Taco Cabana, Inc. v. Two Pesos, Inc.* Na ocasião, a rede de restaurantes mexicanos *Taco Cabana*, sediada no Texas, ingressou com ação judicial contra a concorrente *Two Pesos*, com fundamento no §43(a) do Lanham Act. A autora alegava que seu conjunto-imagem foi violado, uma vez que a ré teria reproduzido elementos visuais característicos de seus estabelecimentos.

O precedente fixado foi de grande importância, não apenas por consolidar a proteção ao *trade dress* nos moldes do direito norte-americano, mas também por estabelecer parâmetros objetivos para sua análise. Além disso, reconheceu-se expressamente a tutela jurídica da "aparência do estabelecimento" (*establishment's appearance*), compreendendo o visual interno e externo como elementos relevantes para a identidade comercial de uma empresa ou, nas palavras de Tinoco Soares, "o visual interno e externo do produto, por suas características próprias e inovadoras".²

Desde então, diversas outras controvérsias envolvendo o *trade dress* foram submetidas às cortes norte-americanas, abarcando os mais variados setores da economia. Outro ponto fundamental consolidado pela jurisprudência norte-americana foi reconhecimento de que o *trade dress* pode adquirir proteção jurídica com base no uso prolongado e consistente no mercado, mesmo que não seja originalmente único.

A legislação brasileira, conforme se observa do art. 5º, inciso XXIX, da Constituição Federal, assegura tutela a outros elementos que compõem a identidade empresarial:

TÍTULO II Dos Direitos e Garantias Fundamentais. CAPÍTULO I DOS DIREITOS E DEVERES INDIVIDUAIS E COLETIVOS. Art. 5º Todos são

¹ WIPO – World Intellectual Property Organization – Magazine. July/August 2004. ⁴ Disponível em: www.supremecourtus.gov - *Two Pesos, Inc vs. Taco Cabana, Inc.* (91-971), 505 U.S. 763 (1992). Acesso em: 15 de jul. 2025.

² TINOCO SOARES, José Carlos. **“Concorrência Desleal Vs. Trade Dress ou Conjunto-Imagem”**. São Paulo: Edição Tinoco Soares, São Paulo, 2004.

iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:[...] XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros **signos distintivos**, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País; (grifo nosso) (BRASIL, 1988).

O *trade dress* pode ser definido como o conjunto de elementos visuais que compõem a identidade de um produto, embalagem ou estabelecimento, com o propósito de representar a empresa perante o mercado, conferindo-lhe unicidade e facilitando sua identificação pelo consumidor. Esse conjunto único de características, intrínsecas a um produto, permite ao consumidor individualizá-lo por meio de sua aparência física, possibilitando sua identificação imediata.

Entretanto, insta salientar que o institui do *trade dress* no Brasil não possui previsão legal expressa. Atualmente, seu reconhecimento ocorre pela jurisprudência e doutrina, que firmaram o entendimento de que o instituto é passível de proteção.

3. IMPORTÂNCIA DA PROTEÇÃO DO TRADE DRESS DIGITAL

A construção de um vínculo emocional entre o produto e o consumidor emerge como um imperativo estratégico no contexto mercadológico contemporâneo, transcendendo a mera transação comercial para estabelecer uma relação de lealdade e preferência. Em um cenário de intensa competitividade, a diferenciação não se sustenta unicamente nas características intrínsecas do produto, mas reside na capacidade da marca de evocar sentimentos, valores e identidades que ressoem profundamente com o público-alvo.

Com a crescente digitalização das relações comerciais e a expansão de plataformas virtuais, essa identidade visual migra para o ambiente digital, exigindo proteção jurídica compatível com as novas formas de interação entre empresas e consumidores. Nesse cenário, a ausência de legislação específica se revela preocupante, uma vez que a identidade digital das marcas é um ativo intangível, capaz de impactar diretamente a competitividade e a reputação empresarial. Assim, a proteção normativa do *trade dress* digital não deve ser compreendida apenas como uma questão de direito privado, mas como um imperativo para a manutenção de um ambiente econômico inclusivo, transparente e justo, no qual consumidores e empresas possam interagir com segurança e confiança.

Nesse contexto, a gestão eficaz desse vínculo, fundamentada em uma comunicação autêntica e em experiências memoráveis, constitui um elemento crítico para a sustentabilidade e o sucesso de longo prazo de qualquer empreendimento. Para isso, grandes empresas têm investido na contratação de especialistas em marketing para criar identidades visuais inovadoras. Esse trabalho se reflete em embalagens, rótulos, combinações de cores e *layouts* que destacam suas marcas no mercado, tudo com o propósito de despertar a atenção e sentimentos como curiosidade, necessidade e desejo nos consumidores, atraindo-os para seus produtos e serviços.

Apesar da ausência de norma específica que discipline o *trade dress*, os tribunais brasileiros têm adotado entendimento praticamente unânime no sentido de que a comercialização de produtos com embalagens ou apresentações visuais que imitam aquelas de marcas concorrentes configura ato de concorrência desleal, sendo, portanto, passível de repressão nos termos da legislação vigente.

4. REQUISITOS PARA PROTEÇÃO DO TRADE DRESS NO BRASIL

Um dos requisitos essenciais para a configuração do *trade dress* é a distintividade, que pode ser originária ou adquirida. A distintividade originária, como o próprio termo indica, decorre de elementos originais, inovadores e inéditos no mercado. Já a distintividade secundária caracteriza-se pela consolidação do reconhecimento pelo consumidor, mesmo na ausência de originalidade, em razão da presença constante e reiterada de determinadas características em um produto ou estabelecimento.

Conforme leciona Barbosa (2011), a utilização ou divulgação intensa e contínua de determinada imagem ou expressão, ainda que destituída de distintividade inicial, pode, com o tempo e a frequência, criar no consumidor o hábito de associá-la a um produto ou serviço específico, conferindo-lhe, assim, caráter distintivo.

Assim, se caracterizar a violação do *trade dress*, os elementos visuais do infrator devem ser suscetíveis de confundir o consumidor a respeito da origem e da titularidade do produto ou serviço.

Por fim, é crucial destacar que a distintividade de um *trade dress* pode ser adquirida ao longo de muitos anos de sua exposição e uso continuado no mercado, seja por meio de promoções e campanhas publicitárias ou, até mesmo, pelo volume de vendas dos produtos ou serviços.

Considerado o requisito anteriormente apresentado, outro aspecto relevante para a concessão de proteção ao *trade dress* é a verificação de que sua cópia ou reprodução possa gerar confusão ou incerteza na percepção do consumidor, especialmente no que diz respeito ao produto ou serviço adquirido, bem como à sua origem e procedência.

Neste sentido, preceitua Maitê Moro:

A confusão é um fenômeno que se passa na mente dos consumidores, por utilização de marca igual em produtos idênticos, por produtores diversos, e que faz com que aqueles não tenham meios para distinguir esses produtos. Também pode ocorrer este fenômeno no caso de marcas [de] serviços. (MORO, 2003, p. 287).

Para que se configure o risco de confusão ou de associação, não é necessária a cópia exata do concorrente, uma mera semelhança visual é suficiente para confundir o consumidor:

A empresa que se sentir prejudicada deve comprovar tanto a anterioridade de uso quanto a distintividade de seu conjunto-imagem. A distintividade, segundo Celso Delmanto é “aquela característica ou características particularizantes do artigo imitado devem, realmente, individualiza-lo, torna-lo distinto entre seus similares, pois não pode haver confusão caso inexista a distinguibilidade.” (DELMANTO, 1975, p. 89-90).

A concorrência desleal, portanto, não se restringe à mera confusão entre produtos ou serviços, mas abarca também a associação indevida de marcas como se fossem de uma mesma empresa. Desse modo, o instituto do *Trade Dress* protege não apenas o titular da marca, ao resguardar sua identidade visual de reproduções, mas também os consumidores, evitando que sejam induzidos a erro.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise empreendida ao longo deste trabalho evidenciou a omissão legislativa existente no ordenamento jurídico brasileiro quanto à regulamentação específica do *trade dress* digital, bem como os impactos negativos dessa lacuna sobre a segurança jurídica e a competitividade empresarial. Contudo, ao projetar essa realidade para o futuro do direito, é inevitável reconhecer a crescente relevância do ambiente digital, no qual os signos distintivos das empresas assumem novas dimensões.

No contexto da transformação digital, marcada pelo uso intensivo de tecnologias como a Inteligência Artificial, a identidade visual das marcas deixa de se restringir ao espaço físico das embalagens ou estabelecimentos comerciais, expandindo para plataformas virtuais, redes sociais e ambientes de realidade aumentada. Esse fenômeno reforça a necessidade de proteção jurídica do *trade dress digital*, que passa a ser um dos principais ativos intangíveis de diferenciação no mercado.

A ausência de legislação específica se torna, portanto, ainda mais problemática diante da imaterialidade e da rápida difusão das informações no espaço virtual. A vulnerabilidade do *trade dress* digital intensifica os riscos de concorrência desleal, apropriação indevida e confusão do consumidor, o que demonstra que a futura regulamentação não deve apenas sanar a lacuna existente no plano físico, mas também antecipar-se às novas formas de violação no ambiente digital.

Assim, surge o desafio integrar a proteção da propriedade industrial à realidade tecnológica emergente, assegurando que a inovação e a criatividade continuem sendo estimuladas sem comprometer a ética concorrencial e a confiança do consumidor. A regulamentação do *trade dress* digital, nesse sentido, insere-se não apenas como um imperativo jurídico, mas como um fator estratégico de desenvolvimento econômico sustentável, alinhado ao ideal de um direito mais inclusivo, democrático e tecnologicamente adaptado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Denis Borges. **Uma Introdução à Propriedade Intelectual**. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.

BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Presidência da República, [1988]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 08 jul. 2025.

BRASIL. **Lei no 9.279, de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 maio 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm. Acesso em: 09 jul. 2025.

DELMANTO, Celso. **Crimes da Concorrência Desleal**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1975.

GUSTIN, Miracy Barbosa de Sousa; DIAS, Maria Tereza Fonseca; NICÁCIO, Camila Silva. **(Re)pensando a pesquisa jurídica: teoria e prática**. 5^a. ed. São Paulo: Almedina, 2020.

MORO, Maitê Cecília Fabri. **A Marca tridimensional, sua proteção e os aparentes conflitos com a proteção outorgada com outros institutos da propriedade intelectual**. Tese de Doutorado em Direito defendida pela PUC/SP, 2005.

TINOCO SOARES, José Carlos. **Concorrência Desleal Vs. Trade Dress ou Conjunto-Imagem**. São Paulo: Edição Tinoco Soares, 2004.