



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



ATA DE APRESENTAÇÃO DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO DE DIREITO

Aos vinte e três dias do mês de junho de dois mil e vinte e seis, às oito horas, realizou-se virtualmente através da plataforma Google Meet, ID da reunião: <https://meet.google.com/hvf-pjqm-ykz>, a sessão pública da Banca Examinadora de Defesa de TCC, para conclusão do Curso de Direito, intitulado “FASHION LAW: A TUTELA DAS CRIAÇÕES DA INDÚSTRIA DA MODA BRASILEIRA PELA PROPRIEDADE INTELECTUAL”, apresentada pelo(a) acadêmico(a) Gabriela Zandonade Tobias, para obtenção do título de Bacharel em Direito. A Banca Examinadora procedeu à arguição pública do(a) candidato(a), estando o(a) acadêmico(a):

(x) APROVADO(A) () APROVADO(A) COM RESSALVAS ()
REPROVADO(A)

Proclamado o resultado pelo presidente da Banca Examinadora, foram encerrados os trabalhos, dos quais, para constar, foi conferida e assinada a presente Ata pelos membros da Banca Examinadora e pelo(a) acadêmico(a).

Luciane Gregio Soares Linjardi
(Presidente)

Bruno Marini
(Membro)

Natália Pompeu
(Membro)

Gabriela Zandonade Tobias
(Acadêmico(a))

FACULDADE DE DIREITO

Av Costa e Silva, s/nº - Cidade Universitária

Fone: (67) 3345-7145 / 3345-7251

CEP 79070-900 - Campo Grande - MS

Referência: Processo nº 23104.016059/2026-02

SEI nº 6477470

***FASHION LAW: A TUTELA DAS CRIAÇÕES DA INDÚSTRIA
DA MODA BRASILEIRA PELA PROPRIEDADE
INTELECTUAL***

***FASHION LAW: AN ANALYSIS OF INTELLECTUAL PROPERTY
PROTECTION IN THE BRAZILIAN FASHION INDUSTRY***

Gabriela Zandonade TOBIAS¹

Prof^ª. Dr^ª. Luciane Gregio Soares LINJARDI²

RESUMO

O presente trabalho propõe uma análise crítica sobre o instituto da Propriedade Intelectual enquanto instrumento de proteção legal às criações oriundas da Indústria Brasileira da Moda, investigando as peculiaridades concernentes à adaptação do ordenamento jurídico pátrio às questões originárias do ramo denominado *Fashion Law*. O objetivo se traduz em averiguar se os ativos do mercado *fashion* encontram guarida na legislação pátria, especialmente sob a perspectiva da Lei de Propriedade Industrial e da Lei de Direitos Autorais, identificando os limites, as lacunas e as possibilidades de aprimoramento do sistema normativo vigente, tanto através da análise do ordenamento jurídico quanto da doutrina especializada. Para tanto, adotou-se o método dedutivo, com abordagem qualitativa e procedimentos de revisão bibliográfica e documental, a partir do estudo da legislação nacional, doutrina específica à matéria, teses e dissertações acadêmicas. Os resultados evidenciaram que o segmento modístico encontra guarida, em maior ou menor medida, em todos os instrumentos consolidados pela Propriedade Intelectual; contudo, questões como a desproporcionalidade dos prazos de proteção, a morosidade dos trâmites perante o INPI, e os custos de registro revelam inadequações estruturais do sistema às peculiaridades do setor. Concluiu-se que,

¹ Graduanda em Direito pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). E-mail para contato: gabi_tobias11@hotmail.com.

² Doutora em Direito pela Faculdade de Direito do Largo de São Francisco da Universidade de São Paulo (USP). Mestre em Estudos Fronteiriços pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul no Curso de Pós-Graduação stricto sensu (UFMS). Pós-graduada em Processo Civil pela Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL). Graduada em Direito pela Faculdade de Direito da Alta Paulista (FADAP). Professora da Faculdade de Direito da Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), atuando principalmente na área do Direito Civil, com especial dedicação aos Direitos das Famílias. E-mail para contato: lulinjard@hotmail.com.

embora os textos legislativos em vigor sejam formalmente aplicáveis, a edição de legislação específica voltada ao *Fashion Law* apresenta-se como caminho possível ao aprimoramento da tutela legal das criações da moda nacional.

Palavras-chave: *Fashion Law*; Propriedade Intelectual; Direitos do Autor; Indústria da Moda.

ABSTRACT

This paper proposes a critical analysis of Intellectual Property as a legal protection instrument for creations arising from the Brazilian Fashion Industry, investigating the particularities concerning the adaptation of the national legal system to the issues originating from the so-called Fashion Law. The objective is to ascertain whether the assets of the fashion market find shelter in Brazilian legislation, especially from the perspective of the Industrial Property Law and the Copyright Law, identifying the limits, gaps, and possibilities for improvement of the current regulatory framework, both through the analysis of the legal system and of specialized doctrine. To this end, the deductive method was adopted, with a qualitative approach such as bibliographic and documentary review procedures, based on the study of national legislation, subject-specific doctrine, and academic theses and dissertations. The results evidenced that the fashion sector finds protection, to a greater or lesser extent, in all instruments consolidated by Intellectual Property Law; however, issues such as the disproportionality of protection terms, the slowness of administrative proceedings before the National Institute of Industrial Property, and the costs of registration reveal structural inadequacies of the system in relation to the peculiarities of the sector. It was concluded that, although the legislative texts currently in force are formally applicable, the enactment of specific legislation aimed at Fashion Law presents itself as a possible path toward the improvement of the legal protection of national fashion creations.

Keywords: Fashion Law; Intellectual Property; Authors Rights; Fashion Industry.

INTRODUÇÃO

O presente artigo tem como propósito explorar o instituto da Propriedade Intelectual enquanto possível instrumento de proteção legal aos inventos provenientes da Indústria da Moda Brasileira, de modo a retratar as peculiaridades concernentes a adaptação do ordenamento pátrio às questões jurídicas originárias do denominado ramo do *Fashion Law*,

ou Direito da Moda, em tradução direta. Quanto à Propriedade Intelectual, esta é gênero inserido no ramo do Direito Civil, específico aos direitos intitulados reais. Subdividida entre os diplomas da Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996), dos Direitos Autorais (Lei n. 9.610/1998), do Software (Lei n. 9.609/98) e de Cultivares (Lei n. 9.456/97), cada qual com seu objeto de tutela, a Propriedade Intelectual versa sobre os bens incorpóreos ou imateriais, traduzindo-se nos engenhos do espírito humano; como invenções, obras literárias, artísticas, patentes, programas de computador, entre outras.

Ante a ausência de legislação que ampare especificamente as criações advindas da Indústria *Fashion* brasileira, tendo em vista que o Direito da Moda é um ramo em ascensão no país, a pesquisa se debruçará sobre a possibilidade da aplicação e adaptação dos supramencionados dispositivos, mais especificamente no tocante à Propriedade Industrial e os Direitos do Autor, às questões concernentes ao setor. Nesse toar, o trabalho se propõe a responder a seguinte questão: até que ponto o ordenamento jurídico brasileiro assegura amparo eficaz às criações da Indústria da Moda, diante da dinâmica acelerada do setor e da vulnerabilidade deste à reprodução ilícita?

Para tanto, a pesquisa finda analisar o ordenamento jurídico e a doutrina especializada, a fim de verificar se os ativos oriundos da Indústria da Moda brasileira encontram guarida na legislação pátria sob a perspectiva da Propriedade Intelectual, identificando os limites, lacunas e possibilidades de aprimoramento do sistema normativo vigente. De modo mais específico, buscar-se-á delinear um panorama da Indústria da Moda, bem como introduzir conceitos basilares do *Fashion Law*. Em seguida, rumar-se-á ao exame dos fundamentos jurídicos da proteção de obras intelectuais pela Lei de Direitos Autorais e pela Lei de Propriedade Industrial, investigando como estampas, modelagens, coleções e demais criações da moda podem se enquadrar nesses regimes. Não obstante, restará a identificação, caso existente, dos principais entraves práticos enfrentados por estilistas, marcas e *designers* na busca por proteção jurídica eficaz, avaliando a necessidade ou não de um regime jurídico específico para a moda no Brasil.

A escolha do tema justifica-se, primeiramente, pela posição estratégica que a indústria da moda ocupa na economia e na cultura contemporânea: no Brasil, o setor projetou o faturamento de R\$182 bilhões para o ano de 2025, apenas no que tange à produção de vestuário (Valor, 2025). Para além de sua dimensão econômica, a moda configura-se como fenômeno simbólico e cultural, dialogando com questões sociais, ambientais e identitárias de

interesse imediato ao Direito. Não obstante sua relevância ao desenvolvimento do país, o segmento enfrenta obstáculos significativos quanto à proteção jurídica de suas criações, sendo recorrentemente acometido pela pirataria, plágio e concorrência desleal, modalidades de contrafação que em muito afetam o contexto econômico nacional. Sob esse prisma, do ponto de vista normativo, o Direito da Moda é regido no Brasil de forma sistêmica, mediante a aplicação adaptada de diplomas legais de outras áreas jurídicas ao caso concreto. Nesse cenário, marcado pela escassez de produção doutrinária nacional específica ao tema, o presente trabalho se dispõe a contribuir para o fomento do debate acadêmico e para o amadurecimento do olhar jurídico sobre um segmento que, por seu expressivo impacto social, demanda legislação à altura de sua relevância.

No que concerne à metodologia adotada, emprega-se o método dedutivo como fio condutor, partindo dos conceitos gerais da Propriedade Intelectual em direção à análise específica do problema proposto, qual seja, a suficiência das leis do Direito do Autor e da Propriedade Industrial como forma de amparo legal às criações da moda. Quanto à abordagem, adota-se a qualitativa, tendo em vista que o estudo abrange a análise de conceitos e formulações teóricas desenvolvidas por diferentes doutrinadores, bem como a revisão da legislação nacional pertinente à matéria. No tocante aos objetivos, a pesquisa assume caráter exploratório e descritivo: exploratório, por tratar de temática atual e em constante evolução no cenário jurídico brasileiro; e descritivo, especialmente no que tange à exposição dos fundamentos legais e à análise das normas que compõem o sistema da Propriedade Intelectual. Por fim, quanto aos procedimentos, a pesquisa é orientada por meio de revisão bibliográfica e documental, abrangendo os diplomas legais, doutrina especializada, teses, dissertações e artigos científicos, dado o caráter recente e ainda incipiente da produção acadêmica nacional sobre o tema.

Por fim, o artigo está estruturado em três seções. Ao passo em que a primeira apresentará um panorama acerca da operação da Indústria *Fashion*, bem como sua relação para com o Direito; a segunda se encarregará de examinar os fundamentos da Propriedade Intelectual, assim como os mecanismos de proteção aplicáveis às criações de moda. Finalmente, ao terceiro item cabe a investigação da suficiência desses referidos instrumentos à luz da legislação brasileira.

1 A INDÚSTRIA DA MODA

A abstração do termo moda envolve múltiplas percepções, apresentando uma construção simbólica complexa que transcende a mera ornamentação corporal. Signo e reflexo das transformações que marcaram as sociedades ao longo da história humana, a moda é uma forma de comunicação não-verbal que se encarrega de transmitir o ideal de coletividade e as mais profundas ambições individuais.

Sue Jenkyn Jones, estilista e conferencista na *Saint Martins*, uma das mais prestigiadas escolas de artes à nível global, já lembrava que a moda traduz uma conceptualização que supera o âmbito do visual, manifestando o “espírito do tempo”, resultante das conversões que a humanidade vivencia ao longo de suas diferentes épocas e contextos históricos (2005).

Em que pese a vestimenta estivera presente na cronografia do sujeito homem desde os primórdios, somente no deslinde da Idade Média foi possível reconhecer a moda enquanto sistema, nas palavras do filósofo francês Gilles Lipovetsky:

A renovação das formas se torna um valor mundano, a fantasia exhibe seus artificios e seus exageros na alta sociedade, a inconstância em matérias de formas e ornamentações já não é exceção mas regra permanente: a moda nasceu (2009, p. 24).

Em suas constantes transmutações e extravagâncias, surgem leis suntuárias para controlar a adequação dos trajes, de modo a reservar determinadas cores, tecidos e estéticas aos grandes senhores e, concomitantemente, evitar que estes despendessem toda a riqueza da coroa com luxos. Nesse sentido,

A moda (...) aparece como um decreto estético que vem em resposta a um estado de alma, uma inspiração, uma vontade particular, ainda que com evidência esteja estritamente circunscrita aos mais altos dignitários da sociedade (Lipovetsky, 2009, p. 50).

Conjuntamente, a burguesia, casta até então em ascensão, tentando assemelhar-se à realeza, passou a imitá-la. Essa, não querendo se igualar aos mercantilistas, iniciou um processo cíclico de reinvenção de suas vestes (Braga, 2011), de modo a perfazer novos parâmetros inalcançáveis toda vez que estes fossem alcançados. Instituiu-se, naquele momento, o que hodiernamente é conhecido como a teoria do *trickle-down*, onde determinado estilo irrompe nos grupos sociais mais abastados e se dissemina, até que atinja as grandes massas.

No entanto, somente com a invenção da máquina de costura, na década de 1829, que a expansão da produção de roupas se fez possível. No apogeu da Revolução Industrial, as práticas e técnicas de trabalho tornaram-se mais rápidas e eficientes, reduzindo os custos de

produção e, conseqüentemente, aumentando o montante de itens manufaturados. Tais peças eram mais padronizadas e economicamente acessíveis, de tal forma que evidenciaram o primeiro vislumbre da democratização da moda. Nesse contexto, a indústria têxtil renasceu enquanto a maior potência de transição da época, tendo em vista que, com o declínio de padrões rígidos de costumes — decorrentes das mudanças sociais e políticas do período —, a moda passou a ser mais dinâmica e liberta (Nicodemo, 2019). A criação de roupas se encontrou livre das regras previamente estabelecidas pelas cortes. Paralelamente, a indumentária manual acabou por tornar-se mais escassa e personalizada, de forma a agregar valor elevado aos artigos únicos elaborados por mãos artesãs.

Retornando ao tempo vigente, ao passo em que a tecnologia e inovação avançam à nível industrial, bem como o acesso às novidades disponibilizadas pelo mercado revela-se mais viabilizado, o ato de consumir deixa de ser, gradativamente, um movimento racionalmente prático e volta-se ao campo de desejo subconsciente do indivíduo. As marcas assumem novas formas de convencimento, desviando o foco do consumidor do produto e seus possíveis benefícios para a venda de uma aparência, uma “exclusividade” que faça com que o usuário sinta que carrega muito além daquilo que a funcionalidade da mercadoria oferece (Lourenço, 2019). Sob esse aspecto, surge o *fast-fashion*, modelo de produção voltado à confecção em grandes volumes de baixo custo e curta vida útil, impulsionado por tendências passageiras que mercantilizam a ideia do pertencer e do distinguir, concomitantemente. Nesse toar, discorre Lourenço:

A efemeridade das tendências de moda é comprovada com o comportamento instantâneo de sempre adquirir novas peças e abandonar outras que em pouco tempo eram consideradas as mais pertinentes e, com toda influência visual, somada às técnicas publicitárias e industriais de criar produtos para o breve uso e descarte (obsolescência programada), essa rapidez característica da moda gera uma problemática social, afora aquelas com relação à sustentabilidade e condições naturais e trabalhistas (2019, p. 80).

A questão da moda, ainda que detentora de copiosos significados e frequente por todas as esferas da existência humana, não impulsiona o mesmo furor no âmbito intelectual. Ao discutir o efêmero nas sociedades modernas, Lipovetsky entende que a corporação pensante adotou sobre o assunto o credo de que a moda encontra “sua verdade última na existência das rivalidades de classes, nas lutas de concorrência por prestígio que opõem as diferentes camadas e parcelas do corpo social” (2009, p. 10), o que, em sua visão, seria uma forma preguiçosa de esvaziar seus desafios teóricos.

Pois bem, diante da constante expansão da indústria *fashion* como um dos principais motores da economia mundial, desenvolveu-se a necessidade de direcionar maiores atenções para as problemáticas advindas desse setor, especialmente no que tange ao ramo das questões jurídicas, provenientes dos mais variados segmentos da cadeia de produção, distribuição e pós-consumo.

1.1 O impacto do segmento no Brasil

A Indústria da Moda abarca uma grande pluralidade de atividades, cada qual desenvolvida em determinado segmento de uma vultosa cadeia, resultando em uma ampla gama de operações econômicas. No contexto brasileiro, tais atividades se articulam em uma rede complexa, considerando que o setor da moda opera de forma singular em relação às demais potências mundiais. Sua atuação abrange desde a extração e produção de matérias-primas (como o cultivo do algodão, a criação do bicho-da-seda, e a bovinocultura, destinada à obtenção do couro) até as etapas de criação e *design*, manufatura, distribuição e, por fim, o descarte dos resíduos têxteis. Além disso, múltiplas áreas correlatas à moda acompanham e contribuem para o desenvolvimento dos processos finais, como o *marketing*, o jornalismo e a fotografia, configurando um setor que permeia diversas esferas do mercado de trabalho.

Dados levantados pela Associação Brasileira da Indústria Têxtil e Confecção (ABIT) revelam que, no ano de 2024, somente a cadeia têxtil registrou “1,30 milhão de empregados formais (IEMI, 2024) e 8 milhões ao adicionarmos os indiretos e efeito renda, dos quais 60% são de mão de obra feminina” (ABIT, 2024). Com mais de dois séculos de atuação em território nacional, o setor têxtil desempenhou papel decisivo no desenvolvimento de outras manufaturas, sendo, por essa razão, reconhecido como um dos principais vetores da Revolução Industrial brasileira. Além disso, no ano de 2023, o retorno monetário da categoria contou com o montante de R\$203,9 bilhões, em contrapartida ao investimento de R\$4,6 bilhões (ABIT, 2024).

De fato, são necessárias altas aplicações de recursos e esforços, não somente na produção, mas também em novas tecnologias para que a Indústria da Moda se mantenha rentável. Com fundamento em tais premissas, em 2021 o Governo Federal, com apoio do Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional, instituiu a “Rota da Moda”, integrante do programa Rotas de Integração Nacional. A tal iniciativa foi delegada a

estruturação da cadeia produtiva da moda sustentável em mais de vinte e sete municípios localizados nos estados do Ceará, Minas Gerais, Rio Grande do Norte e Goiás, promovendo a “inovação, geração de valor e inclusão produtiva, contribuindo para o fortalecimento de comunidades e para o desenvolvimento regional” (Brasil, 2025).

Assim, tem-se que a moda mantém relevância presente e prospectiva na economia nacional, movimentando valores astronômicos e influenciando padrões de consumo e de transformação coletiva. Todavia, para além do impacto pecuniário, a moda influi simbólica e culturalmente no corpo social, atuando enquanto difusora não somente das aspirações particulares de auto expressão como também da dinâmica consumista e compulsiva do “ter para ser”, transformando o desejo em ferramenta propulsora do capitalismo e da lógica mercante do comprar como sinônimo de poder. Nesse sentido, trata-se de um fenômeno que ultrapassa o campo estético, dialogando com o subconsciente coletivo e suscitando reflexões de ordem comunitária, ambiental e trabalhista, na medida que suas complicações provocam diversos outros domínios que despertam interesse ao Direito.

1.2 *Fashion Law* e o ordenamento jurídico brasileiro

Tendo em vista a magnitude da indústria têxtil e de todo o processo de criação de indumentária no cenário nacional, revela-se, portanto, essencial conceptualizar o Direito da Moda enquanto ramo jurídico, acompanhando tal delimitação de uma análise paralela sobre o seu desenvolvimento histórico, de modo a verificar a forma pela qual o *Fashion Law* tomou estrutura perante os diplomas legais positivados.

Legislativamente, a relação entre os dois campos fez uma de suas primeiras aparições em 1952, com o advento de norma que passou a garantir a tutela das criações originadas de setores produtivos de caráter sazonal, abrangendo vestimentas e acessórios que, em virtude das dinâmicas próprias da moda, apresentam renovação constante em seus modelos e formas (Souza, 2019). Com o passar das décadas, o tema se converteu em objeto de estudos acadêmicos em programas de doutorado, destacando-se a tese defendida por Jeanne Belhumeur perante a Universidade de Genebra: “*Droit International de la mode*”.

A pesquisa desenvolvida por Belhumeur abordou a proteção jurídica das criações de moda a partir de uma ótica internacional, enfatizando o processo de globalização do setor e o incremento de práticas ilícitas, como a pirataria e a contrafação, intensificadas pelo avanço das tecnologias de reprodução. A autora evidenciou a diversidade e a falta de uniformidade

dos sistemas jurídicos nacionais, especialmente no que tangia aos ordenamentos francês e italiano, nos quais as criações de moda ora eram enquadradas como propriedade industrial, ora como objeto de tutela autoral, demonstrando a insuficiência e a desarticulação dos modelos até então perpetrados (Souza, 2019).

Belhumeur observou que o caráter territorial da propriedade intelectual impunham custos elevados aos criadores que desejavam proteger suas obras para além das fronteiras nacionais, o que contrasta com a natureza transnacional da Indústria da Moda e se agrava diante da multiplicidade de regimes jurídicos e dos distintos entendimentos sobre concorrência desleal. Nesse contexto, embora se identifique um movimento inicial voltado à construção de um “direito internacional das criações da moda”, sua consolidação encontrava entraves significativos. Assim, a autora concluiu que apenas a cooperação entre Estados e organismos internacionais permitiria estruturar um sistema harmonizado e efetivo de proteção das criações de moda em escala global (Souza, 2019).

No entanto, apesar de levantada a temática, é somente no prelúdio dos anos 2000 que Susan Scafidi, advogada norte-americana, institui a disciplina de *Fashion Law* na *Fordham University* (Nova Iorque). A área nasceu como uma tentativa de aproximar a comunidade jurídica à moda, sendo definida por Scafidi como:

um campo que abarca a substância legal do estilo, incluindo as questões que podem surgir ao longo da vida de uma roupa, a partir da ideia original do criador e continua todo o caminho até o armário do consumidor (2015, p. 19, *apud*, Souza, 2019, p. 11).

Com a repercussão das particularidades do segmento, urgiu-se uma maior compreensão acerca das especificidades do setor, de modo a possibilitar a formulação de mecanismos mais eficazes para a proteção das atividades nele desempenhadas, além de assegurar a tutela de direitos de maneira precisa e direcionada (Braga, 2019). Por conseguinte, em que pese o ponto de partida de Scafidi tenha sido a tutela das criações de moda pelo instituto da propriedade intelectual — uma vez que o caráter utilitário dos *designs* de vestuário não encontravam guarida nos regimes estadunidenses — logo a noção de *Fashion Law* foi progressivamente expandida, de modo a incluir outras esferas do âmbito judicial, como contratos sobre negócios, comércio internacional, questões relacionadas à sustentabilidade, bem como assuntos tributários.

No que concerne ao domínio pátrio, ante a complexidade da cadeia têxtil e de confecção e, apesar dos relevantes fatores que fazem crescer a referida especialização no Brasil, quais sejam, a alta demanda do mercado interno, a instalação de grifes de luxo em território nacional, assim como a profissionalização das diversas camadas do setor, a

disciplina jurídica do *Fashion Law* ainda é pouco explorada, tendo angariado seu espaço no campo jurídico apenas no ano de 2012, quando surgiu o Instituto Brasileiro de Negócios e Direito da Moda. Nesse ínterim, o judiciário fundamenta-se no ordenamento de forma sistêmica para buscar amparo às questões decorrentes da indústria, reunindo um arcabouço de disciplinas pertinentes ao âmbito que, somadas, constituem um microssistema que reclama normas específicas (Souza, 2019).

Em outros termos, trata-se de área multidisciplinar cuja incidência normativa se dá conforme as singularidades e especificidades de cada caso concreto. Em vista disso, por “emprestar” os diplomas legais das mais variadas esferas forenses, questiona-se em que medida essas normas oferecem tutela adequada às questões da indústria e se há espaço para aperfeiçoamentos legislativos. Destarte, o presente artigo se proporrá a tratar das perquirições relativas à proteção dos direitos intelectuais, traçando um diálogo entre a tutela das criações da mente humana e àquelas advindas do mercado *fashion*.

1.3 Criações da moda: arte ou produto funcional?

Para um melhor discernimento acerca da colocação das criações de moda dentro dos devidos institutos de proteção do intelecto, é imperioso levantar, em um primeiro momento, a indagação à respeito da natureza propriamente dita dos inventos advindos do segmento.

Na definição de Rech, criação (produto) de moda é todo aquele que concilia atributos de fundação, qualidade, vestibilidade, aparência e preço, pautando-se nas preferências e expectativas do nicho de mercado ao qual o artigo é direcionado. Todavia, o setor caracteriza-se pela constante renovação, marcada pelas mudanças de cada estação do ano. Seu ciclo de vida é, portanto, breve, ainda que a peça apresente alto grau de inovação e apelo estético (2003). Tem-se como exemplo de criações tecidos, estampas, desenhos, coleções de indumentária, joias, bolsas e sapatos. Atualmente, a Indústria da Moda concentra-se sobretudo nos desejos dos consumidores, os quais frequentemente extrapolam suas necessidades reais. O processo de desenvolvimento de uma peça envolve a análise sociocultural e econômica do contexto na qual será inserida, sendo que a concepção e a elaboração de um produto de moda podem estender-se por até vinte e quatro meses, iniciando-se na produção da fibra têxtil e culminando na chegada ao varejo (Rech, 2003).

Uma vez delineada a noção introdutória relativa ao que se entende por criação de moda, faz-se primordial a compreensão da interlocução entre arte e *design*, posto que as

criações da indústria *fashion* frequentemente transitarão entre essas duas esferas conceituais, no imaginário coletivo. Por muitas vezes a moda é assimilada ao universo das artes, ante a excentricidade e criatividade de alguns produtos que são apresentados ao mercado. Nesse toar, a Alta Costura constitui o segmento em que as expressões artísticas se revelam de maneira mais evidente, sendo ela o topo do mercado *fashion* e estando edificada sobre o prestígio de peças únicas e finalizadas à mão, que seguem padrões rigorosos de qualidade e técnica, sujeitando-se às exigências da *Chambre Syndicale de la Haute Couture*. Neste âmbito, a criatividade e o refinamento técnico conjugam-se para viabilizar a elaboração de composições que se aproximam de verdadeiras obras-primas (Jones, 2005).

Poderia, então, a moda ser considerada um tipo de engenho artístico? A definição de "arte" apresenta-se como um desafio conceitual recorrente na história da estética, dada a multiplicidade de sentidos atribuídos ao termo ao longo dos séculos. Etimologicamente derivada do latim *ars* — compreendida como habilidade ou técnica —, a noção de arte expandiu-se progressivamente para abarcar dimensões simbólicas, expressivas e institucionais. Historicamente, partiu-se da concepção clássica da arte como *mimesis*, isto é, como a imitação da natureza. Entretanto, com o Romantismo, avançou-se para sua compreensão enquanto expressão da interioridade do artista e de sua visão de mundo, e chegou-se, posteriormente, às correntes formalistas, que privilegiam a organização formal da obra como elemento essencial da experiência estética, independentemente de narrativas ou intenções do criador (Neves, 2023). Diante de tal pluralidade de entendimentos, autores mais recentes sustentam ser inviável estabelecer uma definição única, universal ou conclusiva de arte: as profundas transformações históricas, a variedade de linguagens — da pintura tradicional às performances e manifestações digitais — e os distintos sistemas culturais tornam o conceito inerentemente aberto e em constante reconstrução, cuja significação resulta do permanente diálogo entre obra, artista, instituições e sociedade (Neves, 2023).

Em paralelo, o *design* configura-se como um processo orientado ao planejamento e à criação de produtos ou serviços destinados a solucionar demandas de maneira criativa e funcional. Sua finalidade central consiste em atender às necessidades específicas dos usuários, incorporando considerações relativas à estética e à usabilidade, de modo a superar a mera dimensão visual e oferecer respostas práticas e inovadoras. Trata-se, então, de uma atividade estratégica que integra forma, função e significado, articulando-se às variáveis humanas, socioculturais e econômicas da conjuntura na qual as soluções serão implementadas. Assim,

seja compreendido como processo ou como resultado material, o *design* mobiliza elementos estéticos, funcionais e simbólicos. Nas palavras de Martins, a arte e o *design* coincidem ao mesmo tempo em que se contradizem: ambos “são capazes de estetizar objetos que sensibilizarão as pessoas, em quantidade muito limitada e de modo a ser cultuado, ou de forma que também seja cultuado, mas massificado” (2013, p. 14). A pesquisadora ainda exprime, em sua tese, que a metodologia da alta costura em muito se assemelha ao processo criativo da arte, ligado à exclusividade em seu valor máximo, enquanto a moda, de maneira difusa, poderia ser pensada em termos de *design*, ante a criação de produtos para a geração de lucro.

No entanto, Portilho (2015), em seu ensaio sobre as formas de proteção e modalidades de infração subjacentes à propriedade intelectual, abordou visões convergentes entre os pensadores Keymeulen e Thorstein Veblen, os quais defendiam que a necessidade de se vestir “é de natureza espiritual”, indo muito além da mera preocupação em cobrir o corpo, e portanto, de sua natureza funcional. Afinal, “se as pessoas fossem guiadas apenas pela utilidade, elas simplesmente usariam as roupas até que elas se desfizessem ou não mais servissem” (Keymeulen, 2012, p. 728, *apud*, Portilho, 2015, p. 38; tradução nossa). A partir das perspectivas supracitadas, fica evidente o caráter interseccional que a moda traça entre obra puramente estética ou funcional, sendo um terceiro espectro onde estas duas dimensões coexistem e se influenciam mutuamente.

Nesse sentido, existe uma corrente doutrinária e jurisprudencial que compreende a moda enquanto obra de arte aplicada, pela destinação utilitarista do atributo estético. São consideradas obras aplicadas todos os objetos de uso prático, como artesanato ou composições produzidas em escala industrial. No diploma legal anterior que tratava da matéria (Lei n. 5.988/1973) havia a proteção expressa à obras de arte aplicada, mas com o advento da Lei n. 9.610/1998 (Direitos Autorais) não foram especificadas o seu enquadramento, o que, segundo Netto, não implica na ausência de proteção, uma vez que o rol é exemplificativo, e não exaustivo (2015). Em sua vigência, as obras de arte aplicadas equiparam-se às obras intelectuais, no geral.

Tem-se, então, que os inventos do segmento *fashion* possuem potencial para serem amparados por diplomas distintos e, em alguns casos, até de forma cumulativa, devido à sua natureza ambígua. Para que se compreenda a necessidade de tutela aos deslindes da

criatividade humana, bem como o emprego dos supra referenciados títulos no campo da moda, faz-se imperioso entender a origem e finalidade de tal direito.

2 ESPÉCIES DE TUTELA JURÍDICA ÀS CRIAÇÕES DA MODA PELA PROPRIEDADE INTELECTUAL

Assim como o ato de se vestir e adornar, a capacidade criativa do homem é axiomática ao aparecimento da própria espécie, seja no campo estético ou ao gerir o aproveitamento de recursos naturais para aplicação técnica e satisfação das necessidades humanas. No entanto, a materialização da expressão do intelecto passou a ser vinculada ao criador de sua feitura apenas a partir do momento em que as obras começaram a ser amplamente propagadas.

Silveira registra que o advento do movimento Renascentista, ainda na Idade Média, trouxe à tona figuras de grande poder criativo, que evidenciaram ao mundo a magnífica capacidade do indivíduo de acrescentar àquele novas formas. Porém, foi no ressoar da Revolução Industrial que tais habilidades puderam ganhar amplitude, com a transição do modelo artesanal de produção para o sistema industrial mecanizado. À vista disso, compreendeu-se que a criação oriunda do inventor ou do autor não se limitava ao objeto material concretamente produzido, transcendendo-o enquanto forma passível de reprodução e, conseqüentemente, dotada de valor econômico (2018). Silveira progride:

Dali até a assinatura de duas grandes convenções internacionais, a de Paris de 1883 e a de Berna de 1886 – visando a primeira à proteção da propriedade industrial e a segunda, à das obras literárias e artísticas –, estava formada a consciência do mundo civilizado de que ao autor pertencia sua obra – entendida como determinada concepção ou forma que podia ser aplicada à matéria, mas que com esta não se confundia – e a ele competia o direito exclusivo de usá-la, de autorizar seu uso, de obter rendimentos com ela ou de transmitir esse direito a terceiros (2018, p. 11).

Entende-se que, por efeito, a ordem judicial tomou conhecimento de uma nova classe de direitos de propriedade: o de bens imateriais (2018).

Pois bem, os bens imateriais ou incorpóreos são abrangidos pelos denominados direitos reais (aqueles externos ao sujeito) que, por sua vez, partem do subsistema jurídico intitulado de Propriedade Intelectual (Silveira, 2018). No que diz respeito ao instituto, o qual tutela as criações da mente humana, esse não possui código privativo no ordenamento jurídico brasileiro, como será visto sucessivamente. Todavia, no ano de 1967, foi instituída em Estocolmo a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), a partir de Convenção

firmada. O referido instrumento legal trouxe em seu artigo 2º, inciso viii, o que se compreende por Propriedade Intelectual, dos quais são considerados direitos relativos:

- viii - As obras literárias, artísticas e científicas,
- As interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e as emissões de radiodifusão,
- As invenções em todos os domínios da actividade humana,
- As descobertas científicas,
- Aos desenhos e modelos industriais,
- Às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como as firmas comerciais e denominações comerciais,
- A protecção contra a concorrência desleal, e todos os outros direitos inerentes à actividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico (OMPI, 1967).

Já no âmbito pátrio, ainda que não haja idêntico dispositivo regindo a totalidade da PI, a Lei Maior do Estado Brasileiro tratou de assegurar, dentre os direitos e garantias fundamentais da coletividade, em seu art. 5º, inciso XXII, o direito à propriedade; bem como a prerrogativa (aos autores) de exclusiva utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar, no inciso XXVII. Há, ainda, no inciso XXVIII, alínea a), do mesmo item, a proteção “às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas” (CF, 1988). Como é possível observar, a expressão “Propriedade Intelectual” não aparece explicitamente no texto constitucional, o que, segundo algumas doutrinas, encontraria justificativa no fato de que nem todos os ativos abarcados pela redação são decorrentes do exercício criativo (Portilho, 2015). Em todo caso, a Carta é certa em garantir, por força do Estado, o direito do titular à sua criação.

Rememorando a dissonância entre arte e funcionalidade, Silveira afirma que, historicamente versando, se consolidaram como resultado da Revolução Francesa e da subsequente extinção das corporações de ofício (antigas associações de artesãos e trabalhadores de uma mesma profissão — como carpinteiros e ferreiros — que surgiram na Europa Medieval), as primeiras leis relativas à Propriedade Intelectual, nas quais duas espécies de criadores foram contemplados: o autor no campo das artes (compatível ao direito de autor) e o autor no campo da indústria (direito de inventor), distinguindo-se pelos efeitos provenientes de seus labores (2018).

Entretanto, com o avanço tecnológico e normativo, evidenciado pelo surgimento de outros métodos inventivos, como o *Software* (resultante da concepção de programas de computadores) e Cultivares (espécie de aplicação intelectual no campo agrícola), bem como pela aderência de nações ao tratado internacional denominado Acordo TRIPs (*Trade Related*

Aspects of Intellectual Property Rights), o campo da Propriedade Intelectual ganhou amplitude e complexidade, revelando a inadequação e a insuficiência das categorias originais. Nesse cenário, a proteção jurídica passou a abranger múltiplas formas de criação, incluindo as invenções industriais e os sinais distintivos, cujas titularidades se distribuem entre autores e agentes econômicos, indicando a necessidade de uma releitura das bases conceituais desse ramo do direito (Silveira, 2018).

No Brasil, o regime de Propriedade Intelectual apresenta-se estruturado de forma tripartite: 1) os Direitos Autorais, que englobam os Direitos de Autor e os Direitos Conexos, assim como a proteção aos Programas de Computador (*Software*); 2) os Direitos de Propriedade Industrial; e 3) a chamada Proteção "sui generis", que inclui a tutela de Cultivares, a Topografia de Circuitos Integrados e o Conhecimento Tradicional dos povos originários e/ou locais, cada qual regulado por lei específica. Diante de tamanha pluralidade de diplomas, para fins práticos, serão perpassados neste artigo, somente o respaldo pelo Direito do Autor e pelos Direitos de Propriedade Industrial, por serem estes os preceitos aplicáveis à Indústria da Moda.

Em linhas gerais, no que tange à diferenciação entre os dois institutos supramencionados, tem-se que todo trabalho intelectual é genericamente protegido pela Lei de Direitos Autorais, com exceção das criações que envolvam desenvolvimento técnico, as quais são somente tuteláveis pela Lei de Propriedade Industrial (Silveira, 2018). É imperioso ressaltar que essa última não tutela todas as invenções técnicas, mas tão somente as industriais, ou seja, as que consistem em um novo produto ou processo industrial. Assim sendo,

(...) o Direito de Autor, cuja existência decorre da própria criação, e os Direitos de Propriedade Industrial, concedidos pelo Estado, são duas espécies independentes de Direitos de Propriedade Intelectual, mas que podem se complementar. Portanto, dependendo do tipo de criação, a proteção pode ser feita de forma isolada - como patente de invenção ou de modelo de utilidade, como desenho industrial, marca tridimensional, etc. ou cumulativamente por dois ou mais tipos de proteção (Portilho, 2015, p. 60).

Nesse sentido, importa destacar que, embora o ordenamento jurídico brasileiro não contemple um regime específico de proteção destinado às criações da Indústria da Moda, tais produções podem vir a encontrar amparo tanto nos Direitos Autorais quanto na Lei de Propriedade Industrial, conforme será examinado ao longo do próximo item.

3 ANÁLISE JURÍDICA DA APLICABILIDADE E EFICÁCIA DA PROPRIEDADE INTELECTUAL À INDÚSTRIA DA MODA

Em conformidade com o exposto anteriormente, os objetos advindos da Indústria da Moda se relacionam, por muitas vezes, à construções sociais simbólicas e fatores intangíveis, como estética e identidade. Isto posto, qual seria o sentido em tutelar singularmente seus ativos, no mundo material? Um sistema que se baseia intensamente em valores incorpóreos, sem a devida tutela, fica facilmente suscetível à apropriação por terceiros.

Diferentemente de outros segmentos industriais — nos quais o valor reside majoritariamente na funcionalidade —, na moda, a originalidade, a criatividade e a construção de significado são elementos centrais de intensas operações comerciais, o que torna esses componentes atrativos à apropriação indevida (Portilho, 2015). Contrafação, pirataria e plágio são alguns dos transtornos que podem acometer o âmbito, colocando em risco marcas em todo o globo. As reproduções indébitas não apenas se apropriam de potenciais consumidores dos criadores originais como também enfraquecem o valor de mercado do produto genuíno, o que, segundo Jones, acarretaria na redução sobre o controle de distribuição das peças e, conseqüentemente, na atenuação do retorno financeiro investido sobre as invenções pioneiras (2005).

Publicado no ano de 2006 pela revista *Virginia Law Review*, e elaborado pelos Doutores Raustiala e Sprigman, o célebre artigo “*The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design*” (“O Paradoxo da Pirataria: Inovação e Propriedade Intelectual no *Design* de Moda”, tradução nossa), evocou enfoque antagônico à proteção das criações da Indústria da Moda pela Propriedade Intelectual. A causa de querela seria que esse é um segmento que prospera, paradoxalmente, mediante cópias. Sendo essa ação estimuladora de novas invenções, a competição do mercado seria por ela beneficiada e, assim, não haveria necessidade de conferir amparo especial aos artigos de moda, tendo em vista que o ramo continuaria se desenvolvendo em velocidade e variedade significativas (Raustiala; Sprigman; 2006).

Em contraponto ao relacionado dossiê, os PhD’s Scott Hemphill e Jennie Gersen veicularam o “*The Law, Culture, and Economics of Fashion*” (ou “A Lei, Cultura e Economia da Moda”, tradução nossa), que por sua vez foi editorado em 2009 pela *Stanford Law Review*. Em sua obra, Hemphill e Gersen questionam a ausência de observação dos fenômenos da “cópia fiel” e das “tendências compartilhadas” por aqueles que se opõem ao regime de

proteção pela Propriedade Intelectual. Ambos defendem que a diferenciação entre os dois fatores é crucial, por entender que a Propriedade Intelectual deveria ser empregada enquanto dispositivo de prevenção à “cópia fiel”, sendo essa caracterizada enquanto uma imitação quase que idêntica ao *design* original, e não apenas uma interpretação pessoal de tendência efêmera (Gersen; Hemphill, 2009).

Em concordância com Souza, tais reproduções, comuns ao setor, tornam essa esfera comercial particularmente suscetível à desvalorização de seus produtos quando comparado a outros segmentos econômicos, uma vez que os negócios da moda estão expostos aos efeitos negativos decorrentes de incoerências entre sua identidade corporativa e suas práticas, estando sujeitas à eventual rejeição por parte de um público consumidor caso julguem determinada conduta incongruente. Para além disso, a retransmissão indevida de artigos ou a diluição da identidade visual pode comprometer a percepção de exclusividade e prestígio de uma marca, afetando diretamente seu posicionamento e reputação no mercado. Assim, a proteção jurídica contribui para preservar não apenas o produto em si, mas todo o capital simbólico construído em torno dele (Souza, 2020).

Já no que diz respeito aos interesses do criador, uma das grandes razões para se zelar por essas criações seria “a possibilidade de recuperar os investimentos — não apenas financeiros, mas de tempo, estudo e trabalho - com a criação de algo que pode ser simplesmente colocado no mercado, sem qualquer tipo de registro ou proteção (...)” (Portilho, 2015, p. 55). Todavia, ante a ausência de legislação específica voltada ao Direito da Moda no ordenamento jurídico pátrio, a tutela das produções da indústria *fashion* depende da aplicação adaptada dos institutos já consolidados no âmbito da Propriedade Intelectual, conforme outrora aludido.

Nesse contexto, o presente item se propõe a analisar, através da literatura e legislações específicas à temática, a aplicabilidade e a eficácia dos instrumentos jurídicos disponíveis — em especial aqueles inseridos nos diplomas da Propriedade Industrial, consubstanciado na Lei n. 9.279, e dos Direitos Autorais, introduzidos na conjuntura da Lei n. 9.610 — às particularidades das criações da Moda. Para tanto, serão examinados quatro dos instrumentos previstos nas referidas normas: o dos direitos autorais, a patente, o desenho industrial e a marca, investigando-se, em cada qual, suas potencialidades protetivas e as limitações que se impõem diante da dinâmica singular do setor *fashion*. Ademais, conjecturando que a alta-costura se assemelha mais ao processo criativo da arte e que,

tecnicamente, ela não encontra subsistência na indústria brasileira, é oportuno destacar que neste artigo será analisada, predominantemente, a moda “pronta para vestir”, compreendendo-a enquanto aquela que está à “fácil” disposição e acesso do consumidor.

3.1 Direito Autoral

Com o propósito de evidenciar as razões e as formas pelas quais o Direito Autoral vem sendo aplicado às criações da Indústria da Moda, faz-se necessário examinar determinados aspectos de sua natureza conceitual e normativa. O Direito de Autor representa um ramo autônomo no sistema ordenamental brasileiro, sendo disciplinado pela Lei n. 9.610/1998, que abrange, também, os direitos que lhe são conexos. Enquanto os primeiros protegem as obras literárias, artísticas e científicas, os segundos são conferidos aos artistas intérpretes ou executantes, aos produtores fonográficos e às empresas de radiodifusão, ou seja, amparam os profissionais e as organizações que dão vida a uma obra intelectual.

Como anteriormente investigado, o objeto de proteção do direito de autor é a obra intelectual. Entretanto, Netto (2025) articula que essa não deve ser confundida com apenas a “ideia” (ou em outras palavras, a idealização que deu origem ao feito), mas sim, reverberada em sua concepção, forma de expressão ou a efetiva materialização do pensamento enquanto gesto. Tal orientação foi consolidada no regimento positivo brasileiro com o advento da LDA, no qual ficou disposto expressamente a exclusão de ideias enquanto propósito de tutela:

Art. 8º Não são objeto de proteção como direitos autorais de que trata esta Lei:

I - as idéias, procedimentos normativos, sistemas, métodos, projetos ou conceitos matemáticos como tais;

(...)

VII - o aproveitamento industrial ou comercial das idéias contidas nas obras (Brasil, 1988).

Em oposição, o mesmo dispositivo traz, em seu art. 7º, a ampla aceção aos bens a serem resguardados:

Art. 7º São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como:

I - os textos de obras literárias, artísticas ou científicas;

II - as conferências, alocações, sermões e outras obras da mesma natureza;

III - as obras dramáticas e dramático-musicais;

IV - as obras coreográficas e pantomímicas, cuja execução cênica se fixe por escrito ou por outra qualquer forma;

V - as composições musicais, tenham ou não letra;

VI - as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas;

VII - as obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia;

VIII - as obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia e arte cinética;

IX - as ilustrações, cartas geográficas e outras obras da mesma natureza;

X - os projetos, esboços e obras plásticas concernentes à geografia, engenharia, topografia, arquitetura, paisagismo, cenografia e ciência;

XI - as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova;

XII - os programas de computador;

XIII - as coletâneas ou compilações, antologias, enciclopédias, dicionários, bases de dados e outras obras, que, por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam uma criação intelectual (Brasil, 1988).

Ao transitar pelo plano internacional, no tocante à temática, a Convenção de Berna de 1886 — da qual o Brasil é signatário desde 1922, tendo aprovado o texto revisto em Paris por meio do Decreto n. 75.699/1975 — constitui o mais antigo instrumento de tutela ao autor, prevendo, em seu art. 2º, a proteção de todas as produções do domínio literário, científico e artístico, qualquer que seja o modo ou a forma de expressão. Nesse sentido, de acordo com as palavras de Portilho, sendo consideradas as criações da Moda uma forma de exteriorizar o artístico, não haveriam empecilhos para que o regimento as amparasse (Portilho, 2015). Em que pese a existência do direcionamento utilitário de suas peças, desde que essas apresentem originalidade em sua forma de manifestação, de modo que o resultado estético possa vir a ser notoriamente desassociado do caráter útil, não há impedimentos para que os artefatos *fashion* sejam tutelados pelo direito do autor (Egea, 2019).

Também no contexto do domínio exterior, Portilho enfatiza, paralelamente, o despontar do Acordo TRIPS. Tendo sido incorporado ao ordenamento pátrio pelo Decreto n. 1.355/1994, o referido pacto tornou a Convenção de Berna obrigatória para todos os membros da Organização Mundial do Comércio (OMC), além de estabelecer o prazo mínimo de 50 anos de proteção para os direitos autorais, admitindo-se prazos superiores (mas nunca inferiores) pelos países aderentes (Portilho, 2015).

Sendo o objeto do Direito Autoral o fruto da atividade criativa, especialmente quando essa movimentação resulta em uma obra de caráter intelectual dotada de originalidade — condição que, embora não expressamente mencionado pela LDA nem pela Convenção de Berna como premissa explícita de proteção, é amplamente reconhecido pela doutrina como “o requisito nuclear da tutela legal” (Santos, 2014, p. 126, *apud*, Portilho, 2015, p. 96) —. as ideias, por serem concepções puramente abstratas, não são passíveis de proteção. Apenas quando materializadas em uma constituição autêntica é que o amparo jurídico se torna possível, em conformidade com os termos anteriormente vistos do art. 8º, inciso I, da LDA (Netto, 2025). Para além disso, é válido pontuar que, conforme o recordado por Netto, a “originalidade” deve ser aplicada sobre a exteriorização da ideia, e não sob a ideia em si (2025).

Partindo desse fundamento, Netto classifica as obras intelectuais enquanto absoluta ou relativamente originais. Quando uma composição surge a partir de outra criação intelectual, tem-se o que é designado como obra derivada (2025). No que tange às obras derivadas — definidas pelo art. 5º, inciso VIII, alínea 'g' da LDA como aquelas que nascem da transformação de uma obra originária, resultando em uma criação intelectual nova (Brasil, 1998)—, Portilho observa que seu conceito está intimamente relacionado ao de transformação criativa, mas ainda dotada de individualidade própria.

Para que a obra derivada seja regularmente protegida, exige-se autorização prévia e expressa do autor da obra originária, nos termos do art. 29, inciso III, da LDA, mantendo-se íntegros os direitos do criador primígeno:

Art. 29. Depende de autorização prévia e expressa do autor a utilização da obra, por quaisquer modalidades, tais como:

I - a reprodução parcial ou integral;

II - a edição;

VI - a distribuição, quando não intrínseca ao contrato firmado pelo autor com terceiros para uso ou exploração da obra (Brasil, 1998).

Uma vez autorizada, a obra derivada goza de proteção autônoma equivalente à da obra originária, conforme prevê o item 3 do art. 2º, da Convenção de Berna (Brasil, 1975). Além disso, a obra secundária deve deter originalidade suficiente para ser respaldada enquanto uma nova manufatura, e não apenas uma reprodução, segundo os ensinamentos de Portilho (2015). Em seu art. 7º, inciso XI, a LDA traz enquanto obras enquadradas nas provenientes de uma outra “as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova (Brasil, 1998).

Por esse aspecto, faz-se inescusável introduzir o conceito de releitura. Sendo ela concebida enquanto uma interpretação de determinada obra (podendo existir leituras diversas sobre o mesmo objeto), no universo da moda, o termo é amplamente utilizado para designar a transformação de obras de arte em roupas e acessórios, como no ilustre caso do vestido confeccionado por Yves Saint Laurent na década de 1960, a partir do quadro do pintor Piet Mondrian. Nessa ocasião, Portilho aduz que a veste pode ser juridicamente compreendida como obra derivada, desde que a conversão seja suficientemente criativa para ser percebida como uma nova obra autônoma (Portilho, 2015). Sob essa ótica, é observável enquanto prática comum na área o que se entende por “cópias toleráveis”, reconhecidas enquanto elementos constitutivos do próprio movimento da Indústria da Moda.

Portilho reconhece que, para que algo se torne “moda”, é necessário que determinada característica seja amplamente seguida dentro do mercado (2015). Portanto, mediante as

renovações sazonais das “*trends*”, torna-se dificultoso determinar exatamente onde um estilo irrompe, uma vez que “as novas modas surgem de versões aperfeiçoadas das modas precedentes” (Jones, 2005, p. 74). Devido a esse fenômeno, as tendências — que por sua vez englobam cores, tecidos, silhuetas ou padrões estéticos específicos — são consideradas uma variedade das cópias toleráveis, tendo em vista que não podem ser objeto de apropriação exclusiva por nenhum agente do segmento (Portilho, 2015). Para além das tendências, Portilho relaciona que consideram-se cópias aceitáveis as inspirações, as homenagens e/ou tributos, e a releitura, cada qual com estruturas próprias de grau de influência (2015).

Sob esse prisma, Egea traz a originalidade como “aquela que faz com que uma obra se distingua de outras por conteúdo de feitos, de ideias ou de sentimentos” (Egea, 2019, p.137). Já Portilho traça um estudo de que, na LDA, a aceção do termo “originalidade” não é empregado explicitamente:

Art. 9º À cópia de obra de arte plástica feita pelo próprio autor é assegurada a mesma proteção de que goza o *original*.

Art. 10. A proteção à obra intelectual abrange o seu título, se *original* e inconfundível com o de obra do mesmo gênero, divulgada anteriormente por outro autor (Brasil, 1998, grifos nossos).

Mediante essa conjuntura, Santos compreende a referida expressão como equivalente à criatividade, entendida como manifestação de criação intelectual individual ou mesmo como expressão da autoria. Nessa perspectiva, considera-se a obra como resultado de uma origem intelectual própria, independentemente do grau de criatividade nela empregado (Santos, 2014, *apud*, Portilho, 2015).

Conquanto, o criador da obra intelectual (seja ela originária ou derivada) torna-se titular de dois conjuntos de direitos que coexistem sobre o mesmo bem: os direitos morais e os patrimoniais. Netto exprime que “juntamente com o direito moral de autor (que é um dos ramos dos direitos da personalidade), nasce um bem (a obra intelectual) que entra para o campo da propriedade exclusiva do seu autor” (2025, p. 111), indiscutivelmente conectados entre si. A existência paralela desses direitos de natureza conflitantes acarretaria, então, na “hibridez” da proteção (Netto, 2025).

A respeito dos direitos morais, previstos nos arts. 24 a 27 da LDA, esses são de natureza personalíssima — irrenunciáveis, inalienáveis, perpétuos, imprescritíveis e impenhoráveis — e abrangem, entre outros, o direito de reivindicar a autoria da obra a qualquer tempo, o direito de ter seu nome indicado quando de sua utilização e o direito de assegurar sua integridade, opondo-se a quaisquer modificações que possam prejudicá-la ou

atingir a reputação do autor (Portilho, 2015). Os direitos patrimoniais, por sua vez, disciplinados nos arts. 28 a 45 da LDA, conferem ao autor o direito exclusivo de utilizar, fruir e dispor de sua obra, bem como de autorizar ou proibir sua reprodução, adaptação ou qualquer outra forma de utilização por terceiros, nos termos dos arts. 28 e 29 do mesmo diploma, sendo os únicos transferíveis a terceiros (Brasil, 1998). À vista disso, conforme o disposto por Egea, “no caso de que o criador tenha cedido de forma expressa e definitiva seus direitos patrimoniais de autor, o cessionário sub-roga-se na figura do autor para todas as finalidades de exploração da obra cedida, enquanto perdurar o direito, ou seja, até que a obra atinja o domínio público” (2019, p. 142).

A incorporação de obras a artigos como tecidos e outros derivados do segmento modista exige, conforme previamente analisado, a autorização expressa do autor, sendo a irregularidade da anuência pauta de copiosas decisões nos Tribunais. Em demanda ajuizada pela empresa *Le Garage* contra a C&A, discutiu-se a violação de direitos autorais em razão da reprodução, em peças de vestuário, de desenhos de boneca desenvolvidos pela equipe criativa da autora. A sentença, posteriormente transitada em julgado após acordo entre as partes, reconheceu a aplicação da Lei de Direitos Autorais ao caso, entendendo que o desenho possuía originalidade suficiente para caracterizar-se como obra intelectual protegida, uma vez que resultava de esforço criativo próprio na elaboração de cores, formas e padrões. O juízo destacou que a tutela autoral recai sobre a forma de expressão da criação, e não sobre a ideia abstrata ou tendência de moda em si, reafirmando que ideias pertencem ao patrimônio comum da coletividade. Assim, concluiu-se que, embora fosse legítima a utilização da tendência de estampas de bonecas, a reprodução não autorizada de desenho alheio com finalidade lucrativa configurava violação aos direitos autorais, cabendo à ré desenvolver criação dotada de características próprias e distintivas (Migalhas, 2007).

Dessa maneira, Portilho parte do pressuposto de que, podendo as criações da Moda serem consideradas objeto de proteção autoral ficam, assim, os inventos advindos dessa indústria dependentes de autorização prévia para serem reproduzidos (2015). Importa destacar que, nos termos do art. 41 da LDA, apenas os direitos patrimoniais do autor estão sujeitos à limitação temporal, caindo em domínio público após 70 anos contados de 1º de janeiro do ano subsequente ao falecimento do autor; enquanto os direitos morais, por sua vez, jamais se extinguem (Brasil, 1988). Nesse sentido, qualquer reprodução ou réplica não autorizada pode acarretar em consequências cíveis e/ou criminais contra o sistema da Propriedade Intelectual.

Ainda que as engrenagens da Indústria funcionem por intermédio das denominadas “cópias toleráveis”, tem-se também o que é encarado por inaceitável e prejudicial: o plágio (modalidade de contrafação que viola diretamente o Direito Autoral), os crimes contra registro de marca e a concorrência desleal são algumas das perscrutadas por Portilho (2015).

Sucessivamente, faz-se menção a uma das características que conferem ao Direito Autoral especial relevância no contexto da Indústria da Moda: sua natureza constitutiva, independente de registro. Ao contrário dos institutos da Propriedade Industrial — que dependem de averbação prévia perante o INPI para que a proteção seja firmada —, os direitos autorais nascem com a própria criação da obra, desde que dotada de um mínimo de originalidade e devidamente materializada em data comprovada, valendo o próprio ato de criação como meio de prova de autoria (Portilho, 2015). Consoante ao posto por Portilho, a inscrição, embora possível e recomendável como meio de comprovar a anterioridade da criação (podendo ser realizada diretamente na Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro), é de natureza meramente declaratória e facultativa, sendo passível de questionamento por outro autor que comprove criação igual ou semelhante em data anterior (Portilho, 2015).

Transitando à aplicabilidade do Direito Autoral às criações da Indústria da Moda, essa valia já é matéria pacificada em relação a determinadas categorias da área. É amplamente reconhecido que estampas originais, desenhos de personagens aplicados a artigos de moda e o *design* de joias são passíveis de proteção autoral (Moraes, 2012, p.76; 107; Backx, 2012, p. 5; *apud*, Portilho, 2015, p. 107), de modo que a jurisprudência brasileira tem progressivamente ampliado esse reconhecimento. Correlaciona-se o caso julgado pelo Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, que reconheceu a violação dos direitos autorais do *designer* Gilson Martins sobre modelos de bolsas copiados e comercializados sem autorização, também pela rede C&A Modas, com fundamento nos arts. 7º, 28 e 29 da LDA:

EMENTA: Ação de Indenização. Alegação de comercialização não autorizada de produtos similares aos criados pelo Primeiro Autor, vendidos pela Segunda Demandante. R. Sentença de Procedência Parcial.

I - Análise conjunta do Recurso de Apelação da Ré e o Recurso Adesivo da Parte Autora. *Diversas matérias jornalísticas apontando o Primeiro Suplicante como famoso designer de bolsas e apresentando fotografias de vários modelos por ele criados, alguns com autoria de criação reclamada na demanda. Desenhos das bolsas "Boca" e "Chinelo de Dedo" que foram ainda objeto de registro de direitos autorais na Escola de Artes.*

II - *Lauda Pericial atestando que as bolsas comercializadas pela Ré caracterizam reproduções das criações do Primeiro Autor. Modelos de bolsa em questão que possuem características e detalhes próprios (novidade e originalidade), cuja criação pode ser atribuída ao Primeiro Suplicante.*

III - Violação dos direitos autorais do Primeiro Demandante, configurando danos de ordem moral e material, com repercussão na Sociedade Autora criada para venda desses produtos. Exegese dos artigos 7º, 28 e 29 da Lei nº 9.610/98. [...]

V - Danos materiais decorrentes da comercialização indevida perpetrada pela Demandada que deverão ser devidamente reparados, cobrindo os prejuízos sofridos pela Sociedade Autora.

Apelação Cível nº 0072174-63.2004.8.19.0001, Quarta Câmara Cível - TJ-RJ, Relator: Des. Reinaldo Pinto Alberto Filho (grifos do original em itálico).

Sob essa perspectiva, Portilho aponta que o amparo legal às criações originárias do setor é certo e pode ser buscado, porém, resta saber se qualquer criação da Moda pode se enquadrar enquanto “obra artística”, de forma a obter guarida pela LDA (2015).

Não obstante as possibilidades protetivas que o Direito Autoral oferece às criações da Indústria da Moda, sua eficácia também apresenta limitações relevantes que merecem consideração, segundo o registrado por Portilho. A ausência de menção expressa às criações da moda tanto na LDA (ainda que o rol seja exemplificativo) quanto nos acordos e convenções internacionais gera insegurança jurídica quanto à abrangência e aos limites dessa proteção. Por muitas vezes, o não emprego dos termos técnicos específicos ao segmento podem gerar dubiedade nas decisões proferidas pelos Tribunais. Ademais, o prazo de tutela patrimonial, previsto pelo art. 41 da LDA, é manifestamente desproporcional ao dinamismo do setor *fashion*, cujas criações têm vida útil comercial de apenas uma ou duas estações (Portilho, 2015). Inobstante, com a popularização do *e-commerce* nas grandes plataformas digitais, as tendências surgem e se dissipam rapidamente e, na maior parte das vezes, simultaneamente (Jones, 2005).

Por fim, Portilho argumenta que a lógica própria da moda, na qual a inspiração em tendências e a cópia, de certa forma e até certo grau, são elementos constitutivos do próprio mercado, torna tênue a linha entre a influência legítima e a reprodução indevida, impedindo que a proteção autoral seja aplicada de forma irrestrita sem o risco de "engessar" a dinâmica criativa do setor. Além disso, em que pese o registro do produto resultante da criação seja facultado, não necessariamente fazê-lo garante a autoria/o direito de propriedade intelectual, tendo em vista que, por ser uma averbação meramente declarativa, a anterioridade apresentada por outro ator de obra equivalente pode vir a confronto (2015).

3.2 Propriedade Industrial

Regulamentada no Brasil pela Lei n. 9.279 de 14 de maio de 1996, a Propriedade Industrial (LPI) tem por objeto a tutela jurídica de inventividades de natureza técnica e estética aplicadas à indústria, bem como dos sinais distintivos utilizados no comércio.

Diferentemente da Propriedade Intelectual, a Convenção da União de Paris (1883) — primeiro Acordo internacional a disciplinar a área fabril — não trouxe em sua redação a noção de quais objetos seriam abrangidos pelo regimento da Propriedade Industrial, apenas correlacionando suas áreas de aplicabilidade, enquadrando-se a elas não somente a indústria e o comércio, efetivamente, como também as manufaturas agrícola, extrativista e seus derivados (Portilho, 2015). A legislação brasileira, seguindo o mesmo padrão, elencou na LPI unicamente os direitos por ela incorporados:

Art. 2º A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante:

I - concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade;

II - concessão de registro de desenho industrial;

III - concessão de registro de marca;

IV - repressão às falsas indicações geográficas; e

V - repressão à concorrência desleal.

VI – concessão de registro para jogos eletrônicos. (Incluído pela Lei nº 14.852, de 2024) (Brasil, 1996).

Conforme o disposto no ordenamento específico e lecionado por Newton Silveira, a Propriedade Industrial abrange, entre outros, as invenções, os modelos de utilidade, os desenhos industriais e as marcas, cada qual com objeto, requisitos e prazos de proteção próprios (2018). Em termos técnicos, inversamente à criação, tem-se que a invenção constitui “uma concepção, uma ideia de solução original, que pode residir no modo de colocar o problema, nos meios empregados ou, ainda, no resultado ou efeito técnico obtido pelo inventor” (Silveira, 2018, p. 5). Tal distinção auxilia no entendimento do emprego dos supra referidos instrumentos às especificidades metodológicas da Propriedade Industrial, que em muito se diferencia daquelas requisitadas pelo Direito do Autor.

Assim como na LDA, no tocante ao significado de “originalidade” no âmbito industrial, sua conceituação não aparece explicitamente no texto diplomático. No entanto, tal requisito aplica-se tão somente aos desenhos industriais, sendo citado no art. 111 do código:

Art. 111. O titular do desenho industrial poderá requerer o exame do objeto do registro, a qualquer tempo da vigência, quanto aos aspectos de novidade e de originalidade (Brasil, 1996).

Por consequência, verifica-se que o termo ainda não é incubido de significado. Mesmo assim, Portilho observa que a palavra “original”, no contexto da LPI, é aplicada de duas maneiras distintas, seguindo as acepções dicionaristas: 1 - como um conceito originário/inicial; ou 2 - algo dotado de caráter próprio (2015). Já Silveira contempla a originalidade subjetivamente, relacionando-a à esfera privada do autor. Ele enfatiza a imprescindibilidade da união entre

originalidade e utilidade da invenção, entendida a última como a serventia ao seu fim, correspondendo ao quesito final visado pelo inventor (2018).

Adiante, os direitos à invenção ainda emergem no texto constituinte, onde a Carta Magna garante, em seu art. 5º, que à esfera industrial será assegurada proteção por lei exclusiva, conforme anteriormente exposto:

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 (CF, 1988).

No que concerne à Indústria da Moda, três desses institutos revelam maior potencial de aplicação: a patente, o desenho industrial e a marca. A análise de cada um deles, à luz das peculiaridades do setor *fashion*, é o que se passa a empreender.

3.2.1 Patente

A patente consiste em um título de propriedade temporária, conferido pelo Estado ao depositante do pedido (Portilho, 2015). Sobre o assunto, Portilho assenta que trata-se, na essência, de um câmbio entre o inventor e a Nação, onde o idealizador que detenha as prerrogativas sobre a criação descreve o invento perante ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (sendo essa a autarquia estatal responsável pela concessão de direitos de propriedade industrial no país) e, em contrapartida, recebe a garantia de aproveitamento exclusivo em todo o território nacional pelo prazo de vigência da patente, findo o qual a tecnologia ou método protegidos caem em domínio público (2015). Tal proteção encontra fundamento no art. 42 da Lei n. 9.279/1996 (LPI), que assegura ao titular o direito de impedir terceiros de produzir, usar, colocar à venda, vender ou importar o produto ou processo objeto da patente sem sua autorização (Brasil, 1996).

De acordo com Silveira, produtos industriais no geral podem alcançar guarida tanto nas Patentes de Invenção quanto nas Patentes de Modelos de Utilidade, a depender da criação. O autor classifica a patente de invenção como aquela que “revela uma concepção original no que toca à obtenção de um novo efeito técnico”, enquanto os modelos de utilidade “visam a melhorar o uso ou a utilidade dos produtos, dotando-os de maior eficiência ou comodidade em sua utilização por meio de nova configuração” (Silveira, 2018, p. 6). Dessa forma, o modelo de utilidade se aproximaria da natureza própria às criações de *design*.

No ordenamento jurídico brasileiro, a LPI prevê que as patentes de invenção destinam-se a tutelar os inventos que contemplem, cumulativamente, os requisitos de

novidade, atividade inventiva e aplicação industrial. Já as patentes de modelo de utilidade protegem o objeto de uso prático com potencial de aplicação industrial que, em razão de uma nova forma ou organização estrutural, incorporem ato inventivo apto a gerar melhorias funcionais relacionadas ao seu uso ou à sua fabricação (Portilho, 2015). A distinção essencial entre ambas reside no grau de inventividade exigido: a patente de invenção demanda atividade inventiva em sentido estrito, ao passo em que o modelo de utilidade satisfaz-se com um ato inventivo de menor complexidade, voltado ao aprimoramento funcional de objetos já existentes (Silveira, 2018). Quanto aos prazos, as patentes de invenção vigoram por 20 anos, ao passo em que os modelos de utilidade perduram por 15 anos, ambos contados a partir da data do depósito, nos termos do art. 40 da LPI (Brasil, 1996).

Tem-se que, no âmbito da Indústria da Moda, a aplicabilidade do instituto patentário revela-se com maior clareza no campo das inovações tecnológicas. Conforme demonstrado pela pesquisa de Portilho, os segmentos que mais recorrem à proteção patentária são o têxtil e o calçadista: o primeiro, por meio do desenvolvimento de tecidos e fios cada vez mais inteligentes — a exemplo de fibras com propriedades de termorregulação, redução de celulite ou alta elasticidade, como o fio elastano identificado pela marca LYCRA®, patenteado pela empresa DuPont em 1959 —; o segundo, pela constante inovação em tecnologias aplicadas a solados, sistemas de amortecimento e mecanismos de fechamento e ajuste de calçados (Portilho, 2015). Por outro lado, a autora conclui que as indústrias de confecções, joias e artefatos de couro raramente utilizam-se de novas complexidades ou procedimentos patenteáveis em seus artefatos, uma vez que sua força criativa reside primordialmente no *design* dos produtos, e não em inovações de natureza técnico-funcional (Portilho, 2015).

Não obstante sua relevância para determinados segmentos, a aplicação da patente à Indústria da Moda como um todo encontra limitações significativas que comprometem sua eficácia protetiva. A lógica temporal do setor é a primeira delas: enquanto os prazos de proteção patentária se estendem por décadas, o ciclo produtivo da moda opera em velocidade consideravelmente superior, com coleções que se renovam sazonalmente. Soma-se a isso a morosidade historicamente verificada no processamento dos pedidos perante o INPI, o que pode tornar a proteção extemporânea em relação à vida útil comercial do produto. Ademais, o requisito da novidade, que exige que o invento não integre o estado da técnica antes do depósito do pedido, impõe-se com especial rigor em um setor no qual tendências são

amplamente divulgadas em desfiles, publicações e plataformas digitais antes mesmo de chegarem ao mercado (Portilho, 2015).

Além disso, as condições narradas pela LPI são demasiadamente subjetivas e engessadas, o que é um problema em um segmento de cunho alegórico e volátil. Silveira melhor elucida que, no caso da “novidade”, em seu sentido subjetivo, ela “representa um novo conhecimento para o próprio sujeito, enquanto, em sentido objetivo, representa um novo conhecimento para toda a coletividade” (2018, p. 8). Nesse toar, o autor ainda acrescenta que a legislação brasileira determina a apresentação da condição da novidade em sentido objetivo pelas criações de natureza técnica, priorizando o interesse coletivo em detrimento do interesse individual do criador (2018). Por fim, pela própria natureza das criações da moda, que são em sua maioria de caráter estético e ornamental, e não técnico-funcional, a patente se revela um instrumento de proteção parcial e limitado, incapaz de abarcar a integralidade dos engenhos que emanam desse setor (Portilho, 2015).

3.2.2 *Desenho Industrial*

O registro de desenho industrial constitui, dentre os institutos da Propriedade Industrial, aquele de maior aplicabilidade para as criações da Indústria da Moda. Nos termos do art. 95 da Lei n. 9.279/1996,

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 (Brasil, 1996).

Nesse sentido, de acordo com Portilho, o desenho industrial, diferentemente do instituto da patente, protege tão somente a formatação externa do objeto, e não sua funcionalidade (2015).

Cuida-se, igualmente, de um direito de propriedade de caráter temporário, que garante ao seu titular o exercício exclusivo dos direitos de exploração econômica sobre o bem pelo período máximo de 25 anos. Tal dilação compreende 10 anos contados da data do depósito, podendo ser prorrogado por até três períodos consecutivos de 5 anos cada, nos termos do art. 108 da LPI (1996). Os três requisitos de registrabilidade são, por sua vez, a novidade, a originalidade e a possibilidade de fabricação industrial (Silveira, 2018).

Conforme o apontado por Silveira, o caráter meramente ornamental dos objetos deve, contudo, se dissociar da função técnica daqueles, pois uma vez consistindo em forma necessária para que o artigo ateste sua finalidade, a tutela se figuraria em modelo de utilidade (2018). Afinal, “os desenhos industriais constituem invenções de forma (invenções em

sentido lato), destinadas a produzir efeito meramente visual, não sendo requisito essencial dessas criações o cunho artístico, mas apenas a sua novidade” (2018, p. 6).

No que tange à sua origem histórica, é digno de nota que a proteção aos desenhos industriais surgiu, precisamente, em função das necessidades da indústria têxtil — setor subsidiário da Indústria da Moda —, tendo a França estabelecido as primeiras sanções contra a defraudação dos desenhos utilizados na fabricação de tecidos de Lyon já em 1717 (Portilho, 2015). No tocante ao Brasil, a tutela aos desenhos industriais remonta ao Decreto n. 24.507/1934, onde ficavam subjugados ao sistema de patentes por intermédio do “modelo industrial”. Com a vigência da atual LPI, sob a denominação única de “desenho industrial”, as antigas categorias de modelos industriais, que abrigavam objetos tridimensionais e os desenhos industriais propriamente ditos, relativos às artes aplicadas em duas dimensões, foram unificadas. A referida alteração consolidou uma proteção abrangente tanto para formas bidimensionais quanto às tridimensionais (Portilho, 2015).

A pertinência desse instituto para a Indústria da Moda é evidenciada por sua ampla utilização em quase todos os segmentos que a compõem. Na indústria têxtil, o registro de desenho industrial protege padrões e estampas aplicados a tecidos; na indústria de confecções, resguarda configurações aplicadas em peças de vestuário, como bolsos com características distintivas; na indústria calçadista, divisão que se destaca como um dos que mais recorrem ao instituto, tutela desde os modelos de sandálias, sapatos e botas até as estruturas de solados, especialmente de tênis; na indústria de artefatos de couro e artigos de viagem, protege as formas de bolsas, carteiras e malas; e, por fim, na indústria de joias, resguarda o *design* aplicado a peças como brincos, braceletes e relógios (Portilho, 2015). Portilho destaca, ainda, que o tempo entre o depósito e a concessão do registro de desenho industrial é relativamente curto quando comparado ao das marcas, o que torna esse instrumento parcialmente adequado à dinâmica da Indústria da Moda, devendo ser considerado não apenas pelas grandes empresas do setor, mas também pelas micro, pequenas e médias corporações (Portilho, 2015).

Não obstante sua maior adequação ao setor em relação à patente, o registro de desenho industrial também apresenta limitações que merecem consideração. A exigência de registro prévio perante o INPI para que a proteção seja constituída impõe ao criador um ônus procedimental que, aliado à velocidade com que as coleções são concebidas e lançadas, pode dificultar a tutela tempestiva das criações. Acresce-se a isso a dificuldade de comprovar novidade e originalidade em um setor no qual a inspiração em tendências globais é inerente ao

processo criativo, bem como o risco de que criações esteticamente próximas mas, formalmente distintas, escapem ao escopo protetivo do registro. Diante disso, embora o desenho industrial represente o instrumento da Propriedade Industrial mais diretamente voltado à proteção das criações estéticas da moda, sua eficácia protetiva plena depende de sua utilização estratégica e combinada com outros institutos disponíveis no ordenamento (Portilho, 2015).

3.2.3 Marca

A marca constitui um dos institutos mais relevantes e amplamente utilizados na Indústria da Moda, desempenhando papel central tanto na proteção jurídica das criações do setor quanto na construção do valor econômico das empresas que o integram. Para fins do ordenamento jurídico brasileiro, o art. 122 da Lei n. 9.279/1996 estabelece que “são suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais” (Brasil, 1996). Com base nas definições consolidadas pela doutrina, a marca deve ser compreendida como um sinal distintivo (susceptível de representação por nomes, símbolos ou elementos gráficos), cuja função consiste tanto na identificação de produtos e serviços quanto na sua diferenciação em relação a outros disponíveis no mercado, independentemente de possuírem a mesma ou distinta origem, desde que inseridos no mesmo segmento econômico ou em áreas afins (Schmidt, 2013, *apud*, Portilho, 2015).

Nesse sentido, Silveira (2018) reitera que a finalidade da marca constitui sua natureza, de modo que o sinal deve possuir características suficientes para identificá-la. Cabe frisar que “o sinal ou nome não é produto, acresce-se a ele” (Silveira, 2018, p. 13). Com relação ao registro daquela, quando validamente expedido pelo INPI, ele confere ao titular a propriedade da marca e assegura o uso exclusivo em todo o território nacional pelo prazo de 10 anos, a contar da concessão da inscrição, prorrogável por períodos iguais e sucessivos, nos termos dos arts. 129 e 133 da LPI (Brasil, 1996). Ademais, nas palavras de Silveira, tem-se que

o direito decorrente do registro da marca exclui seu emprego por todos os demais no mesmo ramo de atividade. Contudo, salvo se a marca estiver amparada pela proteção mais ampla que decorre do reconhecimento de sua notoriedade, não poderá o titular do registro impedir seu uso por terceiros em ramo de atividade diverso, no qual não haja possibilidade de confusão entre mercadorias, produtos ou serviços (Silveira, 2018, p. 14).

Adiante, Portilho (2015) examina os requisitos de registrabilidade das marcas a partir da constatação de que a LPI não os elenca de forma objetiva, o que resulta em variações de interpretações doutrinárias. Com base na sistematização de diferentes juristas, a autora propõe cinco requisitos principais, sendo eles: 1) a distintividade - qual seja, a capacidade da marca se diferenciar de produtos ou serviços alheios, sendo este o requisito nuclear do instituto; 2) a veracidade - consistente na proibição de sinais enganosos quanto à origem, qualidade ou natureza do produto, com fundamento no art. 124, inciso X, da LPI; 3) a licitude - que se traduz na conformidade da marca com a moral, os bons costumes e a ordem pública, nos termos do art. 124, inciso III, da LPI; 4) a novidade relativa - decorrente do Princípio da Especialidade, que admite marcas idênticas em classes distintas, desde que inexista possibilidade de confusão ou associação; e 5) a disponibilidade - requisito autônomo, distinto da novidade relativa, que exige que o sinal pretendido esteja livre de apropriação anterior por terceiros, seja por força de registro, indicação geográfica ou alto renome (Portilho, 2015).

Já no que concerne às suas funções, a doutrina reconhece que a marca desempenha múltiplos papéis no mercado — entre os quais se destacam as funções distintiva, publicitária e de garantia de qualidade —, sendo, contudo, pacífico que a função distintiva é a primeira e mais importante, pois constitui a própria essência do instituto: sem cunho distintivo, o sinal não pode ser considerado marca, conforme outrora aludido (Portilho, 2015). No âmbito específico da Indústria da Moda, entretanto, sobressai uma função que transcende as demais. Nesse setor, a decisão de compra é predominantemente emocional, de modo que a marca representa, por si mesma, um objeto de desejo, agregando ao produto um conjunto de valores psicossociais que frequentemente superam o valor de uso do bem em si (Portilho, 2015). Assim, Jones valida a função simbólica como sendo de grande interesse por parte dos negócios de moda, que estão em constante desenvolvimento de etiquetas ou logomarcas que promovam seus artigos. Por vezes, usar determinada marca reconhecida no segmento revela portar um valor maior para o consumidor do que a peça em si (2005). Essa dimensão simbólica confere à marca uma importância estratégica singular na indústria *fashion*, tornando sua proteção jurídica ainda mais premente.

Quanto à sua aplicabilidade ao segmento *fashion*, o instituto marcário revela-se apto a proteger uma ampla gama de sinais utilizados pelo setor, abrangendo desde os nomes e logotipos das grifes até elementos visuais mais complexos, como as marcas figurativas e tridimensionais. Nesse sentido, Portilho demonstra que empresas nacionais e internacionais

do setor — como Grendene, *Hermès*, *Gucci*, *Valentino* e Antônio Bernardo — recorrem ao registro de ambas as modalidades de marcas perante o INPI para proteger formas e configurações características de seus produtos, como fivelas, silhuetas de bolsas e ornamentos de jóias (2015). Merece destaque, ainda, a questão do *trade dress*. Este, em que pese não encontre definição legal no ordenamento brasileiro, seria o “conjunto-imagem” (ou identidade visual) que identifica uma marca ou produto, cuja proteção, embora não expressamente prevista na legislação específica ao tema, pode ser assegurada de forma indireta por meio do registro de marcas tridimensionais e pela repressão à concorrência desleal (Portilho, 2015).

Não obstante sua ampla utilidade, o instituto marcário apresenta uma limitação estrutural relevante no contexto da tutela das criações da moda: a marca não protege a invenção em si (como o *design* da peça, o corte, a modelagem ou a estampa), mas tão somente o sinal distintivo que identifica o produto ou a empresa perante o mercado. Dessa forma, o amparo conferido pelo registro de marca deixa uma lacuna significativa no que diz respeito à tutela das coleções e das criações estéticas propriamente ditas, que escapam ao seu escopo protetivo. (Portilho, 2015).

Pelas razões elencadas, Portilho defende que as criações da Indústria da Moda deveriam contar com uma proteção jurídica específica, adequada ao ritmo e às particularidades desse mercado, concluindo que o ordenamento vigente, embora aplicável, não foi concebido para responder às suas demandas próprias. Para além das dificuldades averiguadas, tem-se que todos os registros relativos à propriedade industrial portam custos elevados de pedido, manutenção, anuidade, entre outros serviços relativos que, mesmo com descontos concedidos à microempresas e pessoas físicas, não tornam a outorga ao direito automaticamente acessíveis a pequenos *designers* e profissionais da área, que muito costumam para manter seus negócios rentáveis.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme acentuado ao longo deste trabalho, a presente pesquisa buscou examinar a adequação do direito doméstico ante as necessidades jurídicas advindas do mercado da moda nacional, especificamente no tocante à tutela dos produtos resultantes das criações do segmento *fashion*. Perante tal intuito, foram analisados tanto o ordenamento vigente quanto a doutrina especializada, a fim de verificar se os ativos oriundos da Indústria da Moda brasileira encontram guarida na legislação pátria sob a perspectiva da Propriedade Intelectual,

especialmente no que diz respeito ao disposto na Lei de Direitos Autorais e da Propriedade Industrial. Nesse toar, o objetivo do estudo se concretizou ao identificar as adequações, os limites, as lacunas e as possibilidades de aprimoramento do sistema normativo em vigor, diante da ausência de lei específica voltada ao denominado *Fashion Law* no contexto jurídico gentílico.

Da investigação empreendida, constatou-se que os diplomas do Direito Autoral e da Propriedade Industrial oferecem, cada qual a seu modo, instrumentos juridicamente válidos para a proteção de determinadas criações oriundas da Indústria da Moda brasileira, em maior ou menor grau. O direito autoral ampara os ativos dotados de originalidade — como estampas arquitetadas por estilistas, o *design* de joias e obras derivadas devidamente autorizadas —, bem como viabiliza a tutela de itens de caráter utilitário que detenham qualidade artística (averiguação esta que, por si só, demonstra-se consideravelmente hermética). Ademais, restou inferido o posicionamento por parte dos tribunais brasileiros de que, mesmo quando uma invenção não encontra resguardo expresso, ela ainda pode ser alcançada pelo direito do autor.

Igualmente foram analisados os instrumentos disponíveis através da propriedade industrial, onde a patente revelou-se adequada à tutela das inovações de natureza técnico-funcional, compreendidas notadamente no segmento têxtil e calçadista pela composição e processos de fabricação inerentes às suas respectivas matérias-primas. No entanto, tal instituto mostrou-se insuficiente diante da lógica sazonal e estética que caracteriza o setor. O desenho industrial, por sua vez, apresentou-se como o registro de maior aderência às criações da moda, por incidir diretamente sobre a forma ornamental dos produtos, considerando a interpretação dos requisitos de originalidade e novidade. Nele se adequam desde configurações de vestuário até modelos de calçados, bolsas e jóias; contudo, a exigência custosa de registro prévio e a velocidade e mutabilidade do ciclo produtivo *fashion* impõem limitações práticas à sua eficácia. No mais, a vedação legal quanto ao registro de formas indispensáveis ou comuns aos artigos enseja desafios em um setor eminentemente utilitário.

Já a marca, embora seja o instrumento mais amplamente utilizado pelo setor e o de maior valor econômico e simbólico, não alcança a criação em si, protegendo apenas o sinal distintivo que a identifica perante o mercado, o que deixa desguarnecida parcela significativa das concepções que emanam dessa indústria. Nessa toada, conclui-se que a legislação pátria dispõe de mecanismos juridicamente aptos à tutela das invenções de moda, embora a proteção nem sempre ocorra por meio de um único instituto, exigindo frequentemente uma atuação

complementar entre diferentes modalidades de amparo. Assim sendo, faz-se imprescindível, para que se delimite a forma mais adequada de guarnição, a avaliação do objeto a ser protegido, assim como da finalidade específica que se busca resguardar.

Importa frisar que a suficiência formal do ordenamento não implica, necessariamente, em sua adaptação plena às singularidades apresentadas pela matéria. Como evidenciado ao longo da pesquisa, os instrumentos legislativos vigentes apresentam limitações estruturais que comprometem sua eficácia protetiva na prática: os prazos de proteção previstos tanto pela LPI quanto pela LDA mostram-se desproporcionais à efemeridade das criações da moda, cuja vida útil comercial diminui gradativamente com o impulsionamento da exposição midiática digital e a amplificação do modo *fast fashion* de consumir; a exigência de registro prévio perante o INPI — aliada à reconhecida morosidade da autarquia no processamento dos pedidos e ao custo financeiro dos procedimentos — impõe obstáculos relevantes, sobretudo aos pequenos *designers* que, por muitas vezes, não possuem condições de arcar com diversos registros, o que tão pouco faz sentido diante de um mercado pautado em renovações calendarizadas; e a lógica criativa da moda, fundada na circulação de tendências e na inspiração coletiva, torna tênue a linha entre o aproveitamento legítimo e a reprodução indevida, gerando insegurança jurídica para os agentes do mercado. Tais inadequações refletem a ausência de soluções normativas calibradas ao ritmo, à dinâmica e às peculiaridades desse segmento *sui generis*.

Diante desse cenário, conclui-se que a edição de uma legislação específica voltada ao *Fashion Law* brasileiro — capaz de reunir e adaptar os mecanismos protetivos já existentes às necessidades reais do setor, estabelecendo prazos de proteção proporcionais ao ciclo produtivo da moda, simplificando os procedimentos de registro e oferecendo critérios mais precisos para a distinção entre a cópia tolerável e a intolerável — apresenta-se não como uma ruptura com o sistema vigente, mas como seu natural aprimoramento. O Direito da Moda é um ramo em ascensão no Brasil, e o amadurecimento do debate acadêmico e jurisprudencial em torno de suas questões é condição indispensável para que o ordenamento pátrio acompanhe a sofisticação e a relevância econômica de uma das indústrias mais rentáveis e reformadoras do país.

5 REFERÊNCIAS FINAIS

ABIT. **Perfil do Setor**. dez. 2024. Disponível em:

<<https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>>. Acesso em: 25 out. 2025.

BACKX, Hugo Borges. **Design no setor de moda: proteção, defesa e apropriação**. 2012, 11p. [Artigo apresentado na II Conferência Internacional de Integração do Design, Engenharia e Gestão para a inovação]. Florianópolis, 21-23 out. 2012. Disponível em:

<<https://docs.google.com/file/d/0B67qzHzhRv70S1Q2cWI4XzRNam8/edit?pli=1>>.

Acesso em: 22 mar. 2026.

BRAGA, Cristiano Prestes. **O que é Fashion Law?**. Jusbrasil, 17 set. 2019. Disponível em:

<<https://cpbraga.jusbrasil.com.br/artigos/757792790/o-que-e-fashion-law>>. Acesso em: 13 out. 2025.

BRAGA, João. **História da moda no Brasil: das influências às autorreferências**. Disal Editora. 2011.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Diário Oficial da União. Brasília, 5 out. 1988. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 20 set. 2025.

BRASIL. **Decreto nº 75.699, de 6 de maio de 1975**. Promulga a Convenção de Berna para a Proteção das Obras Literárias e Artísticas. Revista em Paris. Paris, 24 jul. 1971. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1970-1979/d75699.htm>. Acesso em: 28 set. 2025.

BRASIL. **Decreto nº 75.572, de 8 de abril de 1975**. Promulga a Convenção de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial revisão de Estocolmo, 1967. Disponível em:

<https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1970-1979/d75572.htm>. Acesso em: 29 set. 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, 15 maio 1996. Disponível em:

<https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm>. Acesso em: 20 set. 2025.

BRASIL. **Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, 20 fev.

1998. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm>. Acesso em: 20 set. 2025.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. **Tabela de retribuições dos serviços prestados pelo INPI**. Brasília, DF: Instituto Nacional da Propriedade Industrial, 2025. Disponível em:

<https://www.gov.br/inpi/pt-br/inpi-data/precificacao-dos-servicos/tabela-de-retribuicoes-inpi_portaria-mdic-no110_2025-e-portaria-inpi-no-10_2025.pdf>. Acesso em: 26 maio 2026.

BRASIL. Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional. **Rota da Moda promove inovação e sustentabilidade no maior desfile do país**. Brasília, DF: Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional, 2025. Disponível em:

<<https://www.gov.br/mdr/pt-br/noticias/rota-da-moda-promove-inovacao-e-sustentabilidade-no-maior-desfile-do-pais>>. Acesso em: 18 out. 2025.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. **Apelação Cível n.**

0072174-63.2004.8.19.0001. Ação de Indenização. Alegação de comercialização não autorizada de produtos similares aos criados pelo Primeiro Autor, vendidos pela Segunda Demandante. R. Sentença de Procedência Parcial. Apelante: C&A Modas Ltda; Gilson Pereira Martins e Outra. Apelado: Os mesmos. 4ª Câmara Cível. Relator: Des. Reinaldo Pinto Alberto Filho. Disponível em:

<<http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=000340DA0114AEFC3E45AF86563D121F18096DC40242100B>>. Acesso em: 13 abril 2026.

EGEA, Maria Luiza de Freitas Valle. **Direito de autor na indústria da moda**. Fashion Law: Direito da Moda. Coord. Regina Cirino Alves Ferreira de Souza. 1ª ed., São Paulo: Editora D'Plácido, 2019.

FLACH, Natália; GUILHERME, Bianca. Do agro ao varejo, São Paulo Fashion Week chega aos 30 anos. **Valor**, São Paulo. 12 out 2025. Disponível em:

<<https://valor.globo.com/empresas/marketing/noticia/2025/10/12/do-agro-ao-varejo-sao-paulo-fashion-week-chega-aos-30-anos.ghtml>>. Acesso em: 14 out. 2025.

GERSEN, Jeannie Suk; HEMPHILL, C. Scott. The Law, Culture, and Economics of Fashion. **Stanford Law Review**, Issue 5, Volume 61, mar. 2009. Disponível em:

<<https://www.stanfordlawreview.org/wp-content/uploads/sites/3/2010/03/Hemphill-Suk.pdf>>. Acesso em: 01 maio 2026.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion Design - manual do estilista**. Tradução Iara Biderman. São Paulo: Cosac Naify, 2005. 240 p., 304 Ilustr. Bibliografia. ISBN 85-7503-4442-1.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. Tradução Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. Bibliografia. ISBN 978-85-359-1512-9.

LOURENÇO, Camila Leite. **A semiótica nos tribunais - A necessidade do estudo dos signos no campo da propriedade intelectual e direito da moda**. Fashion Law: Direito da

Moda. Coord. Regina Cirino Alves Ferreira de Souza. 1ª ed., São Paulo: Editora D'Plácido, 2019.

MARTINS, Leilane Rigatto. **Moda, arte e interdisciplinaridade**. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo; Área de Concentração: Design e Arquitetura) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16134/tde-13052013-134330/publico/dissertacao_leilanerir_revisada.pdf#:~:text=Essa%20fronteira%20entre%20arte%20e%20funcionalidade%20se,radical%2C%20de%20modo%20que%20seja%20dif%C3%ADcil%20n%C3%A3o>. Acesso em: 16 set. 2025.

Migalhas. **Sentença confirma liminar que obrigou a C&A a tirar de circulação produtos copiados da empresa Poko Pano**. 23 ago. 2007. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/quentes/44146/sentenca-confirma-liminar-que-obrigou-a-c-a-a-tirar-de-circulacao-produtos-copiados-da-empresa-poko-pano>>. Acesso em: 28 abril 2026.

MORAES, Viviane Nogueira de. **O autor no design de joias: uma aproximação com o direito**. 147f. Dissertação. (2012). Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2012. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:2e_WINCB9JIJ:www.anhembi.br/ppgdesign/pdfs/30-viviane_moraes.pdf+&cd=1&hl=pt-BR&ct=cink&gl=br>. Acesso em: 22 mar. 2026.

NETTO, José Carlos Costa. **Direito Autoral no Brasil**. 5. ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2025. 808 p. Inclui bibliografia. ISBN 978-85-536-2412-6.

NEVES, V. O que é arte? A definição e os diferentes tipos. **Arte Ref**, 16 fev. 2023. Disponível em: <<https://arteref.com/arte/o-que-e-arte/#:~:text=%E2%80%9CA%20arte%20%C3%A9%20uma%20experi%C3%Aancia%2C%20n%C3%A3o%20um%20objeto%E2%80%9D%2C%20Robert%20Motherwell.>>>. Acesso em: 10 nov. 2025.

NICODEMO, Adriane Giannotti. **Código de ética na moda: Pela transparência e sustentabilidade**. Fashion Law: Direito da Moda. Coord. Regina Cirino Alves Ferreira de Souza. 1ª ed., São Paulo: Editora D'Plácido, 2019.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL (OMPI). **Convenção que institui a Organização Mundial da Propriedade Intelectual**. [Assinada originalmente em 14 de julho de 1967 e alterada em 28 de setembro de 1979. Data de adesão pelo Brasil: 20 de dezembro de 1974.] Disponível em: <<http://www.wipo.int/treaties/en/convention/>>. Acesso em: 6 fev. 2026.

PORTILHO, Deborah Marques de Souza. **A propriedade intelectual na Indústria da Moda: formas de proteção e modalidades de infração**. Dissertação (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação) - Coordenação de Programas de Pós-Graduação e Pesquisa, Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/a-academia/arquivo/dissertacoes/SOUZADeborahPortilhoMarquesde2015.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2025.

RAUSTIALA, Kal; SPRIGMAN, Christopher. The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design. **Virginia Law Review**, Issue 8, Volume 92, dez. 2006. Disponível em: <<https://virginialawreview.org/articles/piracy-paradox-innovation-and-intellectual-property-fashion-design/>>. Acesso em: 01 maio 2026.

RECH, Sandra Regina. **Estágios do Produto de Moda**. XXIII Encontro Nac. de Eng. De Produção. UDESC: Ouro Preto/MG, 2003.

SCAFIDI, Susan. Fashion Law: diseñando una nueva disciplina, *in*: BELLO KNOLL, Suzy Inés; ECHEVERRÍA, Pamela (Orgs.), **Derecho y moda**, Buenos Aires: Marcial Pons, 2015.

SCHMIDT, Lélío Denicoli. **A distintividade das marcas**. São Paulo: Saraiva, 2013.

SILVEIRA, Newton. **Propriedade Intelectual: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial, título de estabelecimento, abuso de patentes**. 6ª ed., rev. e ampl. Barueri [SP]: Manole, 2018. (Coleção Shakespeare em cordel); 23 cm. Inclui bibliografia e índice. ISBN 9788520457528.

SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira de. **Criminal fashion law: Intervenção penal na indústria da moda**. 2020. Tese (Doutorado em Direito Penal) - Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2136/tde-22032021-155627/publico/8483007_Tese_Original.pdf>. Acesso em: 2 abril 2026.

SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira de. **Fashion Law: Direito da Moda**. 1ª ed., São Paulo: Editora D'Plácido, 2019.

VILAÇA, Júlia. **How The Industrial Revolution Changed Fashion**. Fashioninnovation. Disponível em: <<https://fashioninnovation.nyc/fashioninnovation-industrial-revolution-fashion/>>. Acesso em: 24 out. 2025.