

FACULDADE DE DIREITO DE VITÓRIA
GRADUAÇÃO EM DIREITO

BRUNELLA ALTOÉ BRAGA

FASHION LAW: A PROPRIEDADE INTELECTUAL E OS
SEUS INSTITUTOS JURÍDICOS DE PROTEÇÃO

VITÓRIA
2021

BRUNELLA ALTOÉ BRAGA

**FASHION LAW: A PROPRIEDADE INTELECTUAL E OS
SEUS INSTITUTOS JURÍDICOS DE PROTEÇÃO**

Monografia apresentada ao Curso de Direito da
Faculdade de Direito de Vitória – FDV, como requisito
para obtenção do título de Bacharela em Direito.
Orientadora: Professora Ma. Renata Helena Paganoto
Moura.

VITÓRIA

2021

BRUNELLA ALTOÉ BRAGA

**FASHION LAW: A PROPRIEDADE INTELECTUAL E OS SEUS
INSTITUTOS JURÍDICOS DE PROTEÇÃO**

Monografia apresentada ao Curso de Direito da Faculdade de Direito de Vitória – FDV,
como requisito para obtenção do título de Bacharela em Direito.

Aprovada em ____ de agosto de 2021.

COMISSÃO EXAMINADORA

Profa. Ma. Renata Helena Paganoto Moura
Faculdade de Direito de Vitória
Orientadora

Prof.

RESUMO

A moda está presente na história em diferentes épocas, retratando divergentes comportamentos e eventos das sociedades. Por essa ótica, o presente estudo tem por finalidade adentrar-se nos meandros do Fashion Law no ordenamento jurídico brasileiro, exibindo os institutos jurídicos que são utilizados como métodos de proteção diante da indústria da moda, haja vista que a legislação do Brasil é escassa quanto a essa temática, havendo desafios que necessitam de serem superados. Um desses desafios, se relaciona com as cópias das peças fashion, em que o conflito trata-se de como o regimento legal irá proteger os criadores de serem reconhecidos como os titulares dos objetos, bem como de serem devidamente ressarcidos, com certa quantia em dinheiro, para cada vez que sua ideia fosse reproduzida, uma vez que esse setor movimenta bilhões de dólares ao ano, o que viabiliza a sua relevância diante da sociedade contemporânea. Assim sendo, como objetivo geral, o trabalho exposto pretende-se analisar o Fashion Law e os seus instrumentos jurídicos como a patente, a marca, o desenho industrial e o direito de Autor, além de ilustrar o modo como cada qual se adequaria diante da problemática abordada, constatando, a depender do caso concreto, que não há uma única e correta ferramenta de proteção definitiva. Foi utilizado o método hipotético-dedutivo, apresentando as hipóteses de solução que, configurou-se como os institutos jurídicos supramencionados, sendo possível selecionar o mais adequado dado o artefato que se pretende tutelar e da função que se pretende alcançar. Por fim, constatou-se ser possível a tutela específica das peças fashion, concluindo que o Brasil possui a base legal necessária para que os autores da criação consigam proteger as particularidades de suas invenções e marcas.

Palavras-chave: Propriedade Intelectual. Indústria da moda. Cópia das peças *fashion*. Propriedade industrial. Direito de Autor. Direito da moda.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	05
1 DIREITO E MODA	09
1.1 DIREITO DA MODA: RETROSPECTIVA HISTÓRICA DE SEU SURGIMENTO	13
2 A PROPRIEDADE INTELECTUAL	14
2.1 O DIREITO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL	14
2.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO DIREITO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL	15
3 PROPRIEDADE INDUSTRIAL	18
3.1 PATENTE	20
3.2 MARCA	24
3.3 DESENHO INDUSTRIAL	28
4 DIREITO AUTORAL	30
5 O <i>FASHION LAW</i> E SEUS INSTITUTOS JURÍDICOS DE PROTEÇÃO NO ORDENAMENTO JURÍDICO	36
CONSIDERAÇÕES FINAIS	37
BIBLIOGRAFIA	41

INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca explicar, a modificação das atividades de consumo em coerência à evolução gradual do corpo social. Nesse sentido, faz-se necessária uma detalhada observação acerca da história da moda, que registrou grandes marcos da civilização e que continua participando do desenvolvimento social no mundo moderno. O objeto da atual análise, portanto, abrange diversas áreas humanas e se encontra nas relações entre a sociedade e o indivíduo (COSTA, 2014, p. 18).

Em primeiro plano, referindo-se à sociedade americana, ao longo do século XX, Lipovestky (1989, p. 18) afirma que foi constituída pelo sistema capitalista e bombardeada “[...] com a profusão luxuriante dos seus produtos, imagens e serviços, com o hedonismo que induz, com seu clima eufórico de tentação e proximidade”. Tal descrição tornou-se, como consequência, o modelo de vida das sociedades, sendo retratado pela nova lógica social que se constituiu com a força do capitalismo.

À vista disso, há indícios de que, com a ascensão do aludido sistema econômico, o grande desenvolvimento nas atividades no ramo da moda estabeleceu primogênita ligação entre sua indústria e o universo forense. Isso porque os estilistas passaram a vislumbrar a importância em proteger suas coleções, a personalidade e as características de sua marca, tendo em conta a tamanha problemática referente as cópias das suas peças fashion e a falta de amparo jurídico específico que essa matéria enfrenta. Assim, de acordo com Victor Sales Pinheiro e Alexandre Pereira Bonna (p. 379):

[...] o Estado de Direito é composto por regras válidas, legitimados por regras anteriores que remontam às fontes sociais autorizadas para a produção jurídica, a partir de critérios públicos reconhecíveis por governantes e governados e não sujeitos à indeterminação de julgamento dos conflitos que devem ser resolvidos, e não multiplicador ou prolongados, pela autoridade de direito.

À luz disso, é válido ressaltar que, ao contemplar a temática em voga, observa-se um contexto que engloba desde os produtos finais sobre os quais os consumidores têm

conhecimento, até a concepção da mercadoria. Nesse ponto, compreende-se, de plano, que, a partir da globalização, a humanidade foi bombardeada por novas informações. Essas, por sua vez, tangenciaram a uma nova perspectiva acerca do plágio no ramo da moda, uma vez que, como seu cenário engloba desde o 'design', desenvolvimento tecnológico e materiais aplicados; qualquer forma e categoria de conteúdo passam a ser válidos na hora da criação, o que facilita, dessa forma, o plágio sobre as mais diversas invenções.

Nessa perspectiva, torna-se impreterível a observação acerca da obra publicada em 1955, cujo nome é "A Obra de Arte na Era da sua Reprodutibilidade", elaborada por Walter Benjamin, o qual defende que, "[...] em sua essência, a obra de arte sempre foi reprodutível. O que os homens faziam sempre podia ser imitado por outros homens. Essa imitação era praticada por discípulos, em seus exercícios, pelos mestres, para a difusão das obras, e finalmente por terceiros, meramente interessados no lucro" (BENJAMIN, 1994, p. 166). Assim, infere-se que a reprodução das obras sempre esteve presente nas sociedades, corroborando para a problemática da proliferação das cópias.

Por decorrência lógica, ao se criar algo inovador, espera-se uma determinada exclusividade, a qual, em regra, pode ser mitigada pelo pagamento de certa quantia em dinheiro para cada vez que sua ideia for reproduzida. Observa-se, portanto, que o elemento exclusividade é de suma importância para a valoração das peças *fashion*, o que, contudo, é afetado pelas cópias dos artigos. Tal realidade acaba gerando, como consequência, grande prejuízo financeiro e moral, que é somado à desvalorização do artefato.

Dessa forma, percebe-se como inegável a importância social e econômica desse âmbito da indústria, atestando o interesse do desenvolvimento do Direito na aludida área de atuação. Nesse sentido, Jimenez (OSMAN, 2017, p. 47) define *Fashion Law* como:

[...] a área do direito que trata dos problemas comerciais do dia-a-dia da indústria da moda. Tal como acontece com outras subespecialidades

recentemente desenvolvidas de direito comercial (como Direito do Entretenimento, Direito Desportivo, Direito da Arte), o Direito da Moda é, na verdade, uma compilação de várias disciplinas jurídicas diferentes. Assim, o Direito da Moda incorpora conceitos relevantes de propriedade intelectual, comercial, aduaneira, imobiliária, emprego e publicidade, entre outros.

A partir dos aspectos analisados, portanto, tem-se um importante questionamento acerca da temática em questão: Perante o *Fashion Law*, quais são os métodos de proteção mais adequados, referentes a propriedade intelectual, diante do contexto da reprodução das cópias dos artefatos da indústria da moda, no ordenamento jurídico do Brasil?

Desse modo, como objetivo geral do presente estudo, pretende-se analisar e concluir se o ordenamento jurídico brasileiro, em alguns de seus dispositivos, reconhece a *Fashion Law*, bem como verificar a aplicação do Direito da Moda, o qual se caracteriza por ser um conjunto de conhecimentos provenientes de diversas áreas, não sendo constituído por um ramo autônomo do Direito. Por esse prisma, reflete-se sobre ser a propriedade intelectual uma das bases resistentes do Fashion Law, visto que protege desde estamparias a domínios de sites, e tem o intuito de possibilitar a proteção desses tipos de criações por intermédio de seus institutos jurídicos como o desenho industrial, patente, marca e, direito autoral.

Desta feita, a partir da análise e apresentação dos quatro métodos de proteção supracitados, tornar-se-á possível, como propósito específico do projeto em questão, ilustrar o modo como cada qual se adequaria diante da tutela das cópias dos 'designs' no mundo Fashion, constatando, a depender do caso concreto, que não há um único e correto instituto definitivo para a problemática abordada.

Como será demonstrado ao longo deste trabalho, cada instituto referido possui objetos e requisitos diferenciados, assim, ocorrerá em determinadas situações de ir de encontro um ao outro, ou, até mesmo, se sobrepor, sendo cabível a proteção simultânea para um mesmo invento. Nesse sentido, é imprescindível a escolha do método científico de uma pesquisa para sua amplificação, visto que é uma forma de organização do raciocínio que será desfrutado no estudo abordado. Nesse

seguimento, ao refletir acerca da importância do método, priorizou-se pelo hipotético-dedutivo a fim de garantir a objetividade necessária na investigação.

À vista disso, Orides Mezzaroba e Cláudia Monteiro (2014, p. 16) citam Popper a fim de resumir tal método:

Indica, então, os seguintes procedimentos sucessivos a serem obedecidos pelo pesquisador que opta pelo método hipotético-dedutivo: a verificação do problema; a formulação das hipóteses de sua solução (conjecturas); e a condução do processo de falseamento ou corroboração das hipóteses.

Na primeira etapa da pesquisa, observar-se-á a problemática das réplicas de ideias, provenientes da indústria da moda, sob a ótica do ordenamento jurídico brasileiro. Por conseguinte, serão apresentadas hipóteses de solução, que, diante do estudo em questão, configuram-se como diferentes métodos de resolução dos conflitos: o desenho industrial, a patente, a marca e o direito autoral.

Posteriormente, tendo sido identificado o problema, e elaborada suas hipóteses de resolução, será realizado, em último momento, a partir das peculiaridades de cada método, uma explanação acerca de suas vantagens e desvantagens, demonstrando, assim, sugestões de qual dos descritos pode solucionar melhor a reprodução desautorizada dos produtos e marcas, sendo imprescindível, pois, a análise de proposições gerais presentes no Ordenamento Jurídico Brasileiro.

Desse modo, a pesquisa será dividida em etapas, em que a primeira será feita apresentado panorama sobre a moda e o *Fashion Law*, expondo seu conceito e surgimento como indústria rentável que principiou o surgimento dessa área do Direito. Já no segundo momento, será a leitura da temática de propriedade intelectual, demonstrando sua estrutura e o modo de operação de seus institutos de proteção. Por fim, a partir de todo o estudo que será expandido ao decorrer dos capítulos, ocorrerá a conclusão da pesquisa.

Cumprido frisar, no entanto, que o presente estudo não pretende analisar a concorrência desleal ou a doutrina do “*tarde-dress*”, em razão de possuir como

objetivo apenas a exposição de um panorama geral da relação entre o Direito, a moda e a propriedade intelectual, realçando, sobretudo, a legislação brasileira.

1 DIREITO E MODA

De início, faz-se necessária a conceituação da moda como um vestuário que se transforma consoante o tempo, atendendo a premência de vestir-se no dia a dia, e, principalmente, o desejo de afirmação pessoal em um contexto contemporâneo político sociológico. Logo, cabe acrescentar que tal universo se enquadra como parte do desenvolvimento do corpo social, incidindo em diversas áreas da sociedade em razão de relacionar-se com à mera proteção do corpo, a divisões sociais, a aspectos morais e à expressão humana.

Nesse contexto, é possível notar a referida disposição através do conhecimento de Malcolm Barbard ao expressar que, “[...] a moda e a indumentária podem ser as formas mais significativas pelas quais são construídas, experimentadas e compreendidas as relações sociais entre as pessoas” (BARBARD, 2003, p. 24). Salienta-se, ainda, que seu processo de criação demanda tempo e criatividade, bem como envolve algum tipo de estética.

Segundo o filósofo francês Gilles Lipovetsky (1989, p. 24), em seu livro *O Império do Efêmero*:

Nem força elementar da vida coletiva, nem princípio permanente de transformação das sociedades enraizado nos dados gerais da espécie humana, a moda é formação essencialmente sócio-histórica, circunscrita a um tipo de sociedade. Não é invocando uma suposta universalidade da moda que se revelarão seus efeitos fascinantes e seu poder na vida social, mas delimitando estritamente sua extensão histórica.

A partir de tal acepção, infere-se que a história da moda perpetua em diferentes épocas, retratando divergentes comportamentos e eventos das sociedades, dentre os quais destaca-se o contexto da Revolução Industrial, uma vez que, em decorrência

da industrialização, foi cenário fundamental para a difusão da temática. Isso porque se evidenciou a plena liberdade contratual e a colocação da mão-de-obra humana como mera engrenagem do sistema, bem como a implementação de métodos desumanos de trabalho (DELGADO; ALVARENGA; GUIMARÃES, 2019), principiando a produção em massa da vestimenta. É perceptível, portanto, a partir desse enquadramento, um exponencial crescimento do mercado em voga.

Segundo Crawford (apud Silva, 2006), o que antes era restrito para muitos, depois da Revolução Industrial, passou a ser disponível em livros e manuais, transição essa de extrema importância para o crescimento da economia. Nos tempos atuais, a evolução da tecnologia e a difusão de informações são o que determina, além do desenvolvimento da economia, o comportamento e o desenvolvimento humano.

Contudo, com a desenvoltura do maquinário, observou-se a facilitação da reprodução das cópias de peças, haja vista o barateamento do custo por ser reproduzido em grande escala. Como consequência, contudo, refletiu-se a desvalorização dos produtos originalmente confeccionados, visto que gerou uma disseminação de variação em qualidade e, devido a essas circunstâncias, verificaram-se significativos prejuízos ao mercado e aos titulares das peças, uma vez que não foram devidamente ressarcidos.

Isso posto, evidencia-se, a partir dessa ideia, que o mercado de moda brasileiro teve um progresso considerável no que concerne ao comportamento do consumidor, já que, a partir dos dados divulgados pelo IBOPE, em 2013, o consumo de moda girou em torno de R\$ 129 bilhões (CAETANO, 2013). É, pois, indeclinável a ideia de existência de deveres fundamentais entre o mercado de consumo e seus consumidores, haja vista não ser a tutela desses direitos realizada conforme simples regras de direito privado (LARANJA; PEDRA; FABRIZ, 2019).

Diante desse contexto, ressalta-se a relevância social e econômica que a temática alcançou, tornando relevante o interesse no desenvolvimento do Direito em tal área de atuação, posto que o Direito da Moda carece de legislações concretas. Ademais,

assim como preconiza Rosana Júlia Binda, Paula Ferraço Fittipaldi e André Filipe Pereira Reid dos Santos (2013, p. 236):

O corpo normativo de um país destina-se (ou pelo menos deveria destinar-se) a atender às mais prementes necessidades da sociedade à qual se dirige, refletindo nos textos legais a realidade sentida/vivida e proporcionando condições para mudanças sociais.

Todavia, mesmo sem um regime específico de proteção, os produtos da moda encontram, no Direito brasileiro, legislações capazes de garantir o crescimento e incentivar a inovação do setor. É preciso, portanto, compreender as particularidades dos diferentes meios de soluções capazes de permitir a exclusividade da reprodutibilidade da criação, e, assim, deter a possibilidade de terceiros não autorizados a produzirem cópias sobre as invenções do ramo da moda.

Consoante essa ideia, dentre os métodos de resolução para o conflito em questão, tem-se a propriedade intelectual, que engloba tanto a propriedade industrial, quanto os direitos autorais. A primeira categoria, disposta em sua legislação específica, funciona como amparo à indústria da moda, desempenhando a Lei um papel de extrema relevância ao proteger as criações do ramo, desde esboços e inovações tecnológicas de produção até o produto finalizado para o consumidor.

Almejando uma melhor compreensão das formas de proteção do 'design', cabe mencionar um exemplo em que se apresenta a aplicação de alguns institutos que serão mencionados ao decorrer desse projeto:

As golas e recortes aplicados em um vestido que ofereçam um novo design à peça, tornando-a distinta dos demais vestidos, podem ser protegidas pelo registro do desenho industrial; mas se a criação for de um novo zíper que, ao fechar, se torne invisível aos olhos dos observadores, por exemplo, essa é uma melhoria à peça que poderá ser tutelada pela patente de modelo de utilidade, apesar de não ser este um design de moda propriamente dito, conforme veremos adiante. Já o estilista que aplique em suas peças um sinal distintivo, individualizando o seu trabalho, poderá proteger suas criações por meio do registro da marca (MEDEIROS, 2015).

A partir do exposto, infere-se ser altamente complexa a matéria em tela, visto que se pauta em diferentes institutos jurídicos. Não obstante, pode-se dizer que qualquer

espécie pode ser reivindicada perante o poder judiciário por ação de indenização por danos morais, na qual devem ser demonstrados todos os indícios de autoria do autor sobre sua obra, como também a lesão sofrida.

Por conseguinte, deve-se mencionar o conceito dos bens intelectuais segundo os entendimentos de Barbosa (2008, p. 12):

Aqueles englobados na acepção original da palavra grega tekhnè, que poderia ser traduzido como “arte” (ou “técnica”), mas que compreende as atividades práticas, desde a elaboração das leis e a habilidade para contar e medir, passando pela arte do artesão, do médico ou da confecção do pão, até as artes plásticas, estas últimas consideradas a mais alta expressão da tecnicidade humana.

Dessa ótica, entende-se que o atual Regimento legal brasileiro se refere ao Direito da Propriedade Intelectual como um garantidor à exclusividade da atividade intelectual. Dessa maneira, Buainain (apud FERREIRA; OLIVEIRA, 2012) afirma que a matéria abordada “Possibilita transformar o conhecimento, em princípio um bem quase público, em bem privado e é o elo de ligação entre o conhecimento e o mercado”.

À luz da normatividade citada, destaca-se o impedimento, definido pelo ordenamento jurídico vigente, a terceiros que não atuaram no processo de criação do produto em se utilizarem desse para fins comerciais sem a autorização do titular. Evidencia-se, portanto, que eventuais ausências de direitos em tal esfera incentivariam os copiadore e desencorajaria investimentos em novas criações, o que consequentemente, resultaria na redução da rentabilidade dos produtos originais, prejudicando o mercado global, e impedindo que os criadores dos produtos sejam devidamente remunerados pela comercialização das obras que desenvolveram.

Logo, a partir das particularidades supracitadas, torna-se pontual estabelecer que, diante do estudo em desenvolvimento, vislumbra-se a importância de conquistar o meio forense em questão, apontando-se a necessidade de melhor compreensão sobre tal esfera do Direito, analisando, de forma minuciosa, o instituto da propriedade intelectual.

Nesse sentido, o Fashion Law pretende a proteção de empresas e profissionais, sendo indispensável sua utilização se observada a passibilidade, a todo momento, de plágios sobre as criações. Tal ocorrência, por conseguinte, afeta a produção dos artigos e invenções exclusivas e, dessa forma, favorece a concorrência. É perceptível, ainda, a escassez de conhecimento judicial dos próprios titulares das peças acerca de seus trabalhos inventivos, de modo que, apesar do crescimento de tal tipo de comércio, a informação não acompanha o mesmo ritmo.

1.1 DIREITO DA MODA: RETROSPECTIVA HISTÓRICA DE SEU SURGIMENTO

Acerca da temática do presente trabalho, é de valiosa relevância abordar sobre um caso prático tangente à Fashion Law, apontando-se Yves Saint Laurent vs Christian Louboutin, detendo o último, desde 2008, perante o USPIO (Unites States Patent and Trademark Office), o registro de *trademark* (“marca registrada”) dos solados vermelhos de calçados femininos, característica pela qual ficou mundialmente conhecido. A marca Yves Saint Laurent, contudo, já havia desenvolvido, desde a década de 1970, a concepção de sapatos monocromáticos vermelhos, o que abarcava a coloração vermelha das solas de seus calçados. Nessa conjuntura, diante do relançamento de sapatos monocromáticos na coleção primavera-verão 2011, o ‘designer’ da “Red Sole Mark” (“marca do solado vermelho”) acionou o judiciário norte-americano, sob a alegação de que a marca teria violado sua patente (Instituto de referência em internet e sociedade) (PROPRIEDADE..., 2012).

Decidindo sobre a lide, em 2012, um tribunal de apelações definiu que Louboutin continuaria a deter exclusividade sobre as solas de sapato vermelhas, exceto quando o calçado for inteiro vermelho, como aqueles lançados por Yves Saint Laurent. (ALVES, 2014, p. 19). O litígio, assim, ficou conhecido por originar o Direito da Moda, visto que foi em seu contexto que o judiciário americano se utilizou, equivocadamente

ou não, das teorias respectivas que discutem marcas e patentes nos EUA, dirigidas à compreensão de questões inseridas no universo *fashion* (LINO et al., 2019).

Em síntese, a partir do caso mencionado, torna-se possível aprimorar o entendimento sobre a temática, devendo ser considerado que cada litígio deve ser analisado conforme o regimento normativo respectivo à legislação que os regulamentam. À luz de tal compreensão, passados pelos fundamentos introdutórios, será agora abordada a propriedade intelectual sob a ótica da legislação brasileira vigente.

2 A PROPRIEDADE INTELECTUAL

2.1 O DIREITO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

Em primeiro plano, no âmbito da temática em voga, os direitos de propriedade intelectual atuam como campo legal responsável pela proteção das atividades criativas, as quais se modificam temporalmente, devendo o referido escudo jurídico ser, portanto, adaptável às variáveis características do objeto tutelado. Sob tal exposição, a temática pode ser definida pelo entendimento da Convenção da OMPI (1967):

[...] a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico.

Evidencia-se, pois, a partir da ideia exposta, que a aludida propriedade está diretamente relacionada à inovação. Outrossim, embora se fale em bem imaterial, para que sua proteção se perfaça pela aplicação do instituto jurídico, é de extrema importância que os produtos ou serviços sejam materializados conforme uma

produção bibliográfica ou uma invenção, por exemplo. Frisa-se, ainda, que o método de proteção elucidado almeja a concepção de titularidade, ou seja, o impedimento, por meio de suas leis, que indivíduos alheios ao processo de invenção copiem o bem imaterial ou incorpóreo, obtendo, assim, vantagens comerciais.

Nesse sentido, Sherwood (1992) conceitua a propriedade intelectual como o conjunto de ideias, invenções e expressões criativas, essencialmente resultantes da atividade privada; somadas ao desejo do público em fornecer o status de propriedade a tais invenções e expressões. Em suma: a invenção e a expressão criativa, adicionada à proteção, constituem a propriedade intelectual.

Isto posto, observa-se que o método em questão se desenvolveu consoante a evolução do cenário socioeconômico do Brasil, de modo que passou a abranger segmentos do conhecimento humanístico que não haviam sido mencionados em um contexto anterior. Dessa forma, sobressaia-se que essa área não possui uma lei especial ou específica, mas sim um ramo de aplicabilidades desses institutos.

Pelo exposto, o avanço para os conceitos principais da temática, bem como um breve histórico do campo jurídico em questão, fazem-se imprescindíveis para melhor compreensão do assunto, visto que os Direitos Intelectual, Autoral e Industrial são matérias distintas e possuem graduações diferenciadas para atender às necessidades de cada setor do mercado. Portanto, vários serão os institutos a seguir apresentados.

2.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO DIREITO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL

Como aspecto indispensável para o enriquecimento do presente estudo, deve ser realizada a análise sobre determinados períodos históricos marcantes para a origem da propriedade intelectual: a Grécia Antiga, o Império Romano, a Idade Média e o Pós-revolução Francesa. Será evidenciado, assim, o desenvolvimento do conceito de

propriedade a partir do processo de organização dos povos, o qual, baseado no modelo gentílico, evolui para outro de organização social fundado no território (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 2000).

Posto isso, depreende-se que as características da propriedade foram se aprimorando ao decorrer do tempo, ocorrendo, no contexto do império romano, como afirma Oliveira (2006), de maneira ampla, tendo o referido momento histórico definido como direito do proprietário a plenitude das atitudes sobre seus bens (*plena in re potestas*). Salienta-se, ainda, que, no Direito romano e na Grécia antiga, a memória dos direitos de propriedade industrial relacionados às marcas já era perceptível, visto que as pessoas passaram a perceber a essencialidade de distinguir os produtos confeccionados por meio de nomes, letras, símbolos e números.

Evolutivamente, na Idade Média, os primeiros registros de proteção passaram a ser concedidos pelos reis e senhores feudais através de requisitos subjetivos. Nesse mesmo sentido, Maristela Basso (2000, p. 19) em seu manuscrito “O Direito Internacional da Propriedade Intelectual”, nos ensina que:

Esse período é considerado a origem dos privilégios por um ato do monarca, como um favor ou liberalidade conferida pelo soberano ao súdito. A patente, nesta época é uma espécie de diploma oficial concedido pelo Príncipe, no qual ele reconhece o privilégio, o monopólio de exploração do invento a uma pessoa, por certo prazo. O privilégio mais antigo de que se tem notícia teria sido concedido em 1236, por uma autoridade municipal de Bordeaux, a certo cidadão que tecia e tingia tecidos de lã para ternos à moda flamenga, francesa e inglesa. O privilégio foi concedido e com exclusividade por quinze anos. Também foram concedido privilégios em outros lugares. Veneza reivindica o título de ter sido pioneira dos direitos autorais, tendo concedido uma patente importantíssima ligada à história da imprensa. Privilégios eram concedidos também na Inglaterra, em forma de literal patentes.

Sob a ótica de outro estudioso, Fábio Ulhoa Coelho (2011), entende-se que a história da Propriedade Industrial teve início em 1623, na Inglaterra, com o aparecimento do *Statute of Monopolies*, momento em que o instituto figurou como a égide dos valores jurídico e histórico dos privilégios. Isso porque, nessa época, foram originados os livros de matrículas nas corporações dos mercadores, os quais, uma vez que as marcas de fábrica eram registradas, tornavam proibida a utilização de sinais semelhantes.

Assim, de forma pioneira, a exclusividade no desenvolvimento de uma atividade econômica, a fim de prestigiar as inovações técnicas, utensílios e ferramentas de produção, deixou de basear-se unicamente em critérios de distribuição geográfica de mercados, privilégios nobiliárquicos e outras restrições próprias ao regime feudal (Fábio Ulhoa Coelho, 2011, p. 150). Como razão do exposto, o Estatuto dos Monopólios inglês havia restringido o poderio do rei, certificando o direito de registro de uma invenção (patente) à quem, de fato, cooperasse para a incorporação de novos inventos as indústrias (CABREIRA apud SOARES, 2016).

Outrossim, com a Revolução Francesa, os direitos de propriedade industrial passam a ser solidificados através dos direitos subjetivos dos criadores da obra. Dessa maneira, foi sob a aludida circunstância que ocorreu a aceitação dos direitos individuais, resultado de um conjunto de ideias liberais implementadas, as quais basearam a Revolução Francesa, que impeliu a adesão de normas relativas à registros e patentes em diversos países do mundo (CABREIRA apud SOARES, 2016).

Nessa acepção, inventores e artistas europeus, que atuaram por suas organizações, carregam uma inegável importância, haja vista que suas discussões e anseios por uma legislação que tutelasse as ideias defendidas culminaram na construção dos alicerces dos direitos de Propriedade Intelectual Europeu. Esses, por sua vez, estabeleceram-se, efetivamente, quando, em 1883, foi registrada a primeira convenção internacional sobre a temática, a Convenção da União de Paris, responsável pela implantação ideológica da proteção da propriedade Industrial; e, posteriormente, em 1886, a Convenção de Berna, que tinha o intuito de Proteger as Obras Literárias e Artísticas.

Sob o mesmo contexto, em 1967, foi criada pela ONU (Organização das Nações Unidas) a OMPI (a Organização Mundial da Propriedade Intelectual) (CONVENÇÃO..., 1967), que possui sua sede em Genebra, na Suíça, e tem como objetivo elaborar as normas gerais de Propriedade Industrial, promovendo-a em esfera internacional através da colaboração do Estados, isto é, dos 187 membros de

sua convenção. É buscado atingir o referido propósito pela integração das legislações nacionais neste domínio, ideando, ainda, o desenvolvimento econômico, social e cultural em frente aos países desenvolvidos e em desenvolvimento. Nesse sentido, afirma Di Blasi (apud UNIAS, 2016, p. 21) que “[...] além de centralizar os trabalhos que visam à disciplina operacional dos convênios, tratados e acordos celebrados internacionalmente nos campos da propriedade intelectual, a Organização tem a função de dar assistência aos países”.

Logo, se elaboradas ou abrigadas por um país que integre à OMPI, as invenções passam a ser tuteladas pela normatividade devida, sendo impedidos outros Estado membros de se apropriarem ou utilizarem da mesma criação. Caso ainda assim ocorra, sanções internacionais podem incidir a fim de minimizar o alargamento das perdas financeiras, bem como de impedir a deterioração atrativa da propriedade intelectual.

Demonstrados, assim, os aspectos introdutórios ao presente estudo, serão agora exauridos os métodos de proteção e seus respectivos conceitos, ilustrando sua operação e aplicação consonantes ao ordenamento jurídico brasileiro.

3 PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Tida como uma categoria da propriedade intelectual, a propriedade Industrial é responsável por proteger as criações derivadas da criatividade humanística voltadas à atividade empresarial, sendo, portanto, de natureza comercial. Nesse sentido, no que concerne ao entendimento do autor André Luiz Santa Cruz Ramos (2016, p. 173) menciona-se:

O direito de propriedade industrial compreende, no conjunto de regras e princípios que conferem tutela jurídica específica aos elementos imateriais do estabelecimento empresarial, como as marcas e desenhos industriais registrados e as invenções e modelos de utilidade patenteados.

Ademais, a Convenção de Paris de 1883 (art. 1, § 2º) define como:

[...] o conjunto de direitos que compreende as patentes de invenção, os modelos de utilidade, os desenhos ou modelos industriais, as marcas de fábrica ou de comércio, as marcas de serviço, o nome comercial e as indicações de proveniência ou denominações de origem, bem como a repressão da concorrência desleal (CONVENÇÃO..., 1967).

Vislumbra-se, portanto, que, nesse campo jurídico, as obras podem ser protegidas pela concessão do Registro e da Patente, ficando o primeiro encarregado pela proteção das marcas e do desenho industrial, enquanto a última é responsável pela tutela das invenções e do modelo de utilidade.

Nesse contexto, faz-se imprescindível conceituar como combinações criativas de objetos as invenções, as quais possuem como objetivo responderem pelo que as comunidades precisam. Ademais, como elucida o artigo 9º da Lei de Propriedade Intelectual, o modelo de utilidade tem como função aperfeiçoar as funcionalidades do objeto que se apresenta corrente no mercado:

Art. 9. É patenteável como modelo de utilidade o objeto de uso prático, ou parte deste, suscetível de aplicação industrial, que apresente nova forma ou disposição, envolvendo ato inventivo, que resulte em melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação (BRASIL, 1996).

Isto posto, infere-se que o âmbito elucidado pode ser definido como um conjunto de direitos viabilizadores de registros prévios legais, originando, assim, ao inventor, o direito de exploração industrial e comercial da sua obra, bem como tornando possível a repreensão de condutas infratoras fixadas pela Lei 9.279/96 e pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), órgão esse responsável pelo referido registro no Brasil.

Reflete-se, portanto, que a Constituição Federal vigente alude, em seu artigo 5º, inciso XXIX, sobre direito de propriedade industrial:

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 (BRASIL, 1988).

Dados, pois, os pontos essenciais tangentes à propriedade industrial, cabe, nesse momento, prosseguir para a identificação de seus institutos.

3.1 PATENTE

A fim de promover uma explanação de excelência acerca da temática em voga, faz-se necessário, primeiramente, conceituar o instituto. Esse, portanto, é definido como o local que abriga as averbações do registro do direito de propriedade de um invento. Noutras palavras, é um documento formal e diligenciado por um repartimento público, por meio do qual se obtém o título que torna exclusiva ao inventor a utilização de sua criação. Trata-se, pelas palavras de Jungmann (2010), de um “[...] título de propriedade temporária concedido pelo Estado àqueles que inventam novos produtos, processos ou fazem aperfeiçoamentos destinados à aplicação industrial”.

Nesse contexto, faz-se fundamental o conhecimento de que a patente é registrada com intuito de garantir o direito exclusivo de comercialização, por determinado período, ao dono do invento. Trata-se, portanto, de um privilégio conferido por uma retribuição pública, perante o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), ao seu criador, podendo esse ser pessoa física ou, até mesmo, pessoa jurídica.

Depreende-se, assim, que o direito de propriedade sobre a invenção, conferido pelo Estado através da patente, sendo essa a exclusividade temporária de exploração do invento, funciona como uma recompensa e um estímulo ao inventor por seu trabalho. Importante, ainda, a gnose acerca da existência do interesse do Estado envolvido pela contribuição à evolução tecnológica do país, proporcionada pelo direito de exclusividade temporária do inventor, que colabora, do mesmo modo, com a ascensão econômica e social do Estado (LABRUNIE; JABUR; SANTOS apud OLIVEIRA, 2017).

Entretanto, é de suma importância destacar que, caso o inventor não explore comercialmente o seu produto ou processo, pode ele ser obrigado a permitir que outros produtores utilizem de sua invenção para fins comerciais, como elucida o artigo 68 da Lei nº 9.279 (Lei de Propriedade Industrial). Dessa perspectiva, torna-se possível inferir que as criações que versarem melhorias das funções ou utilidade do produto, bem como as que apresentarem progresso no produto e no processo de criação, possam recair sob tal encargo.

Ademais, dado o artigo 18 da LPI, deve-se observar, ainda, os requisitos ao que não pode ser patenteável, visto que apenas pode ser acatado como invenção aquilo que não está impedido pelo referido dispositivo. É notório, como aduzido por Serpa (2013) que:

[...] tal artigo elenca como casos de impedimentos à patente tudo o que for contrário à moral aos bons costumes, à saúde pública; tudo o que for resultado ou resultante de transformação do núcleo atômico e o todo ou parte dos seres vivos, exceto os microorganismos. O inventor pode até atender aos outros requisitos, mas se a invenção se enquadrar em qualquer um dos casos citados acima, não será patenteável.

Dessa forma, para fins de patente, a LPI prevê duas premissas a serem observadas à criação: adequar-se ou como invenção ou como modelo de utilidade. A INPI conceitua invenção por uma “solução nova de um problema técnico específico” (PATENTE..., [20-], sendo patenteável, segundo o art. 8 da LPI, aquela que cumpre os seguintes requisitos: novidade, atividade inventiva e aplicação industrial.

Nesse segmento, Barbosa (2002, p. 1-2) define os quesitos supramencionados da forma seguinte:

- a. Novidade - que a tecnologia ainda não tenha sido tornada acessível ao público, de forma a que o técnico dela tendo conhecimento, pudesse reproduzi-la.
- b. Atividade Inventiva - que a inovação não decorra obviamente do estado da arte, ou seja, que o técnico não pudesse produzi-la simplesmente com o uso dos conhecimentos já acessíveis.
- c. Utilidade Industrial - que a tecnologia seja capaz de emprego, modificando diretamente a natureza, numa atividade econômica qualquer.

Já o modelo de utilidade, diante do art. 9 da LPI, trata-se de “[...] um objeto de uso prático, ou parte deste, suscetível de aplicação industrial, que apresente nova forma ou disposição, envolvendo ato inventivo, que resulte em melhoria funcional no seu ou em sua fabricação”. Para Lima (2001), o modelo de utilidade será, então, o produto resultante de uma modificação de forma, ou disposição, de objeto já existente, representando uma melhoria de caráter funcional no uso ou no processo de fabricação de algum produto. É, pois, nada além de um aperfeiçoamento na utilidade, requerendo-se, ainda, também a novidade, a industriabilidade e a atividade inventiva (LIMA; OLIVEIRA, 2001).

Todavia, notabiliza-se que o Instituto em pauta traz ao país a problemática da morosidade, visto que a análise de sua concessão consome tempo, projetando, dessa forma, chances de ocasionar depredação ao valor da atividade inventiva, bem como de torná-la ultrapassada, submetendo-a, assim, à reprodução inadequada de ideias e produtos. Isto posto, observa-se que, dentre os pressupostos supracitados, os que se referem à novidade e à aplicabilidade Industrial possuem dificuldades de serem cumpridos no mercado da moda, de modo que o discernimento acerca do que é, de fato, novo, torna-se uma tarefa árdua. Isso em razão das criações das obras seguirem a dinamicidade das tendências, e de as releituras e inspirações serem recorrentes nesses seguimentos.

Por esse ângulo, portanto, infere-se que o procedimento de solicitação de uma patente, diante ao INPI, é consideravelmente complexo, dado que dispõe de inúmeras fases e quesitos, os quais estão dispostos na Lei n 9.279/96 (Lei da Propriedade Industrial - LPI). A princípio, é basilar constituir o depósito do pedido, que deve conter: requerimento, relatório descritivo, reivindicações, desenhos, resumo e comprovante de pagamento de taxa.

Seguidamente, como elenca o art. 20 da referida Lei, será o depósito do pedido submetido a um exame formal preliminar, e, posteriormente, se devidamente instruído, protocolizado, considerada a data de depósito e da sua apresentação. Infere-se, assim, ser crucial a averiguação se não existem outros produtos e patentes

protegidos, vez que o pedido deve ser inédito. Por conseguinte, a solicitação de patente é retido em sigilo durante dezoito meses e, quando concluído o período, é publicado (BRASIL, 1996).

Posteriormente ao depósito do requerimento, em até 36 meses, é fundamental que seja feito o pedido de exame técnico da patente, sob pena de arquivamento. Passado o terceiro ano da data de depósito, o depositante e o titular devem arcar com o pagamento das anuidades, que se perpetua ao longo dos anos subsequentes, sendo passíveis de reajustes (BRASIL, 1996).

Finalmente, consumado o exame, a patente será concedida após seu deferimento e pagamento comprovado da retribuição. Poderão terceiros, contudo, dar início a um procedimento de nulidade em até seis meses, tendo a possibilidade de recorrer administrativamente, caso seja o pedido indeferido, em um prazo de até sessenta dias (BRASIL, 1996).

É crucial destacar, ainda, que a vigência da invenção será de 20 anos, e a do modelo de utilidade, 15 anos, contados a partir da data do depósito, não sendo admitidas prorrogações. Nada obstante, em virtude à complexidade desse pedido, existem situações especiais em que o INPI acabe por prolongar, de forma radical, o processo final de constituição da patente, sendo, nessa hipótese, atestado ao criador um prazo de vigência mínimo de 10 anos, para patente de invenção, e de 7 anos para patente de modelo de utilidade, a contar da data de concessão. Ressalvam-se, todavia, os casos de estar impedido o exame do mérito do pedido, seja por pendência judicial comprovada ou por motivo de força maior (BRASIL, 1996).

Em finais complementações acerca do instituto em questão, destaca-se que, conforme o artigo 5º da LPI, os direitos de propriedade industrial são considerados bens móveis. Dessa forma, conclui-se que pode a patente ser concedida a terceiros de forma parcial ou total, existindo também, a alternativa de licenciá-la, sendo necessário, em tal caso, a formação de um contrato de licença para outorgar junto ao INPI. Outrossim, enfatiza-se que a referida licença pode se dar de duas maneiras:

compulsória ou voluntária. Nessa primeira, o titular fica sujeito a licenciar a patente de maneira forçada caso pratique, de forma abusiva, os direitos decorrentes dela, ou em caso de exorbitância indevida de poder econômico. Já na voluntária, o titular oferece a autorização a um terceiro a fim de que esse consiga utilizar a marca nos limites do contrato acordado entre eles (BRASIL, 1996).

Por fim, salienta-se que a patente poderá ser extinta quando expirar seu prazo de vigência, seja pela renúncia de seu titular, pela caducidade, ou pela inobservância do art. 217. Noutras palavras, em hipóteses de pessoa domiciliada no exterior, que necessitará constituir um procurador domiciliado no país, ou pela falta de pagamento da retribuição anual nos prazos estipulados, poderá haver a exclusão da patente. Contudo, sua restauração faz-se possível através de requerimento do depositante ou titular e através do pagamento de retribuição específica (BRASIL, 1996).

3.2 MARCA

De início, acerca do instituto em pauta, elenca-se o conceito da marca por Fábio Ulhoa Coelho (2012, p. 202-203): "Sinais distintivos que identificam, direta ou indiretamente, produtos ou serviços. A identificação se realiza através da aposição do sinal no produto ou no resultado do serviço, etc."

No entendimento de Barbosa (2003, p. 803):

[...] marca é, por assim dizer, o sinal visualmente representado, que é configurado para o fim específico de distinguir a origem dos produtos e serviços. Símbolo voltado a um fim, sua existência fática depende da presença destes dois requisitos: capacidade de simbolizar e capacidade de indicar uma origem específica, sem confundir o destinatário do processo de comunicação em que se insere: o consumidor. Sua proteção jurídica depende de um fator a mais: a apropriabilidade, ou seja, a possibilidade de se tornar um símbolo exclusivo, ou legalmente unívoco, em face do objeto simbolizado.

Ainda sobre a marca, Cristiane Feltre (2005, p. 95) entende ser essa "[...] um mecanismo que fornece uma grande diferenciação entre os produtos existentes no

mercado. Essa diferenciação se dá pela qualidade do produto ofertado”. Depreende-se, dessa forma, que tal sistema é aprazível aos consumidores, vez que aponta a qualidade e a procedência da marca original. Nesse sentido, alude-se a respeito do art. 123, I da LPI, em razão de ser “[...] aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico semelhante ou afim, de origem diversa”.

Há, também, a disposição acerca da marca de certificação, visto que é aquela em que, através dos órgãos oficiais competentes, as associações governamentais ou credenciais se estabeleceram, retratando ao consumidor que o produto está apto com os dispositivos técnicos, citando como exemplo o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO), o *International Organization for Standardization (ISO) a Forest For All Forever*. Desta maneira, percebe-se ser “aquela usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada”, conforme o inciso II, do artigo 123, da referida Lei (BRASIL, 1996).

No que tange à marca coletiva, compreende-se que “[...] atesta a proveniência de determinado produto ou serviço” (WIKIPÉDIA, 2020), sendo utilizada para identificar produtos ou serviços provenientes de membros de determinada entidade, conforme se interpreta do texto do inciso III do artigo 123 da LPI (BRASIL, 1996). Dessa forma, as marcas coletivas apresentam as instituições às quais se filiam, aplicando-as sua credibilidade e preponderância.

A título de exemplo, citam-se as marcas presentes nos rótulos das garrafas de vinho das vinícolas que integram a Associação Brasileira dos Amigos do Vinho (SBAV), pelas quais se atesta que o respectivo produtor integra a uma entidade, implantando, assim, na garrafa, o aspecto de confiável.

A fim de se obter a propriedade, faz-se imprescindível a existência de registro mediante à INPI, através do qual se oferece, por conseguinte, ao titular da marca, seu direito particular de utilizá-la, por um período de dez anos a contar da data de

concessão, nos limites territoriais do país que a concedeu, em seu âmbito de atividade econômica, podendo ser prorrogado por contínuas épocas de dez anos (BRASIL, 1996). No que se concerne aos artefatos *fashion*, a durabilidade mencionada é considerada alta.

À vista disso, ao adentrar à esfera da indústria da moda, torna-se possível inferir que tal atividade possui natureza globalizada. Logo, como o instituto em voga se restringe ao território nacional, conforme já exposto, trata-se de um fator negativo para a sua devida aplicação. Ademais, é fato posto que o titular tenha o direito de licenciar o seu registro ou pedido, bem como de zelar pela reputação e integridade de sua marca.

Sob o aspecto, a doutrina indica cinco funções essenciais da marca, quais sejam, a distintiva, pois, segundo o professor José Roberto D’Affonseca Gusmão (1990), “[...] aplica-se como elemento que diferencia produtos ou serviços do mesmo gênero que provém da mesma empresa ou de empresa diversa”; as de indicação de origem; as de qualidade; econômica e publicitária; as quais podem ser cumpridas de forma secundária, na proporção do interesse de seu titular (COPETTI, 2010). A função de indicação de origem, acima citada, caracteriza-se pela possibilidade por ela gerada de não identificação do local no qual o produto foi fabricado, mas sim a identificação do responsável pela fabricação (COPETTI, 2010, p. 43).

Na visão do Desembargador Messod Azulay Neto, acerca da função econômica:

[...] para o consumidor a marca tem a função de orientá-lo na escolha de um produto ou serviço, ao passo que para o titular da marca, esta funciona como meio de captação de clientela, na medida em que atua como veículo de divulgação dos serviços ou produtos por ela distinguidos, além de conferir o direito de exclusividade de uso ao seu titular (BRASIL, 2016).

Já no que tange à função de qualidade, infere-se ser aquela que “[...] deve-se ao fato de os consumidores saberem e esperarem que o produto tenha uma determinada qualidade, estando ligada à confiança que a marca adquire no mercado” (COPETTI, 2010, p. 45), o que impõe ao criador o interesse em manter a qualidade do produto. Por fim, há a função publicitária: “quer-se antes referir o especial magnetismo que

algumas marcas, por si ou por força de técnicas publicitárias, exercem sobre o consumidor” (GONÇALVES, 2008 p. 193).

Resta-se evidente, pois, que as categorias de marcas registráveis são delineadas pelo regimento de cada país. A exemplo nacional, no território brasileiro, conforme à classificação adotada pelo INPI, as marcas podem se apresentar de quatro formas, quais sejam, nominativa, figurativa, mista e tridimensional, haja vista ter o legislador optado por excluir do âmbito de proteção as marcas sonoras, olfativas, tácteis e gustativas, que são aceitas em alguns países (MORO, 2009, p. 9).

Nesse sentido, observa-se, ainda, que a marca nominativa consiste naquela constituída por uma ou mais palavras, neologismos ou combinações de letras e números. Na figurativa, fazem parte os desenhos, imagens, figuras, símbolos, números ou letras fantasiosos, enquanto na mista, fala-se em uma combinação entre as formas nominativas e figurativas, ou mesmo apenas por elementos nominativos cuja grafia se manifeste sob forma fantasiosa ou estilizada. Finalmente, há a tridimensional, que abrange a forma do produto ou de sua embalagem, quando é possível diferenciar de outros produtos similares.

Em suma, faz-se necessário frisar a ideia de que o registro de uma marca pode ser solicitado por pessoas físicas e jurídicas de direito público ou privado (BRASIL, 1996). Ainda, segundo o art. 217 da Lei núm. 9.279/96, se o titular for domiciliado no exterior, deve esse nomear um procurador que resida no Brasil, objetivando que, assim, possa representá-lo. Sob essa ótica, compreende-se que sua exclusão pode ser consumada de diversas formas, tais como: pela expiração do prazo de vigência sem renovação sequencial, pela renúncia do titular dos direitos e pela caducidade dos direitos (BRASIL, 1996).

3.3 DESENHO INDUSTRIAL

Em um primeiro aspecto, deve-se afirmar que a obtenção do registro de desenho industrial confere aos titulares “[...] privilégio temporário, que lhes assegura o direito de usar, gozar, e dispor de sua obra, bem como o de explorá-la, comercial e industrialmente, de modo exclusivo” (CERQUEIRA, 2012, p. 197). Diante dos entendimentos de Flávia Serpa (2013), contudo, o desenho industrial é entendido como um elemento fútil, em razão de não engendrar quaisquer melhorias ou utilidade, por, conforme Serpa, preocupar-se apenas com a estética. Isso porque, ainda segundo a estudiosa, caso o instituto trouxer algum tipo de utilidade, não há o que se falar em desenho, mas sim em modelo de utilidade. Nesse sentido, cabe atenciosa observação do artigo 95 da LPI:

Art. 95. Considera-se desenho industrial a forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial.

Por esse ângulo, evidencia-se que a proteção conferida pelo desenho industrial incide sobre a configuração externa do objeto, acarretando um novo e original efeito visual. Logo, não abrange sua função prática, não sendo as obras de natureza puramente artística tidas como desenho industrial, visto que, em tais criações, o valor estético provém do trabalho e da habilidade do próprio autor, enquanto nos produtos industriais o valor artístico advém, consideráveis vezes, do próprio material utilizado (CERQUEIRA, 2012, p. 206-207).

Nesse contexto, é notável a existência de inúmeros produtos industriais que não se adequam como invenções, mas, que diante do artigo 97 da LPI, são considerados originais. Deve-se tal fato por suas características visuais diferirem quando comparadas as de outros artefatos, bem como por também serem considerados novos os artefatos quando não há assimilação ao estado da técnica, conforme o artigo 96 da LPI.

Cabe salientar que, para se enquadrar às hipóteses de tutela do instituto jurídico em voga, deve-se cumprir os quesitos da novidade, originalidade, distintividade, bem como deva ser o objeto passível de fabricação. Entretanto, quando da averiguação acerca da originalidade do objeto, essa é analisada diante da observância da forma do objeto, acordante com Cerqueira (2012, p. 216):

Se os elementos utilizados são vulgares, mas a composição do autor possui caráter original, o desenho ou modelo pode ser objeto de direito exclusivo, devendo-se apreciar não a originalidade de seus elementos isolados, mas a originalidade da composição, a combinação de seus elementos, o seu conjunto ou arranjo especial.

Aplica-se a mesma visão ao quesito novidade, pois segundo SILVEIRA (2007, p. 292):

A novidade de um desenho industrial pode consistir na composição do conjunto, mesmo que suas partes sejam conhecidas. Segundo Poillet, tais criações, quando não despertam nenhum sentimento estético, satisfazendo apenas o gosto da moda, somente podem ser protegidas pela lei de desenhos e modelos, caso contrário entram no domínio da propriedade artística.

Outrossim, a LPI assinalou o que não pode ser registrável como desenho industrial diante do respectivo artigo:

Art. 100. Não é registrável como desenho industrial:

I - o que for contrário à moral e aos bons costumes ou que ofenda a honra ou imagem de pessoas, ou atente contra liberdade de consciência, crença, culto religioso ou idéia e sentimentos dignos de respeito e veneração;

II - a forma necessária comum ou vulgar do objeto ou, ainda, aquela determinada essencialmente por considerações técnicas ou funcionais.

Desta feita, conclui-se que podem ser protegidos pelo desenho industrial os objetos ornamentais bidimensionais (altura e largura) ou tridimensionais (altura, largura e profundidade) de caráter estético que conferirem ao produto um 'design' original e novo. De forma flexível, no que tange ao último requisito, ainda que a forma do produto já seja conhecida, pode essa ser averiguada desde que esteja alinhada de uma maneira inovadora.

Devido às referidas proposições, nota-se que, ao inferir acerca das peças inventadas pelos estilistas, o mecanismo em pauta enquadra-se como um dos métodos mais

eficazes e compatíveis à proteção abordada. Nesse âmbito, são exemplos a tutela de croquis e outras inúmeras vestimentas, principalmente na esfera dos calçados, que, através da concessão do registro pela INPI, se originais, inovadoras e divergentes de objetos cabíveis à esfera industrial ou comercial, passam a ser protegidas de eventuais terceiros que possam tentar reproduzir a aparência de suas obras.

Ante ao exposto, a alusão a respeito dos artigos 108 e 120 da LPI faz-se necessária à compreensão do prazo de vigor da concessão do registro: 10 (dez) anos, contados da data do depósito, prorrogável por 3 (três) períodos sucessivos de 5 (cinco) anos cada. Isso caso, diante do território brasileiro, forem cumpridos os requisitos estabelecidos pela INPI, quais sejam: requerimento; desenhos ou fotografias; campo de aplicação do objeto; comprovante do pagamento da retribuição relativa ao depósito; e, sendo o caso, relatório descritivo e reivindicações. No tocante à condição do comprovante de pagamento, está o dono do registro, por um período de 5 (cinco) anos, sujeito ao pagamento de retribuição, a partir do segundo quinquênio da data do depósito (BRASIL, Lei 9.279/96).

Superados, assim, os pontos acerca da Propriedade Industrial, será, neste momento, apontado o instituto jurídico denominado Direito Autoral, estabelecendo-se como se dá sua utilização diante ao ordenamento jurídico vigente.

4 DIREITO AUTORAL

Preliminarmente, faz-se imprescindível contextualizar a temática com um breve relato histórico acerca do direito autoral. Em 1970, a rainha Ana, do Reino Unido, promulgou o primeiro dispositivo legal que ratificou os direitos autorais, sendo denominado de Copyright. Esse termo é utilizado em 30 obras escritas para evidenciar que determinada obra literária está sob a proteção do Direito de Autor (ARAÚJO, 1999).

Expandindo a outros países, a preocupação com os direitos morais do autor foi difundida, por exemplo, pela França, país robusto no que tange ao Fashion Law. Nesse contexto, o método francês, chamado de *droit d'auteur*, surgiu em 1793, e compreendeu que “[...] as obras intelectuais são exteriorizações da personalidade de seus autores, surgindo o legítimo interesse em se proteger tal vínculo” (MARQUES, 2006, p. 2556).

Constata-se, portanto, que a tutela das diversas categorias de criações da moda passou a ser amparada por dispositivos específicos da lei francesa de propriedade intelectual, garantindo ao ‘designer’ seus direitos autorais e os da marca, vedando, dessa forma, a reprodução da criação sem a autorização do titular da obra. Por essa lógica, alude-se a respeito do artigo L. 112-2 do Código de Propriedade Intelectual Francês, vez que “trata explicitamente sobre a moda, versando sobre tecidos, materiais, tipos de costura, bordados e sobre alguns acessórios como luvas e calçados” e sobre ainda complementa: "devido às exigências da moda, renovam frequentemente a forma de seus produtos" (SOUZA, [20-]).

Fazem-se destacáveis os pensamentos dos franceses, à medida que consideram que, através da proteção legal dessas criações, haveria a diminuição das cópias e a estimulação de novos projetos, o que favoreceria, assim, o aumento da inovação e criatividade no setor. O Brasil, por sua vez, sofreu grandiosa influência, em sua legislação, por algumas doutrinas, dentre as quais cita-se a francesa, que tornou quase quimérica a sua normatização, pois alimentava a ideia de que os conceitos mais abrangentes não poderiam ser matéria de propriedade (ARAÚJO, 1999). É notório, portanto, que o sistema francês integra como um dos pilares para a desenvoltura do ordenamento jurídico do Brasil perante à temática.

No cenário dos direitos autorais, define-se o Direito de Autor como “[...] o direito que o criador de uma obra intelectual tem de gozar dos produtos resultantes da reprodução, da execução ou da representação de suas criações” (O QUE..., [20-]). Em síntese, o ordenamento jurídico vigente no Brasil prevê, em seu artigo 7º da lei 9.610/98 o conceito de obras intelectuais, sendo aquelas que protegem as criações

de espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, atual ou futuro, como obras intelectuais protegidas.

Nesse sentido, analisando o artigo supracitado, nota-se que, em que pese não haja alusão direta às peças da moda, não há nele um rol taxativo. Logo, as obras que são de natureza artística, porém possuem potencial de utilidade, podem ser protegidas por este instituto jurídico, de modo que se torna possível o enquadramento dos 'designs' de moda em tais casos.

Sobre o estudo, Antônio Chaves (1995) conceitua:

Podemos defini-lo como conjuntos de prerrogativas que a lei reconhece a todo criador intelectual sobre suas produções literárias, artísticas ou científicas, de alguma originalidade: de ordem extra pecuniária, em princípio, sem limitação de tempo; e de ordem patrimonial, ao autor, durante toda sua vida, com o acréscimo, para os sucessores indicados na lei, do prazo por ela fixado.

Cabe ressaltar, outrossim, a excepcionalidade do Direito do Autor, vez que é oriundo do talento do Inventor, alcançando garantias morais e patrimoniais, configurando-o como o único direito perpétuo que une o titular à sua obra. Diante desse entendimento, evidencia-se que o autor terá direito de reconhecer a obra como sua, preservá-la da maneira que fora originalmente criada, ou até mesmo modificá-la antes ou depois de publicada. Ainda, o artigo 28 da Lei n.º 9.610/98 regulamenta esse direito exclusivo de utilizar, fruir e dispor da obra literária, artística ou científica.

Por esse raciocínio, fala-se acerca da natureza híbrida dos Direitos em questão, tendo em vista que tutelam direitos da personalidade e direitos patrimoniais. Nesse concerne, observa-se que os direitos da personalidade conservam o vínculo pessoal existente entre o criador e sua obra, enquanto os direitos patrimoniais possuem caráter pecuniário, dado que o autor retém o direito exclusivo à exploração econômica e industrial de sua obra, dependendo de sua autorização prévia e expressa pelo uso de quaisquer modalidades, o que assim entendem-se como os direitos conexos.

Portanto, as duas diferentes referidas áreas, incorporadas em um mesmo instituto de tutela, distinguem o direito autoral de outros métodos de proteção englobados pela Propriedade Industrial, em virtude de sua natureza ser de caráter pessoal e patrimonial, com enfoque anterior à publicação e posterior à exteriorização, conforme as afirmações de CHAVES (1995, p. 29):

A doutrina entende que possui caráter dualista e na sua divisão temos os direitos morais e direitos patrimoniais. Os direitos morais, consistem no direito ao reconhecimento à paternidade da obra, no direito inédito, no direito à integridade de sua criação, no de modificar a obra, de acabá-la, de opor-se a outrem que a modifique e etc. Pertencem exclusivamente ao autor, ou podem no máximo serem transferidos em parte para os herdeiros com a morte do titular.

Quanto aos direitos patrimoniais, eles se baseiam na prerrogativa exclusiva de retirar da sua produção todos os benefícios que ela possa proporcionar, principalmente pela publicação, reprodução, representação, execução, tradução, recitação, adaptação, arranjos, dramatização e etc. Já aqui, podem pertencer ao criador originário, senão transferidos, a terceiro, para pessoa física ou jurídica ou a quem tenha licenciado.

Nesse contexto, Barbosa, Souto Maior e Ramos (2010, p. 430 ss.), fixam sete quesitos imprescindíveis à proteção por meio do Direito do Autor:

[...] deve o autor da obra ser uma pessoa humana, o resultado final da criação deve ser passível de imputação ao autor, a obra deve necessariamente ser uma criação intelectual, a obra deve ser externalizada em algum meio, a criação não pode ser elencada nas proibições legais (art. 8º da Lei 9.610/98 – Lei de Direitos Autorais - LDA), deve haver novidade na criação (no sentido de não ser cópia de uma obra pré-existente) e a obra deve possuir contributo mínimo, que, para os doutrinadores, seria “o mínimo grau criativo necessário para que uma obra seja protegida por direito de autor” (BARBOSA, SOUTO MAIOR e RAMOS, 2010, p. 281).

Destarte, entende-se que o quesito originalidade é fundamental para receber a tutela por meio do instituto em pauta, não sendo imprescindível, contudo, que a produção seja nova. Logo, é possível de se usar de algo já concreto e dispor da identidade do inventor, reproduzindo, dessa forma, uma produção original. Para tanto, é essencial que se tenha considerável criatividade, tornando possível que, por seu conteúdo de ideias, distinga de outros produtos, criando, dessa maneira, uma obra sólida e qualificada para ser explorada. Outrossim, deve o elemento estético ser preponderante sobre o aspecto funcional obra, diferenciando-se, portanto, da patente e do desenho industrial (CASELLI, 1927).

Ainda nesse âmbito, depreende-se que nem o mérito, nem a qualidade, são enquadrados como requisitos, posto que qualquer tentativa de concessão de juízo de valor, com intuito de adjudicação de tutela, por meio do direito autoral, poderia acarretar um prejuízo de forma desproporcional ao titular. Todavia, não se deve negar que, como o produtor apenas precisa atentar-se ao fato de as características de sua obra estarem dispostas conforme a legislação, esse quesito é considerado um benefício do instituto. Dessa forma, é de suma importância dizer que a decisão sobre a qualidade da obra é invariavelmente impregnada de subjetividade, não podendo o legislador se basear em critérios tão abstratos para definir o objeto de proteção do instituto (BITTAR, 2015, p. 46).

Cabe salientar, ainda, que, no território brasileiro, para que seja possível a obtenção da proteção por esse campo legal, não se faz necessária a formalização do registro da obra, conforme se depreende dos dispositivos 18 e 19 da LDA, preconizando outra divergência entre os institutos Autoral e Industrial, visto que, diferentemente da primeira, a segunda exige o registro perante o INPI. No entanto, salienta-se que os artigos referidos que aludem a respeito da desnecessidade de registro, não abarcam a Fashion Law, em virtude dessa possui aplicabilidade no ramo industrial, e, para uma melhor forma de proteção dos direitos da criação, é imprescindível o registro como prova da titularidade, segundo o disposto na Lei nº 9.279.

Contudo, frisa-se que, caso seja de interesse do autor assegurar os seus direitos, o registro formal é efetivado consoante a natureza da invenção, podendo ser efetuado na Biblioteca Nacional, na Escola de Música, na Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, no Instituto Nacional do Cinema, ou no Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia. Nesse contexto, como alude o artigo 20 da LDA, será cobrada uma retribuição, cujo valor e processo de recolhimento serão estabelecidos por ato do titular do órgão da administração pública federal a que estiver vinculado o registro das obras intelectuais.

Acentua-se que o direito de autor, desde a vigência da Convenção de Berna, assinada por 175 países, não reconhece os limites territoriais, sendo exigido o tratamento nacional para todos os signatários. Dessa maneira, poderá o criador efetivar os seus direitos, independentemente de fronteiras estatais, sem que seja essencial um reconhecimento formal do registro pelos demais países que não aquele de origem da criação, de maneira diversa de como funciona a defesa perante a Propriedade Industrial.

Nesse sentido, cita-se, ainda, outro benefício trazido pelo direito autoral, qual seja o tempo de duração a proteção, vez que o artigo 41 da Lei autoral preconiza que os direitos patrimoniais do autor perduram por setenta anos contados de 1º de janeiro do ano subsequente ao de seu falecimento, obedecida a ordem sucessória da lei civil. Todavia, quanto ao início da contagem, apresentam-se algumas alterações, adequando-se às peculiaridades de cada obra específica (BRASIL, 1998). Nesse ínterim, denota-se que a legislatura é omissa quanto aos direitos morais, conquanto a Convenção de Berna dispõe que possuem a mesma dimensão dos direitos patrimoniais. Dessa forma, deve o mesmo entendimento do dispositivo supracitado ser aplicado diante destes.

Por fim, demonstra-se que transcorrido o tempo da defesa por esse instituto, as obras passam a pertencer ao domínio público (BRASIL, 1998), não havendo mais, desse modo, a necessidade de requerer a autorização ao criador. Noutras palavras, as obras passam a ser exploradas livremente, como pode ser observado, a título de exemplo, na situação fática das pinturas de Leonardo da Vinci.

5 O *FASHION LAW* E SEUS INSTITUTOS JURÍDICOS DE PROTEÇÃO NO ORDENAMENTO JURÍDICO

Diante do foi até aqui exposto, cabe salientar que um dos pontos jurídicos relacionados ao Fashion Law é a falta de amparo legal que as peças do ramo da moda enfrentam, destacando-se a ausência de norma específica.

Em virtude de tal carência normativa, a proteção dessas criações é efetivada, conforme disposto pelo ordenamento jurídico atual, através dos Direitos de Autor e da Propriedade Industrial, trazendo, assim, segurança jurídica às violações referentes a essa propriedade. Em face dessa ideia, cabe pontuar que são irrefutáveis os benefícios que os institutos supramencionados geram aos profissionais e às empresas.

No contexto brasileiro, observa-se que a Lei de Propriedade Industrial como a legislação fundamental à proteção dos direitos do criador, sendo por meio dela que a ausência de proteção específica se torna suprida.

Outro ponto digno de menção são as principais características da moda na atualidade, quais sejam, a agilidade e o dinamismo, haja vista as inúmeras tendências e coleções que se tem em períodos tão curtos de tempo. Diante desse cenário, percebe-se que, com tal dinamicidade, as empresas do ramo necessitam de respostas rápidas e seguras, sob pena de incorrer em grandiosos impactos financeiros.

Reforça-se que, conforme exposto no presente estudo, através dos institutos como o desenho industrial, marca, patente e direito autoral, que foram à oportunidade abordados, tornou-se possível a tutela específica das peças da indústria da moda, sendo viável, por conseguinte, resolver questões de alta magnitude, como a proliferação das cópias na indústria da moda.

À luz disso, destaca-se que, segundo Silveira, a ideia de ser cabível as criações convergirem entre duplos institutos de proteção intelectual é tida como plausível. Noutras palavras, o desenho industrial que adquire função distintiva e passa a exercer também o papel de marca tridimensional. Dessa forma, faz-se necessária a compreensão de que, na doutrina, há a possibilidade de tripla proteção, ou seja, via desenho industrial, marca e direito de autor:

Sobre a pauta, acrescenta-se que “Alguns objetos podem estar simultaneamente protegidos tanto sob o regime das criações artísticas quanto pelo do desenho industrial e, ainda, ser registrados como marcas tridimensionais”. Exemplo é a embalagem do “Perfume do Brasil Breu Branco”, da empresa Natura Cosméticos S/A, que, inclusive, ganhou prêmios no Brasil e no exterior, estando registrada perante o INPI como marca tridimensional e como desenho industrial (DOS SANTOS; JABUR, 2014, p. 225).

Logo, pôde-se concluir que no contexto do Direito da moda, há completa base legal necessária para que os autores da criação consigam proteger as particularidades de suas invenções e marcas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Destaca-se, a partir dos argumentos expostos, a premência de pontuar que o trabalho em questão abordou os métodos de proteção da propriedade intelectual, bem como os relacionou com as suas possíveis aplicações diante do cenário da indústria da moda. Há indícios de que seja cabível adequar cada um dos institutos referidos a ao menos uma funcionalidade.

Nesse ponto, sabe-se, de antemão, que a moda se apresenta como um tema amplo, recebendo influência sobre diversas áreas, a exemplo do direito, haja vista possuírem uma relação de anos, mas que apenas na atualidade começou a ser solidificada. Vê-

se, com isso, que o Fashion Law, engloba as questões forenses relacionadas ao referido contexto, de modo que resta evidente a falta de amparo jurídico, doutrinas e jurisprudências que amparem o universo da moda.

Pela conjunção de fatores supramencionados, evidencia-se que, no primeiro capítulo, foi retratada a temática do direito e a moda, sendo facilitada a percepção de que, desde o cenário da Revolução Industrial, constatou-se a moda presente na vida em sociedade, momento também em que as roupas ultrapassaram sua função utilitária de vestir e se aliaram ao crescimento exponencial do mercado, movimentando bilhões de dólares, haja vista a produção em massa da vestimenta. Não há dúvidas, pois, de que, a partir desse aspecto, foi discutido a complexidade do significado da moda e sua ligação com o direito, principiando o surgimento da nova área jurídica configurada como Fashion Law.

No segundo capítulo, restou demonstrada, diante dessa ideia, a atuação da propriedade intelectual e sua síntese de evolução histórica, retratando-se, através do âmbito normativo do Direito, é cabível à proteção das obras aos criadores, gerando a garantia de se obter, por determinado período, recompensa por sua invenção. O terceiro capítulo, por sua vez, elucida a operação da propriedade industrial pela exibição de seus institutos, provindo pela aplicabilidade da patente perante o mercado da moda, devendo serem preenchidos os quesitos novidade, aplicabilidade industrial e atividade inventiva, visto que é através deles que é concebido formalmente a carta patente. Em sequência, apontou-se a utilidade do instituto da marca a tal indústria, no tocante à identificação do produto ou serviço como um todo, desempenhando o papel de diferenciar, direta ou indiretamente, o produto ou serviço.

Nesse ínterim, por seguinte, analisou-se o desenho industrial, considerado um dos mais vantajosos institutos de tutela no que concerne à indústria da moda. Diante dos aspectos mencionados, inferiu-se que a proteção, através do método em voga, adapta-se à natureza estética desse universo, haja vista ser diferenciada a interpretação diante dos requisitos de originalidade e novidade. Deve-se atentar, contudo, à proteção jurídica ao registro de forma necessária ou comum dos objetos,

na medida em que pode revelar certa dificuldade em um cenário tão utilitário quanto o do mercado em questão.

No quarto capítulo, tratou-se do direito autoral, que é cabível no ramo se for considerada a relatividade do quesito da originalidade e da viabilidade de se tutelar itens de caráter utilitário que detenham qualidade artística. No último, concluiu-se não existir uma legislação específica para tratar de questões relativas ao Fashion Law. Todavia, como foi abordado neste presente estudo, esse Direito pode ser reconhecido por meio de análise e aplicação desses institutos jurídicos mencionados. Isto posto, resta evidente a dúvida relacionada ao enquadramento que as criações da moda possuem ao se posicionarem diante dos métodos referidos, sendo sempre necessário analisar os casos práticos, visto ser um tema que não possui respostas definitivas.

Ademais, é imprescindível a dimensão da grandeza que as marcas e empresas de luxo em tal categoria de comércio assumem, sendo imperiosa, como exemplo, atentar-se à jurisprudência sobre produtos copiados da marca Louis Vuitton, diante do REsp n. 466.761 – RJ (Dj de 4.8.2003). Porquanto, nesse unânime julgamento, depreendeu-se que as cópias falsificadas geram perda no lucro a ser conquistado consoante a comercialização do produto discernido pela marca registrada, o que enseja indenização por danos materiais decorrentes dos produtos falsificados, os quais popularizam e desvalorizam a reputação comercial do dono da marca. Nesse sentido, uma vez que o produto de luxo se encontra vulgarizado perante tal mercado, o sujeito que desejava a exclusividade ao comprar o produto com intuito de atestar o seu poder de compra, perde o entusiasmo e a motivação para adquiri-lo.

Conclui-se, por todo o exposto, que o tema carece de maiores e mais profundas discussões, a fim de se examinar mais detidamente a repercussão objetiva e factual dos efeitos desses métodos de proteção na sociedade contemporânea. Por fim, almeja-se que o estudo desenvolvido auxilie estimulando a curiosidade sobre o Direito da Moda, bem como que provoque os debates com objetivo de constituir soluções aplicáveis ao tema.

Dessa forma, conforme pôde-se inferir do presente estudo, faz-se essencial demonstrar as informações aqui contidas para a sociedade, almejando que, assim, pessoas e empresas possam se valer de seus direitos, possibilitando a segurança jurídica de suas criações e seu direito à livre expressão e desenvolvimento de ideias. É evidente, portanto, que o Fashion Law está em ascendência, no território brasileiro e no mundo e, gradativamente, terá uma demanda crescente por especialistas na área.

BIBLIOGRAFIA

ALVES, Jéssica Aparecida. **Ser ou não ser? Moda é se apropriar?**. 2014. Monografia (Especialização em Moda, Cultura e Arte) – Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora, 2014. Disponível em: <https://www.ufjf.br/posmoda/files/2014/11/Monografia_apropriação_Jessica-final.pdf>. Acesso em: 31 mai. 2021.

ARAÚJO, Edmir Netto de. **Proteção Judicial do Direito de Autor**. São Paulo: LTr, 1999.

BARBOSA, Cláudio Roberto. **Propriedade Intelectual: Introdução à Propriedade Intelectual como Informação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

BARBOSA, Denis Borges; SOUTO MAIOR, Rodrigo; RAMOS, Carolina Tinoco. **O Contributo Mínimo na Propriedade Intelectual: Atividade inventiva, Originalidade, Distinguilidade e Margem Mínima**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

BARBOSA, Denis Borges. **Uma Introdução à Propriedade Intelectual**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lúmen Júris, 2003.

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BASSO, Maristela. **O direito internacional da propriedade intelectual**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2000.

Benjamin, Walter. A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica. in: _____. **Magia e Técnica, Arte e Política**. Ensaios Sobre Literatura e História da Cultura. São Paulo, Brasiliense, 1994. (Obras escolhidas, v. 1).

BINDA, Rosana Júlia; FITTIPALDI, Paula Ferraço; SANTOS, André Filipe Pereira Reid dos. O problema da legitimidade social do Direito e da Justiça numa sociedade desigual: considerações sociológicas a partir da realidade brasileira. **Revista Direitos Fundamentais & Democracia**, Curitiba, v. 13, n. 3, p. 235-249, jan./jun. 2013. Disponível em: <<https://revistaeletronicardfd.unibrasil.com.br/index.php/rdfd/article/view/351/309>>. Acesso em: 30 mai. 2021.

BITTAR, Carlos Alberto. **Direito de Autor**. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2015.

BOBBIO, Norberto. MATTEUCCI, Nicola. PASQUINO, Gianfranco (Orgs.). **Dicionário de Política**. 5. ed. Brasília: Editora da UNB, 2000.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 5 out. 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 30 mai. 2021.

_____. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm>. Acesso em: 30 mai. 2021.

_____. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 466761**. Relatora: Ministra Nancy Andrighi. 4 ago. 2003. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/234524/recurso-especial-resp-466761-rj-2002-0104945-0>>. Acesso em: 31 mai. 2021.

_____. Tribunal Regional Federal da 2ª Região. 2º Turma Especializada. **Apelação nº 98.02.05185-3**. Relator: Desembargador Federal Messod Azulay Neto. 3 abr. 2016. Disponível em: <<https://trf-2.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/860647/apelacao-civel-ac-162072-980205185-3/inteiro-teor-100548970>>. Acesso em: 31 mai. 2021.

CAETANO, Bruno. Foco no comércio de roupas. **Conexão**, a. 8, n. 39, p. 5, nov./dez. 2013. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Not%C3%ADcias/Revisita%20Conexão/conexao_39.pdf>. Acesso em: 31 mai. 2021.

CASELLI, Piola. **Trattati del diritto de autore e del contrato di edizione**. Napoli: Eugenio Marghieri, 1927.

CERQUEIRA, João da Gama. **Tratado da Propriedade Industrial**: Da Propriedade Industrial e do Objeto dos Direitos. Atualizado por: Newton Silveira e Denis Borges Barbosa. 3. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2012, v. 1.

CERQUEIRA, João da Gama. **Tratado da Propriedade Industrial**: Dos privilégios de invenção, dos modelos de utilidade e dos desenhos e modelos industriais.

Atualizado por Newton Silveira e Denis Borges Barbosa. 3. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2012, v. 2, t. 1.

CHAVES, Antônio. **Criador da obra intelectual**. São Paulo: LTr, 1995.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial: Direito de Empresa**. 16. ed. São Paulo: Saraiva, 2012, v. 1.

_____. **Curso de direito comercial**. 15 ed. São Paulo: Saraiva, 2011, v. 1.

CONVENÇÃO de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial – 1967.
Universidade de São Paulos – USP: Biblioteca Virtual de Direitos Humanos, São Paulo. Disponível em: <<http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/WIPO-World-Intellectual-Property-Organization-Organizaçao-Mundial-de-Propriedade-Intelectual/convencao-de-paris-para-a-proteccao-da-propriedade-industrial.html>>. Acesso em: 26 mai. 2021.

COPETTI, Michele. **Afinidade entre marcas**: uma questão de Direito. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

COSTA, Bruna Emanuelle dos Santos Lavor. **A história da moda influenciando as tendências**. 2014. Monografia (Especialista em Gestão e Estética da Moda) – Escola de Comunicações e Arts da Universidade de São Paulo, 2014. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/moda/monografias/Bruna%20Emmanuele_t.02.pdf>. Acesso em: 9 mai. 2020.

DELGADO, Mauricio Godinho; ALVARENGA, Rúbia Zanotelli; GUIMARÃES, Tâmara Matias. Notas sobre a arquitetura principiologicas humanista e social na Constituição da República de 1988 e a concretização dos direitos fundamentais no constitucionalismo contemporâneo: uma abordagem sob o prisma dos direitos individuais e sociais trabalhistas. **Revista de Direitos e Garantias Fundamentais**, Vitória, v. 20, n. 2, p. 11-42, mai./ago. 2019. Disponível em: <<https://sisbib.emnuvens.com.br/direitosegarantias/article/view/1801/pdf>>. Acesso em: 30 mai. 2021.

DOS SANTOS, Manoel Joaquim Pereira; JABUR, Wilson Pinheiro. Interface entre propriedade industrial e direito de autor. In: _____. **Direito autoral**: Propriedade Intelectual. São Paulo: Saraiva, 2014. (Gvlaw).

FELTRE, Cristiane. **A diversidade de mecanismos de governança na multiplicação de sementes de milho híbrido e soja no Brasil**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia da Universidade de São Carlos, 2005. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/3759/DissCF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 31 mai. 2021.

FERREIRA, Natália Bonora Vidrih; OLIVEIRA, Paulo Sérgio de. Fundamentos da propriedade intelectual. **Âmbito Jurídico**: seu portal jurídico da internet, [s.l.], 1 out. 2012. Disponível em: <<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-105/fundamentos-da-propriedade-intelectual/>>. Acesso em: 31 mai. 2021.

GONÇALVES, Luís Couto. **Manual de Direito Industrial**. Coimbra: Almedina, 2008.

GUSMÃO, José Roberto D'Affonseca. **L'aquisition du droit sur la marque au Brésil**. Paris: LITEC, 1990. (Collection du CEIPI, v. 35).

LARANJA, Anselmo Laghi; PEDRA, Adriano Sant'Ana; FABRIZ, Daury Cesar. Diferenças e semelhanças na positivação de deveres fundamentais no constitucionalismo espanhol e brasileiro: diálogo entre Francisco Rubio Llorente e o Grupo de Pesquisa “Estado, Democracia e Direitos Fundamentais”. **Constituição, Economia e Desenvolvimento**: Revista da Academia Brasileira de Direito Constitucional, Curitiba, 2020, v. 11, n. 21, p. 263-297, ago./dez. 2019. Disponível em: <<http://br44.teste.website/~abdco790/index.php/revista/article/view/223/220>>. Acesso em: 31 mai. 2021.

LIMA, João Ademar de Andrade; OLIVEIRA, Natã Moraes de. A importância da proteção patentária e do ensino da propriedade intelectual nos cursos de tecnologia. In.: CONGRESSO BRASILEIRO DE ENSINO DE ENGENHARIA, 29., 2001, Porto Alegre, **Anais...** Porto Alegre: [s.n.], 2001. Disponível em: <<https://www.joaoademar.com.br/cobenge2001.pdf>>. Acesso em: 30 mai. 2021.

LINO, Larissa Pereira et al. Fashion Law: o Direito aplicado à moda. **Migalhas**, [s.l.], 11 set. 2019. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/depeso/310653/fashion-lawo-direito-aplicado-a-moda>>. Acesso em: 10 mai. 2021.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MARQUES, Ricardo Luiz Pereira. **Os direitos autorais e os chamados “resumos críticos” de obras**. [s.l.], [20-]. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/bh/ricardo_luiz_pereira_marques.pdf>. Acesso em: 30 mai. 2021.

MEDEIROS, Maria Clara de Miranda. As novas possibilidades jurídicas decorrentes da relação entre Propriedade Intelectual e Direito da Moda. **Jusbrasil**, [s.l.], 2015. Disponível em: <<https://mariaclaramiranda.jusbrasil.com.br/artigos/303302681/as-novas-possibilidades-juridicas-decorrentes-da-relacao-entre-propriedade-intelectual-e-direito-da-moda>>. Acesso em: 30 out. 2020.

MEZZAROBBA, Orides; MONTEIRO, Cláudia Servilha. **Manual da metodologia da pesquisa no direito**. São Paulo: Saraiva, 2014. *E-book*.

MORO, Maitê Cecília Fabbri. **Marcas tridimensionais**: sua proteção e os aparentes conflitos com a proteção outorgada por outros institutos da propriedade intelectual. São Paulo: Saraiva, 2009.

O QUE é direito autoral?. **Portal de Marcas e Patentes**, [s.l.], [20-]. Disponível em: <<http://portaldemarcasepatentes.com.br/o-que-e-direito-autoral/#:~:text=O%20Direito%20Autoral%20visa%20garantir,%2C%20projetos%20de%20arquitetura%2C%20gravuras%2C>>. Acesso em: 30 mai. 2021.

O QUE é Propriedade Intelectual?. **Confederação Nacional da Indústria**: Propriedade Intelectual para o Desenvolvimento Industrial, [s.l.], [20-]. Disponível em: <<http://www.portaldaindustria.com.br/cni/canais/propriedade-intelectual-cni/propriedade-intelectual/o-que-e/#anchor-intro>>. Acesso em: 30 mai. 2021.

OLIVEIRA, Cíntia Bell de; BRUCH, Kelly Lissandra. *Fashion Law* e Propriedade Intelectual: uma análise dos métodos de proteção de ativos oriundos da indústria da moda. **PIDCC**: Revista de Propriedade Intelectual – Direito contemporâneo e Constituição, Aracaju, a. 8, v. 12, n. 1, p. 1-29, fev. 2018. Disponível em: <<http://pidcc.com.br/artigos/022018/01022018.pdf>>. Acesso em: 30 mai. 2021.

OLIVEIRA, Cíntia Bell de. **Fashion Law e propriedade intelectual**: uma análise dos métodos de proteção de ativos oriundos da indústria da moda. 2017. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/293606729.pdf>>. Acesso em: 31 mai. 2021.

OLIVEIRA, Francisco Cardozo. **Hermenêutica e Tutela da posse e Propriedade**. Rio de Janeiro: Forense, 2006.

OSMAN, Bruna Homem de Souza. **Fashion Law**: desconstrução do direito da moda no Brasil. 2017. Dissertação (Mestrado em Direito Público e Econômico) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2017. Disponível em: <<http://tede.mackenzie.br/jspui/bitstream/tede/3408/5/Bruna%20Homem%20de%20Souza%20Osman.pdf>>. Acesso em: 31 mai. 2021.

PATENTE. **Unipampa**: Núcleo de Inovação Tecnológica, [s.l.], [20-]. Disponível em: <<https://sites.unipampa.edu.br/nit/pedido-de-patente/>>. Acesso em: 31 mai. 2021.

PIHEIRO, Victor Sales; BONNA, Alexandre Pereira. Sociedade da informação e direito à privacidade no Marco Civil da Internet: fundamentação filosófica do Estado de Direito em John Finnis. **Revista de Direitos e Garantias Fundamentais**, Vitória, v. 21, n. 3, p. 365-394, set./dez. 2020. Disponível em: <<https://sisbib.emnuvens.com.br/direitosegarantias/article/view/1555/574>>. Acesso em: 30 mai. 2021.

PROPRIEDADE intelectual e a moda: a ascensão do Fashion Law. **IRIS**: Instituto de Referência em Internet e Sociedade, [s.l.], 8 ago. 2016. Disponível em: <<https://irisbh.com.br/propriedade-intelectual-e-a-moda-a-ascensao-do-fashion-law/>>. Acesso em: 31 mai. 2021.

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

_____. _____. 7 ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Forense, 2017.

SERPA, Flávia de Araújo. Notas introdutórias sobre a propriedade industrial. **Jus.com.br**, [s.l.], mar. 2013. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/23908/notas-introdutorias-sobre-a-propriedade-industrial#:~:text=A%20doutrina%20diz%20que%20o,desenho%2C%20é%20modelo%20de%20utilidade>>. Acesso em: 30 mai. 2021.

_____. Propriedade industrial: conceitos básicos. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, a. 18, n. 3536, 7 mar. 2013. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/23908/notas-introdutorias-sobre-a-propriedade-industrial> . Acesso em: 27 mai. 2021.

SHERWOOD, Robert M. **Propriedade Intelectual e Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Editora da Antonio Carlos de Campos, 1992.

SILVA, Priscila Santos. **Uma Abordagem da Inovação Tecnológica com ênfase no Capital Intelectual**. 2006. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) – Universidade Federal de Santa Catarina, 2006. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/121822/Economia296212.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 31 mai. 2021.

SILVEIRA, Newton. **Propriedade Intelectual**: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial, abuso de patentes. 5. ed. Barueri: Manole, 2014.

SOARES, Viviane Ferreira Lima. **Fashion Law**: O Direito de Propriedade Intelectual Aplicado à Indústria da Moda. 2016. Monografia (Bacharelado em Direito) – Centro Universitário de Brasília, 2016. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/9211/1/21131762.pdf>>. Acesso em: 31 mai. 2021.

SOUZA, Guilherme Cássio Alves de. A proteção da propriedade intelectual na indústria da moda e a aplicação do instituto jurídico do *fashion law*. **Monografias Brasil Escola**, [s.l.], [20-]. Disponível em: <<https://monografias.brasilecola.uol.com.br/direito/a-protecao-propriedade-intelectual-na-industria-moda-aplicacao.htm>>. Acesso em: 31 mai. 2021.

UNIAS, Monique Maria Guimarães. **Fashion Law**: as criações de moda como objeto do direito de propriedade intelectual e o tratamento jurídico dado ao *trade dress*. 2016. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/25481/1/2016_tcc_mmgunias.pdf>. Acesso em: 31 mai. 2021.

WIKIPÉDIA. **Propriedade industrial**. [s.l.], 2020. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Propriedade_industrial>. Acesso em: 31 mai. 2021.