

DIREITO AUTORAL E MODA

Gustavo Keven Miranda Simão Borges*

Joélida Jullyene Rocha Ferreira**

RESUMO

O presente trabalho, tem como objetivo o estudo da moda, a fim de entender sobre as leis que protegem a propriedade intelectual e os direitos autorais, como forma de demonstrar que as criações dos artistas devem ser respeitadas. A indústria da moda cresce muito à nível mundial, vez que este ramo engloba diversos itens, principalmente as vestimentas; acessórios e objetos decorativos. No entanto, no Brasil não há uma lei específica para regulamentar essa indústria, mas o “*Fashion Law*” é a área que regula as relações deste ramo, demonstrando um alinhamento de diferentes sistemas jurídicos, em prol da proteção à moda. A Revolução Industrial foi um marco para este nicho, vez que alterou a forma de produção das mercadorias, substituindo, de maneira considerável, o artesanato pelas máquinas. Com isso, uma mesma peça passou a ser replicada de uma forma mais rápida e idêntica. Assim, os produtos começaram a ser cada vez menos exclusivos. Com a era digital, a rapidez nas relações aumentou ainda mais o alcance à moda, o que faz com que essa indústria passe a ser mais acessível ao público de diferentes classes sociais, mas também traz consequências negativas, como o risco de uma replicação severa de diversos produtos. O padrão denominado “*Fast Fashion*” é um dos responsáveis pela cópia de artigos de grandes marcas, com um preço menor. O problema é que muitas vezes, as cópias ocorrem de forma integral e indo além de uma inspiração, o que viola os direitos autorais. Esta pesquisa demonstra que é necessária uma fiscalização, a fim de assegurar a proteção disposta na Lei 9.610/98 e ao mesmo tempo tornar a moda algo para todos os cidadãos. A metodologia utilizada, baseia-se no método hipotético- dedutivo, sendo realizada uma pesquisa exploratória, com o uso de bibliografias relevantes ao tema e análise de caso concreto, a fim de confirmar as teses propostas. Conclui-se que o respeito à lei e às criações, deve ser levado em consideração durante todo o processo produtivo, pois os artistas despendem de muito tempo e dinheiro para criar suas obras e não merecem ter que passar por situações desagradáveis, devido ao desrespeito a sua arte.

Palavras-chave: Moda; Direitos autorais; Respeito; Leis.

1 INTRODUÇÃO

A moda é um ramo que cresce a cada dia e movimenta de forma alarmante a economia mundial. Destarte, a moda abrange diversas vertentes da vida do ser humano, vez que é uma arte que expressa a maneira como as pessoas observam o mundo, as suas vivências, histórias e todo um contexto social.

Ao adentrar na história, nota-se que as pinturas rupestres já eram um exemplo de moda para os indivíduos que viveram na antiguidade. Ademais, a cada movimento social que ocorreu no mundo, as pessoas tinham uma moda a seguir.

Nesse sentido, os nobres do século XV já possuíam sua forma de expressar, optando sempre por trajes finos e luxuosos, os quais já eram copiados pelos

* Graduando em Direito pela Faculdade de Ipatinga.

** Especialização em Direito pela Universidade Gama Filho, Brasil (2005). Professor universitário da FADIPA - Faculdade de Direito de Ipatinga, Brasil.

burgueses, que tinham a intenção de demonstrar seu poder, por meio do uso de vestimentas semelhantes à nobreza. Dessa maneira, é perceptível que desde os primórdios da humanidade, o direito autoral da moda já começa a ser violado (Silva, 2016).

Com a Revolução Industrial, a moda ganha uma nova dimensão, já que o trabalho manual e realizado por artesãos passa a ser substituído pelas máquinas, fazendo com que a replicação em massa passasse a ser algo cada vez mais frequente. E é nesse viés que percebe-se o quanto a moda vai se reconstruindo de acordo com cada cultura e movimento social.

Nessa verenda, como forma de fiscalizar e regulamentar a moda foi criado o “*Fashion Law*”. É importante salientar que não existe um código específico para o Direito da Moda, mas há diversos regulamentos que auxiliam nesta proteção e resolvem as lides relacionadas a este ramo, tais como o Código Civil, Código Penal, Leis Trabalhistas, legislações sobre propriedade intelectual, entre outras.

A moda se democratizou muitos nos últimos anos, o que demonstra um grande avanço da sociedade, mas também traz preocupações, como por exemplo os perigos da “*Fashion fast*”, fenômeno conhecido pela replicação em massa de produtos semelhantes àqueles das marcas luxuosas, realizada por empresas que usam uma matéria prima e mão de obra inferiores (Fernandes, 2020).

O intuito deste artigo é entender sobre a moda e suas diversas modificações, estudando sobre os avanços da democratização deste ramo e verificando até que ponto essa grande replicação é benéfica. Assim, é necessário compreender como que o direito regulamenta a moda e a questão dos direitos autorais no Brasil.

Diante disso, o primeiro capítulo deste trabalho preocupa-se com estudo dos aspectos históricos em relação à moda, a fim de entender as variáveis da moda de acordo com cada século, cultura e classe social. Dessarte, nota-se que este ramo reflete na forma como cada povo expressa seus sentimentos e percepções de mundo. Neste capítulo também será explicado sobre o conceito de “*Fashion Law*” e a importância das proteções jurídicas aliadas à indústria da moda.

A segunda parte do artigo tem a preocupação de mostrar a necessidade da fiscalização no ramo da moda. Além disso, é neste momento que é abordado sobre o direito autoral e a Lei 9.610/98, demonstrando que as réplicas exacerbadas são proibidas pelo ordenamento jurídico. E é neste sentido que o artigo também explicará sobre o “*Fast Fashion*”, destacando os pontos positivos deste fenômeno e os riscos que as cópias em massa, podem vir a trazer para a indústria da moda.

O último capítulo do artigo traz uma análise de um caso concreto, em que um modelo de roupa feito por uma artesã nordestina foi copiado por uma grande marca. Este caso é de suma importância para este trabalho, pois demonstra a necessidade de respeitar os trabalhos artesanais, já que a inspiração é algo permitido, enquanto que a replicação de forma não autorizada pode até ser considerada um crime.

O trabalho terminará abordando sobre a necessidade de um equilíbrio entre a moda e os direitos autorais dos estilistas e criadores, demonstrando a importância do respeito à moda, a fim de colaborar para o desenvolvimento deste ramo, que cresce cada vez mais no mundo.

A metodologia empregada no presente trabalho baseia-se no método hipotético-dedutivo. Esta opção se justifica porque o método escolhido permite ao pesquisador propor uma hipótese e parte, por meio da dedução, para a sua comprovação ou não.

Outrossim, em relação à forma de abordagem do problema, a pesquisa se classificará como qualitativa, por utilizar de conteúdos já publicados para a análise

do problema. Quanto aos objetivos, será uma pesquisa exploratória, pois envolve levantamento bibliográfico, análise de exemplos que estimulem a compreensão e explicativa porque visa a identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência do problema.

2 A HISTÓRIA DA MODA

A moda é um instrumento de extrema importância para a sociedade. Falar da moda significa explorar um universo repleto de sentimentos, tendências e que aborda a cultura e a identidade do ser humano. Dessa maneira, como forma de conhecer toda a evolução desse universo, é importante estudar a história da moda, a qual vai muito além das vestimentas e engloba as decorações, pinturas, expressões corporais, entre outros elementos, que servem para contemplar as belezas do mundo.

Entender sobre a história da moda, significa compreender o motivo pelo qual este mercado cresce tanto no cenário mundial. Além disso, ao adentrar no passado, é possível explorar a origem das réplicas e visualizar a dimensão que a palavra moda abrange (Silva, 2016).

Diante disso, ao comparar a cultura de cada país do globo terrestre, é visível a diferença dentro da indústria da moda de cada uma das potências. Tal divergência acontece pelo clima, costumes, aspectos políticos, entre outros fatores históricos que mostram as peculiaridades de cada nação e os pontos semelhantes que unem todos os continentes em prol da moda (Fernandes, 2020).

O objetivo deste capítulo não é o de entender de forma minuciosa a história da moda, mas sim observar, de maneira breve, a influência da antiguidade para a valorização do mercado atual da moda, vez que o futuro geralmente é reflexo de ações passadas.

2.1 Aspectos Históricos

A sociedade primitiva já demonstrava nos primórdios da humanidade a sua aptidão pela moda, as pinturas rupestres realizadas pelos homens daquele tempo é um grande exemplo, pois através das imagens, os indivíduos expressavam a sua cultura (Fernandes, 2020, p. 5).

Nesse interím, estudar sobre a moda engloba entender o significado e a origem do termo, assim como toda a evolução por trás da história, já que é um ramo que modifica e cresce exorbitantemente a cada ano, tornando-se um mercado forte e consolidado.

A palavra moda tem a sua origem no latim “modus”, que significa “maneira, modo”. Essa terminologia aparece no final da idade média, no século XV, na Borgonha, com a organização da vida nas cortes e com o surgimento de cidades. Nesta época, os burgueses copiavam as roupas dos nobres para se parecer com eles e os nobres para não se igualar à outra classe modificavam novamente suas vestimentas. (GUIMARÃES, 2016, p. 10).

Destarte, nota-se que desde a origem, a moda está pautada também na inovação, vez que os nobres se reinventavam ao serem copiados pelos burgueses, sempre trazendo mudanças para a sociedade. A nobreza exigia de seus alfaiates, criatividade para elaborar vestuários trabalhosos e robustos que diferenciasse essa classe das demais. Mesmo com tudo isso, os burgueses conseguiam esperar o

processo para assim produzir algo que fosse meramente parecido (SILVA, 2016, p.18).

A necessidade dessa diferenciação que vinha da nobreza é algo que diz sobre a importância dada à separação de classes. Segundo Embacher (1999), os nobres começaram a criar leis proibindo os burgueses de usarem certas cores e materiais como detalhes de ouro e o prata e cobravam multas, no caso de as regras não serem cumpridas.

A moda é algo muito nítido na antiguidade. Dessa maneira, ao estudar sobre os reinados e a vida da monarquia, nota-se que sempre é exaltada a forma como os monarcos e sua família vestia, sendo trajes volumosos e repletos de luxo. Ademais, a decoração dos castelos é citada como abundante, com detalhes bem elaborados e grandiosos (Embacher, 1999).

A sociedade passou por diversos movimentos históricos, cada um marcado por uma tendência diferente. O barroco, por exemplo, foi um período com muito exagero em todas as áreas, tanto na moda cultural, quanto nas vestimentas e no modo de se expressar. No Brasil, este movimento era reconhecido pelas decorações em ouro e pelos grandes contrastes de cores, demonstrando uma moda, baseada no desejo de exaltar a riqueza (Silva, 2016, p. 18).

Por outro lado, a Revolução Francesa também foi um marco crucial que modificou a forma de vestir dos indivíduos, fazendo com que as vestimentas das mulheres passassem a ser ainda mais luxuosas e diferente daquelas utilizadas pelos homens, pois antes o que diferenciavam os padrões femininos e masculinos era, primordialmente, os acessórios.

Já o Século XVIII foi marcado por uma importante mudança na concepção da moda: o vestuário feminino passa a ser mais exuberante do que o masculino. No final do século, a Revolução Francesa influencia não só a política, mas também a moda, pois, nesse período, vestir-se com luxo e ostentação significa fazer parte da aristocracia que estava sendo deposta, de forma que as roupas estavam diretamente ligadas à posição social e ideologia política. Além disso, outro importante acontecimento foi o fim das leis suntuárias, isto é, leis que impediam as classes mais pobres de se vestirem como as classes mais abastadas (Catão, 2019, p. 6).

A moda sempre acompanha diversos fatores. Nesse sentido, o século XIX, marcado pela Revolução Industrial, representa um período de grandes mudanças no mercado da moda, pois dá início a uma praticidade nunca vista anteriormente. Assim, começa a produção em massa de roupas, acessórios e artigos diversos, dando origem a uma replicação que antes não existia, já que os trabalhos eram realizados de forma manual. Com o uso das máquinas e o aprimoramento de diversas técnicas, o tempo para produzir as mercadorias diminuiu bastante, levando a moda para um patamar diferente (Crane, 2006).

Com o uso de máquinas, uma roupa que demoraria dias para ser confeccionada, começa a ficar pronta em horas e as peças antes feitas somente de forma artesanal, passam a ser produzidas em larga escala. Desse modo, a replicação acontece com mais frequência, já que com os moldes e toda a estrutura das fábricas, é mais fácil fazer modelos cada vez mais idênticos.

É no período da Revolução Industrial que a moda vai ganhando também mais cor, por meio do uso de anilina e de outros produtos que não existiam anteriormente. Data vênha, o tempo vai passando e as vestimentas modernizam-se, sendo reflexos das mudanças a nível mundial (Silva, 2016, p. 24).

Nessa conjuntura, cada movimento e Revoluções que surgiam, revelavam

mudanças na moda e na vivência das nações. Há muitos relatos sobre o período da Primeira Guerra Mundial, em que as mulheres precisaram modificar suas vestimentas, pois muitas precisaram de trabalhar fora, como forma de arcar os custos do lar, já que o marido estava na guerra. Dessa forma, não era prático usar roupas quentes e cheia de mangas, sendo necessário algo mais leve para ser utilizado durante o labor (Pitombo, 2003).

Já em 1929, segundo Embacher (1999), diversos países do mundo passaram por uma crise muito grande, o que contribuiu para uma maior igualdade entre as roupas de todas as classes sociais. E é nesse sentido que a moda vai se alinhando ao cotidiano das pessoas. Por décadas, as mulheres utilizaram roupas que cobriam todo o seu corpo e em algumas nações, essa moda ainda continua, movida principalmente pelas crenças religiosas, como é o caso dos muçulmanos.

No entanto, no Brasil, por exemplo, vive-se um período de grande liberdade no quesito das vestimentas, algo alinhado também à forma de governo predominante no país, marcada pela democracia, em que os direitos de cada cidadão são muito respeitados e as pessoas são livres para fazerem suas escolhas (Guimarães, 2016).

Entretanto, antes de os brasileiros vivenciarem esta liberdade, os indivíduos, sobretudo as mulheres, passaram por um período de regras rígidas, em que as esposas eram submissas ao marido e não podiam vestir e nem expressar tudo aquilo que queriam. Desta maneira, a moda era bem restrita e se as regras não fossem respeitadas, além da humilhação pública, havia uma repressão pelos parceiros dentro de casa.

Diante de tudo isso, nota-se que a moda é um fator muito importante para o estudo das sociedades. Entender os aspectos históricos diante da moda é mister para visualizar as vantagens da liberdade que ela traz, assim como os malefícios em relação à acessibilidade exarcebada da moda e as constantes replicações, sem as autorizações necessárias. Nesse interím, o direito passa a ter um papel importante na indústria da moda.

2.2 O “Fashion Law”

O Direito da Moda é uma nova vertente, que tem como base as relações jurídicas provenientes da propriedade intelectual relativa à indústria têxtil. É um ramo com grande poderio econômico, o qual traz consigo o reflexo histórico cultural dentro das sociedades, moldando as relações e papéis sociais, sendo um elemento importante dentro das individualidades de cada pessoa ou grupo social

Os profissionais da área da moda criam, expõe e colocam em prática todas as suas criações e desenhos pensados para públicos, estações e finalidades diferentes, com o objetivo de movimentar o mercado a níveis globais. Diante de tamanha importância, se vê necessário pensar nas relações jurídicas existentes entre a Moda e a Propriedade Intelectual, visto que não há leis específicas que visam solucionar os conflitos no atual sistema jurídico brasileiro.

Para isto, está em desenvolvimento um novo ramo do direito, o “*Fashion Law*”, que objetiva a regulamentação de toda a indústria da moda e de temas relacionados a este ramo (Soares, 2016).

Pode-se afirmar que o *Fashion Law* possui um caráter interdisciplinar, justamente por trazer nas suas discussões e possibilidades de atuação, diferentes tópicos de diversas áreas do Direito. No Brasil, ainda não há um código autônomo que verse sobre o direito da moda, mas existe a utilização

de normas de direito da propriedade intelectual, direito comercial, direito das obrigações, ao direito penal ou ao direito do trabalho para solucionarem as lides existentes. O Direito da Moda está sendo considerado, por muitos, um campo novo de atuação do Direito por trazer conhecimentos e necessidades específicas de uma indústria que gera, de forma ampla e globalizada, trilhões de dólares por ano no mundo e que tenta preservar os direitos autorais de seus artigos (Fernandes, 2020, p. 14).

O direito do moda arrecada muito dinheiro anualmente, mas também enfrenta inúmeros obstáculos, principalmente em relação à replicação em massa que ocorre dentro desta indústria. É necessário proteger esse ramo e garantir que os direitos autorais sejam respeitados.

Nesse viés, é mister que as empresas do ramo da moda contratem uma equipe jurídica competente e moderna, que seja capaz de proteger os produtores e esteja ciente das normas jurídicas pertinentes, pois não há um código específico que regule o mercado da moda.

Data vênia, é importante a presença de profissionais multidisciplinares que cuidem dos encargos trabalhistas; tributários; da questão da propriedade intelectual, assim como das licenças de marcas; do direito autoral e de todo o processo produtivo da empresa, a fim de evitar futuros conflitos (Soares, 2016, p. 13).

Ademais, é importante ressaltar que existe no mercado da moda uma dificuldade de caracterização do que seria uma cópia. Desse modo, quando é considerada as questões sociais e estruturais da distribuição dos produtos deste ramo, percebe-se que a alternativa utilizada pelas grandes marcas, em muitos casos, é a aceitação de uma marginalização de produtos que fogem à legitimidade, pela dificuldade em provar a replicação ilegal do produto (Alves, 2015).

Nessa verenda, mesmo sendo difícil provar a cópia não autorizada de um produto na indústria da moda, as empresas que verificarem a presença da replicação de sua marca, sem a devida autorização, pode entrar com uma Ação Penal e Cível em face de quem copiou a sua arte, trazendo consequências negativas para aquele que agiu de forma ilícita. Entende-se que as mercadorias originais, possuem uma identificação específica e a partir disso tornam-se produtos únicos que sejam válidos para a empresa que os produz (Fernandes, 2020).

Além disso, é possível perceber que ambientes virtuais estão mais propícios para a venda de produtos não originais, visto que quem publica ou anuncia tal produto, não necessariamente precisa se identificar, deixando um espaço mais confortável para que a prática ilícita seja aplicada.

Quando se fala sobre o processo criativo dentro do mercado de moda, é oportuno lembrar a diferença entre a referência e a cópia de fato. Muitos *designers* baseiam seus trabalhos em coleções de diretores de arte, e nomes influentes dentro desse mercado, para criarem novas confecções. No entanto, o processo de trazer essas vias como referência, se dá pelo estudo, pela pesquisa e pela concretização de um processo longo no qual vai se desenhando novas possibilidades, diante daquilo que já foi feito.

O fenômeno de criar possibilidades diz respeito a uma nova abordagem dentro daquilo que foi proposto. Acredita-se então, que a partir da referência, se tem um processo, e por meio deste, há uma nova criação. Já a reprodução de algo que já existe está baseada apenas no plágio meramente dito, sem toda uma dinâmica por trás da criação (Fernandes, 2020).

Um advogado responsável pela indústria da moda, deve estar sempre atento às tendências e modificações jurídicas dessa área, pois com a globalização ,

principalmente no ramo do vestuário, as empresas estão se aliando de diversas formas, como por meio de fusões, para diminuir os encargos legais e os custos de produção. Assim, é necessário muito entendimento técnico e aprimoramento na área de propriedade intelectual (Scafidi, 2012).

3 A IMPORTÂNCIA DA FISCALIZAÇÃO NA INDÚSTRIA DA MODA

A moda é um ramo muito importante para o mundo, não só economicamente, mas também socialmente. As diversas formas as quais a moda se expressa refletem as mudanças e necessidades humanas, conforme já visto nos capítulos anteriores. No viés das vestimentas, a forma como a pessoa veste e se apresenta, diz muito sobre a imagem que ela quer passar.

Portanto, a relação de uma peça de roupa ou marca altera percepções e vivências no dia a dia. Desse modo, até as profissões dos indivíduos são marcadas por simbologias na forma de vestir. Um advogado, por exemplo, deve se portar com vestimentas formais, como ternos; camisas sociais e calças de alfaiataria. As roupas refletem como se espera que determinadas pessoas se vistam dentro dos papéis sociais que eles exercem (Crane, 2006).

Os indivíduos podem vir a ser julgados pelas cores, marcas; texturas; recortes ou mesmo o gênero da roupa que utilizam. Dentro dessa perspectiva em relação às novidades e às inúmeras formas de vestir, indaga-se sobre até que ponto a facilidade que o mundo virtual trouxe, impacta de forma positiva na indústria da moda (Fernandes, 2020).

Segundo as estatísticas da *Fashion United* (2022), após a pandemia, ocasionada pela COVID-19, as compras pela *internet* aumentaram muito, mudando consideravelmente a forma como a moda passou a se manifestar, pois com a rapidez das tecnologias, propaga-se com mais facilidade as fotos e vídeos dos indivíduos, sendo mais prático visualizar as tendências que estão sendo usadas pelas pessoas e aquilo que mostra-se como brega.

Com os cidadãos acessando a *internet* cotidianamente, aumenta-se as divulgações de roupas, assim como a replicação dos modelos de vestimentas que possuem maior demanda no mercado. Tudo isso, acaba por tornar a indústria da moda mais acessível, pois um modelo de uma grande marca que só podia ser comprado por uma pessoa com maior poder aquisitivo, começa a ser produzido por empresas menores e passa a ser usado por indivíduos de diferentes classes sociais.

Um *site* muito conhecido mundialmente é a “*SHEIN*”, que vende roupas e acessórios modernos e de diferentes materiais, com um preço bem acessível, conquistando um público vasto. Assim, estas vitrines virtuais são muito importantes, mas deve haver uma fiscalização muito severa, para que a acessibilidade na indústria da moda não passe a ser um elemento mais importante que o respeito aos direitos autorais.

A inspiração é algo muito moderno e necessário, porém a cópia integral do *designer* de uma peça é uma atitude grave. O ordenamento jurídico brasileiro tem que estar preparado para proibir e controlar casos de violação severa à propriedade intelectual, como forma de garantir respeito à criatividade dos diversos artistas brasileiros e internacionais.

3.1 Propriedade intelectual

Propriedade intelectual é o nome dado à proteção de determinada obra ou

objeto criado por alguém. O objetivo é garantir que o artista ou a marca tenham direitos sobre a obra produzida. Dessa maneira, entende-se que pensar em um projeto, requer muito tempo, estudo e dedicação. Assim, é injusto que o criador não tenha uma proteção e determinados poderes sobre sua produção (Catão, 2019).

O intuito da propriedade intelectual é evitar que outras pessoas ou empresas copiem o trabalho árduo de alguém e tenha lucro acima do esforço de outro indivíduo. Neste sentido, é mister mencionar que há diversas formas de propriedade intelectual, tendo cada uma função específica de acordo com a necessidade, conforme observa-se na imagem abaixo.

Figura 1: Propriedade intelectual



Fonte: UFJF, 2023.

Perante o exposto, nota-se que no Brasil há três tipos de propriedades intelectuais, sendo elas; a Propriedade Industrial; O Direito Autoral e a Proteção *Sui Generis*. O artigo em questão abordará apenas aquelas que são importantes e usuais na indústria da moda, já que o foco deste trabalho é estudar a moda e principalmente o Direito Autoral dentro deste ramo.

Nessa verenda, foi criada em 1996, a Lei nº 9.279/96, com o fim de regular e proteger a propriedade industrial, preocupando com a fiscalização das marcas, registros e patentes, por exemplo.

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 (BRASIL, 1996).

Na indústria da moda, proteger a propriedade industrial demonstra uma preocupação em respeitar cada marca e patente registrada, evitando que terceiros passem a copiar; utilizar e comercializar obras que não lhe pertencem. O registro de marcas é concretizado para demonstrar que o conjunto de produtos ou serviços

ofertados por uma empresa pertence a ela, pois reflete na forma como a sociedade enxerga essa instituição. Uma marca traz consigo uma história e esta deve ser respeitada (Basso, 2000).

Art. 123. Para os efeitos desta Lei, considera-se:

I - marca de produto ou serviço: aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa;

II - marca de certificação: aquela usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada; e

III - marca coletiva: aquela usada para identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade (BRASIL, 1996).

O registro de marca dura por 10 (dez) anos, podendo este prazo ser prorrogado. Ademais, é importante mencionar sobre as patentes, as quais são conhecidas como, patentes de invenção que traz algo novo e o modelo de utilidade, que não revela uma novidade em si, mas sim uma melhoria prática de algo que já existe. Para registrar uma patente, deve-se levar em consideração alguns critérios (BARBOSA. 2003).

Três são os pressupostos indispensáveis para o registro de patente: novidade, ou seja, nunca ter sido executada ou usada anteriormente possibilidade de aplicação industrial; e atividade inventiva nos casos da patente de invenção, ou ato inventivo nos casos de modelo de utilidade. A atividade inventiva impõe que a invenção a ser patenteada deve representar um salto de desenvolvimento em relação ao estado da técnica anterior, sendo certo que isso deve ocorrer de maneira “não óbvia”, ou seja, se a invenção decorre de maneira evidente, não pode ser protegida por patente. Já a atividade inventiva significa que a criação deve apresentar uma melhoria funcional ou de fabricação ao estado anterior do produto, não podendo, também, ser algo comum, vulgar ou óbvio (Catão, 2019, p. 12).

Data vênua, no mercado da moda todas as propriedades industriais são importantes, mas este artigo abordará apenas a marca e a patente, pois reflete em conceitos que são muito utilizados ao longo do trabalho e merecem uma breve explicação, já que apresentar detalhes de todas as propriedades industriais, representaria uma perda no foco do artigo.

Por outro lado, o próximo tópico destinará apenas ao Direito Autoral, uma vez que esta propriedade intelectual é a mais importante para este arcabouço teórico, necessitando de uma atenção especial.

3.2 A Lei 9.610/98 e o Direito Autoral

Na indústria da moda, proteger os direitos autorais significa resguardar os artistas e preservar as verdadeiras histórias por trás das criações. O direito autoral é protegido mesmo sem o registro da obra, ou seja, se o indivíduo teve a ideia, realizou a criação da arte e consegue provar isso, ele já possui os direitos autorais sobre a obra produzida (Costa, 2022, p. 14).

Contudo, é muito comum observar projetos sendo replicados e falsos autores tentando se passar por oficiais criadores, com o intuito de ganhar dinheiro e fama em trabalhos que não foram eles que produziram. E é por isso, que foi criada a Lei nº 9.610/98, para regulamentar os direitos autorais (Brasil, 1998).

Segundo a Legislação supracitada, existem diversas formas das prerrogativas dos autores serem violadas, por isso a criação da lei, junto a uma severa fiscalização, é medida importante para proteger os artistas e suas obras. Nesse sentido, é mister entender alguns conceitos cruciais dispostos na Lei nº 9.610/98.

Art. 5º. Para os efeitos desta Lei, considera-se:

I - publicação - o oferecimento de obra literária, artística ou científica ao conhecimento do público, com o consentimento do autor, ou de qualquer outro titular de direito de autor, por qualquer forma ou processo;

II - transmissão ou emissão - a difusão de sons ou de sons e imagens, por meio de ondas radioelétricas; sinais de satélite; fio, cabo ou outro condutor; meios óticos ou qualquer outro processo eletromagnético;

III - retransmissão - a emissão simultânea da transmissão de uma empresa por outra;

IV - distribuição - a colocação à disposição do público do original ou cópia de obras literárias, artísticas ou científicas, interpretações ou execuções fixadas e fonogramas, mediante a venda, locação ou qualquer outra forma de transferência de propriedade ou posse;

V - comunicação ao público - ato mediante o qual a obra é colocada ao alcance do público, por qualquer meio ou procedimento e que não consista na distribuição de exemplares;

VI - reprodução - a cópia de um ou vários exemplares de uma obra literária, artística ou científica ou de um fonograma, de qualquer forma tangível, incluindo qualquer armazenamento permanente ou temporário por meios eletrônicos ou qualquer outro meio de fixação que venha a ser desenvolvido;

VII - contrafação - a reprodução não autorizada [...]. (Brasil, 1998).

Diante das explicações acima, nota-se que a partir da publicação, as pessoas passam a conhecer de fato uma obra, enquanto que a transmissão é o fenômeno de espalhar o que foi produzido para outros indivíduos. Ademais, foi explicitado o conceito de retransmissão, que é quando há ao mesmo tempo mais de uma transmissão ao público e o de distribuição, sendo essa o ato de disponibilizar às pessoas, determinado título.

Além disso, a comunicação é a atitude de propagar a obra aos indivíduos; a reprodução é o ato de replicar aquilo que já foi produzido e a contrafação, significa realizar uma reprodução, mas sem requerer licença ou permissão do autor (Brasil, 1988).

Todos os conceitos acima citados, servem como forma de perceber a importância dos direitos autorais, já que são denominações cruciais para compreender sobre como estes direitos são adquiridos e também quais as formas de suas violações. Desse modo, quando há uma transmissão não autorizada ou uma contrafação, significa que os direitos autorais dos criadores não foram respeitados.

É notório que certas violações aos direitos autorais podem vir a ocorrer no mundo da moda, como por exemplo, quando uma marca copia um *designer* de roupa ou de acessórios de sua concorrente, desencadeando em um dever de reparar o dano, por meio do pagamento de indenizações e multas aos verdadeiros autores da obra, conforme preconiza a Lei de proteção aos direitos autorais (BRASIL, 1988).

Nessa conjuntura, é importante citar um caso de violação aos direitos autorais, como forma de demonstrar a atuação do Poder Judiciário frente a este assunto. No ano de 2016, Lolita Zurita Hannud, estilista e proprietária da Marca de vestimentas femininas, “Lollita”, percebeu que diversas das peças criadas por ela e

confeccionadas pela sua empresa, estavam sendo copiadas e vendidas em todo o Brasil (Pastori, 2020, p. 31).

Figura 2: Violação aos direitos autorais



Fonte: Brasil, 2020.

Em face do exposto, Hannud notificou as empresas que estavam replicando suas roupas. No entanto, todas as lojas afirmaram que não estavam violando os direitos autorais da marca “Lollita”, dizendo que apenas vendiam as peças, transferindo a responsabilidade pelo ocorrido para a empresa que confeccionava as vestimentas.

Dessa maneira, a estilista entrou com uma Ação de Antecipação de provas, sob o nº 1097325-90.2016.8.26.0100/SP, em face da marca, Esmeral Confecções, que estava replicando suas obras. A empresa adversária alegou que não existia registro da propriedade industrial. Porém, o juiz da 12ª Vara Cível da Comarca da Capital de São Paulo, entendeu que houve sim violação aos direitos autorais da loja, “Lollita”, já que este não depende de registro, mas de comprovação de que as peças tinham sido de autoria da artista (Brasil, 2020).

A estilista juntou aos autos, documentos e os seus modelos, para demonstrar que os fatos alegados eram verdadeiros e que além da violação aos direitos autorais, estava ocorrendo um exemplo de concorrência desleal, pois os produtos replicados estavam sendo vendidos por valores muito inferiores àqueles anunciados por Lollita (Pastori, 2020).

Tendo em vista a decisão favorável do juiz, a estilista Hannud entrou com uma Ação por dependência, pleiteando por danos morais e materiais em face à indústria de confecção. Destarte, nota-se que de acordo com o que preconiza a legislação nº 9.610/98 e a decisão favorável no processo de produção de provas, o pedido de Lollita tem grandes chances de ser julgado procedente, fazendo com que a adversária venha a indenizar a autora.

Posto isso, é notório que no mundo atual e globalizado, quando há violação aos direitos autorais na indústria da moda, há uma propagação muito grande dos modelos replicados, trazendo grandes mudanças no cenário *fashion* e causando, em muitos casos, ameaças aos direitos inerentes dos autores. Nessa verenda, será

explicado do tópico seguinte sobre o “*Fast Fashion*” e os pontos negativos deste fenômeno.

3.3 Os riscos do “*Fast Fashion*”

O *Fast Fashion* é o nome que se dá ao fenômeno de produção de vestimentas e artigos diversos, em grande escala. Em português, o termo significa, moda rápida, o objetivo é confeccionar em uma quantidade maior para, em tese, fornecer um produto mais barato aos consumidores. Algumas lojas de departamento são um exemplo de *Fast Fashion* (Neves, 2020).

No entanto, muitas vezes, o que acontece é uma perda na qualidade dos produtos, pois são confeccionados sem uma atenção primordial aos detalhes e, em alguns casos, os tecidos não são de tanta qualidade. Dessa feita, as pessoas podem vir a comprar o produto buscando economia, porém acabam deparando-se com algo de pequena vida útil, que em pouco tempo passa a ser descartado.

Na atualidade, a procura pelo lucro é tão grande que os produtos não são feitos para durar, mas sim para estragarem, fazendo com que os indivíduos comprem outros posteriormente. O *Fast Fashion* foi criado em 1970, no entanto só popularizou no mundo em 1999 (Neves, 2020, p. 11).

Destarte, com o este fenômeno, grandes marcas, que possuem renome e produzem poucas unidades de cada peça, como *Donatella Versace* e *Louis Vuitton* passam a ser replicadas em seus *designers*, por empresas que copiam os modelos e fabricam em grande quantidade (Fernandes, 2020).

Logo, por mais que o público de uma loja de departamento seja diferente daquele das grifes, é importante que as marcas de luxo saibam se posicionar no mercado e não aceitem imitações severas, pois isso prejudica o seu nome. Portanto, é importante a democratização do mercado da moda, mas de uma forma criteriosa e sem cópias literais, que não tenham respeito ao produto original.

Além disso, o *Fast Fashion* é um sistema que gera muito lixo e resíduos poluentes, trazendo riscos também ao meio ambiente, já que a produção é grande e, muitas vezes, não há um investimento em alternativas biodegradáveis, o que pode vir a gerar um acúmulo de dejetos, assim como o uso de uma matéria-prima poluidora.

Sabe-se que na atualidade, investir em alternativas limpas e que não geram riscos ao meio ambiente é algo custoso, por isso muitas empresas que utilizam do sistema de moda rápida, não preocupam com essa questão (Carvalho, 2017, p. 47).

Um outro fator negativo da *Fast Fashion* é que ele dá origem à concorrência desleal com os artistas autônomos e marcas pequenas, pois vendem os artigos em um valor inferior, já que produzem em grande escala e sem respeitar tanto a natureza. Nessa verenda, as empresas menores não conseguem competir com as fábricas que utilizam desse fenômeno, ocasionando em graves prejuízos financeiros às marcas menores (Neves, 2020).

Outrossim, com o intuito de obter lucro a todo instante, muitas empresas ao redor do mundo, acabam por não garantir o direito aos seus trabalhadores, fazendo com que haja trabalho análogo à escravidão. Sendo este um labor em que as pessoas desenvolvem suas atividades, em condições tão miseráveis e recebendo tão pouco pelo serviço, que é comparado à época da escravidão.

As consequências do *Fast Fashion* podem ser vistas, por exemplo, na mão de obra não regulamentada, pois para diminuir significativamente o custo das peças, as empresas apelam para a mão de obra análoga a escrava. Essa

produção se concentra, principalmente, no Sudeste Asiático em países como a Índia, Coreia, Paquistão e China . Além do impacto social, há também o impacto ambiental. A indústria têxtil está entre as quatro que mais consomem recursos naturais. A produção de roupas e calçados tem causado diversos impactos ambientais cotidianamente, dentre os principais estão problemas na água, pois, no processo de produção de peças de vestuário, são utilizados milhares de litros de água; problemas atmosféricos: geralmente indústrias têxteis lançam ao ar imensas quantidades de dióxido de carbono, metano e outros gases; problemas no solo: devido, principalmente, ao descarte incorreto de peças de vestuário ou sobras da produção da mesma em aterros sanitários ou a céu aberto ocasionando resíduos sólidos (Guimarães, 2019, p. 9).

Diante disso, nota-se que o *Fast Fashion* é uma alternativa que gerou ao mercado muito lucro e revolucionou a indústria da moda, trazendo acessibilidade neste ramo. Contudo, este fenômeno também revela traços negativos, como a baixa qualidade dos produtos, em alguns casos, assim como problemas ao meio ambiente e na regulamentação trabalhista, trazendo consequências negativas tanto para as grandes grifes, quanto para os pequenos artistas.

4 DESAFIOS E CONQUISTAS NO MUNDO DA MODA

O século XXI, mudou significativamente a relação das pessoas com a moda. Neste período, aumenta-se cada vez mais as lojas de departamentos. Outrossim, com a *internet* ficou ainda mais fácil acompanhar o mercado da moda e vestir-se de forma moderna, pois além das milhares de lojas virtuais, há também a presença dos *influencers* digitais, uma nova profissão da atualidade (Costa, 2022).

O intuito dessas pessoas é divulgar as lojas e marcas que fazem parcerias com elas, a fim de criar um conteúdo para os consumidores, apresentando os melhores produtos destes lojistas e o que está em alta no mercado (Pastori, 2020).

A presença dos *influencers*, aquece ainda mais a indústria da moda, gerando um desejo nas pessoas de quererem vestir e utilizar os produtos que estes indivíduos utilizam. A missão desses influenciadores é fazer com que os cidadãos passem a inspirar-se no seu estilo de vida e comecem a comprar os artigos que eles divulgam, para que haja cada vez mais marcas querendo os contratar (Campos, 2018).

Dessarte, é importante destacar que antes, as pessoas inspiravam-se nos artistas da televisão e queriam utilizar acessórios e vestimentas parecidas com aquelas utilizadas pelos atores. Contudo, não eram artigos acessíveis a todos, fazendo com que apenas aqueles com maior poder aquisitivo tivessem acesso aos produtos mais modernos.

No entanto, o comércio virtual e as redes sociais mudaram a forma da sociedade enxergar a moda, mostrando que é possível utilizar os artigos de pessoas famosas, pagando um preço bem abaixo daquele cobrado pelas marcas de luxo. Tudo isso, demonstra conquistas para a indústria da moda, vez que com a produção em larga escala, os objetos passam a ser produzidos por um preço reduzido, chegando até os consumidores finais por um preço justo (Alves, 2015).

Não obstante, além dos pontos positivos, a nova era também trouxe diversos fatores negativos, como os já citados neste artigo, que se referem a uma maior facilidade de violações aos direitos autorais, com a consequente replicação dos produtos expostos no ambiente virtual (Pastori, 2020).

Ademais, muitos influenciadores acabam por aproveitar da sua fama para

incentivarem o consumo exacerbado. Dessa forma, em muitos casos, o indivíduo nem precisa do produto, mas acaba comprando pelo desejo de ficar parecido com aquela pessoa que ele acompanha todos os dias nas redes sociais, buscando uma perfeição que só existe dentro das telas (Campos, 2018).

Portanto, os cidadãos devem refletir cada vez mais sobre o que realmente precisam comprar e sobre qual estilo deseja utilizar, pois a moda não deve ser baseada somente na inspiração dos artistas ou blogueiros, mas sim na essência e no que fica deslumbrante para cada um.

A indústria da moda tem espaço para muitas empresas, só é necessário que cada uma aja com respeito ao mercado, pois muitas indústrias utilizam da má-fé e da concorrência desleal para obter vantagem sobre a mercado, tendo lucros exorbitantes, através de atitudes desonestas e sem respeito aos demais artistas.

Tendo em vista a crescente disputa de mercado, é mister que os artistas e produtores pequenos registrem suas patentes e invistam em um *marketing* para os seus produtos. Com isso, não serão surpreendidos com o fato de verem suas criações sendo copiadas por grandes empresas. Assim como as marcas de grifes devem aumentar ainda mais sua fiscalização, para não serem vítimas de pirataria.

4.1 Caso Concreto

É proibido copiar em toda integridade a ideia de um criador. A moda tem que ser levada a sério, pois os autores devem ter os seus direitos autorais resguardados. É por isso que este artigo abordará um caso concreto, em que a artista teve que pleitear judicialmente pelos seus direitos, diante do projeto que produziu.

O exemplo que será citado neste trabalho, refere-se a um biquíni de crochê criado por Solange Ferrarini, moradora de Trancoso na Bahia. O modelo de roupa de banho formulado pela bahiana é muito criativo, diferente e foi criado para exaltar a beleza de cada uma das mulheres (Migalhas, 2023).

O biquíni possui triângulos de brim e a artista o criou com pontos de crochê e elásticos coloridos, sendo uma peça muito especial. Inicialmente a artesã não tinha a intenção de vendê-lo, mas as pessoas elogiaram tanto a criação, que Solange começou a produzir manualmente algumas peças para comercializar. A região onde a artesã mora recebe a visita de muitos turistas, tanto brasileiros, quanto do exterior e grande parte das mulheres ficaram encantadas com os trajes de banho formuladas pela artista, o que fez a artesã vender vários modelos em Trancoso.

Entretanto, o que Ferrarini não esperava era que uma estrangeira, nascida na Turquia e naturalizada americana, chamada Ipek Irgit, iria comprar um biquíni confeccionado por Solange e teria a ideia de criar um protótipo na China, lançando uma marca nos Estados Unidos, chamada "*Kiini*", com peças praticamente idênticas às aquelas criadas por Solange (Migalhas, 2023).

Figura 3: O modelo dos biquínis



Fonte: MIGALHAS, 2023.

O biquíni representado à esquerda é uma criação de Solange, enquanto que o da direita é da marca *Kiini*. Ao analisar ambos os modelos, nota-se que Irgit não inspirou-se na artesã bahiana, mas sim copiou de maneira praticamente idêntica o traje de banho criado pela brasileira. A diferença entre elas é que Ipek ganhou milhões de dólares comercializando os biquínis mundialmente, enquanto Ferrarini continuou vendendo sua obra de arte em Trancoso, para os turistas e moradores locais.

O curioso deste caso é que muitas marcas famosas tentaram copiar alguns detalhes do biquíni e Irgit entrou na justiça americana contra essas empresas, vez que havia patenteado o traje de banho e não aceitava que nenhuma marca replicasse o modelo. Todas as disputas judiciais foram ganhas por Irgit contra as empresas que tentavam copiar o biquíni de tricô.

A atitude da americana naturalizada demonstra uma grande falta de ética, vez que além de ter copiado e patenteado um produto que não era seu, ainda ganhou muito dinheiro judicialmente, quando entrou na Justiça em desfavor a empresas que replicavam detalhes do biquíni que ela dizia ser seu.

A replicação inicial dos biquínis de Solange começou no ano de 2013, mas a brasileira só foi descobrir que seus trajes estavam famosos no mundo inteiro, anos mais tarde. Destarte, em 2019, Ferrarini entrou com uma Ação Judicial nos Estados Unidos, pleiteando pelos seus direitos autorais, demonstrando que o biquíni não foi desenhado por Irgit, mas sim pela bahiana (Migalhas, 2023).

Ferracini conseguiu comprovar que o modelo era de sua autoria, pois Irgit tinha na sua caixa de email, fotos do ano de 2013, em que aparecia um dos biquínis e todas as medidas e formas para a produção. Quando dava-se um “zoom” nas imagens, conseguia-se visualizar a etiqueta com o nome da marca de Solange e a palavra, Trancoso, cidade onde a artesã vive e vende suas peças.

Contudo, mesmo com as provas, a Justiça Americana arquivou o processo de

Solange contra Ipek, pois a denúncia deveria ter sido feita até o ano de 2016. Dessa forma, Ferracini não teve seus direitos autorais reconhecidos e a marca *Kiini* continua ganhando muito dinheiro e tendo a patente de um produto que não foi criado pela empresa, mas sim copiado (Migalhas, 2023).

O autor deste artigo é um amante da moda e das criações de artistas de Trancoso/Bahia, pois também trabalha nesta cidade, com decorações de casamentos. Dessa forma, acompanha de perto a arte dos pequenos criadores, sempre dando preferência a eles, ao comprar os artigos decorativos para os eventos. Logo, o mesmo ficou muito intrigado ao ler e dissertar sobre o ocorrido com Solange Ferrarini.

A dificuldade de se destacar em um mercado tão competitivo é grande e os criadores de Trancoso lutam todos os dias para verem sua arte fazendo sucesso entre os turistas. Posto isso, é muito triste ver uma estrangeira se apropriando de uma arte brasileira e ganhando tanto dinheiro encima de algo que não produziu. Ferrarini ficou arrasada, ao ter que lidar com a apropriação indébita da sua arte, aliada à ingratidão de alguém que não lhe disse nem um “obrigada”.

Histórias como esta de Solange, demonstra a necessidade de aumentar a fiscalização e criar mecanismos mais eficazes para a proteção dos direitos autorais. Se isso não acontecer, milhares de artistas criativos acabarão perdendo direitos sobre suas criações para empresas maiores, que podem vir a aproveitar da vulnerabilidade daqueles que não têm condição de patentear suas ideias ou que não têm dimensão do valor e da importância de suas obras.

4.2 O equilíbrio – Direito Autoral e Moda

Durante todo este artigo, buscou-se discutir a problemática do respeito aos Direitos Autorais no universo da moda. É notório que o objetivo do capitalismo é obter lucro. O mercado em prol dessa premissa, acaba por ser bem competitivo, fazendo com que diversas empresas comecem a copiar modelo de outros artistas ou venham a ser omissos com questões importantes relacionadas ao *Fashion Law*.

É evidente que a acessibilidade dentro do ramo da moda é algo muito importante, mas o problema é quando essa democratização desencadeia em uma propagação em massa das peças, fazendo com que algumas empresas passem a se apropriar disso e replicar as obras (Catão, 2019).

A replicação em massa pode ocorrer frente a grandes marcas, quanto em relação a pequenos artesãos, como foi o caso apontado neste trabalho, em que *Ipek* apropriou-se da arte de Ferrarini e obteve muito lucro encima de algo que era de autoria de uma artista que não tem renome (Migalhas, 2023).

Muitas marcas quando descobrem que seus modelos de artigos estão sendo replicados, prejudicando o lucro, acabam por pleitear judicialmente pelos direitos autorais dos seus produtos. Porém, em sede de contestação a empresa que copiou a obra, em muitos casos, acaba alegando que não se aplica os direitos autorais diante de objetos funcionais, como vestimentas e acessórios diversos.

Data vênia, deve haver uma fiscalização muito grande quando o assunto são os direitos autorais, uma vez que se for copiada a arte e a marca comprovar o plágio, o pedido pode vir a ser acolhido e a empresa ré ter que parar de revender os produtos replicados, tendo ainda que reparar a grife, a título de indenização (Sponholz, 2019, p. 54).

O direito de criação sobre uma peça deve ser sempre protegido, pois é exaustivo criar algo e injusto ver a sua obra sendo replicada e utilizada com o nome

de outrem. No entanto, existem também as empresas que implicam com a replicação de certas vestimentas, alegando apropriação de uma criação sua, mas ao investigar pode-se perceber que não houve reprodução da identidade da marca, mas apenas uma inspiração.

Por isso, o Poder Legislativo tem que estar sempre acompanhando as evoluções da sociedade e deve criar leis que estejam em equilíbrio com o que é vivenciado na prática, principalmente em relação aos direitos autorais. E é dever do Poder Judiciário julgar com equilíbrio as Ações, a fim de investigar cada caso e entender quando à uma replicação severa da obra e em quais situações em que só há uma inspiração.

Ademais, é importante que patentear as obras, para que os artistas tenham seus direitos ainda mais garantidos e tenham maior facilidade em comprovarem sua autoria sobre as obras. Diante de tudo disso, quando as leis e as jurisprudências estiverem em pleno equilíbrio, entendendo os limites entre as cópias e a inspiração, a moda será uma indústria ainda mais lucrativa.

5 CONCLUSÃO

O trabalho em questão, buscou compreender a importância da moda para o mundo, demonstrando as constantes mudanças neste ramo ao longo dos anos. Ao analisar as variáveis em torno da indústria da moda, notou-se que um problema recorrente é o desrespeito aos direitos autorais.

Este arcabouço teórico teve como ponto inicial uma análise histórica, a qual foi capaz de nortear o trabalho, pois revelou traços importantes para o estudo da moda. Um exemplo é o fato de ter retratado que as réplicas vêm desde a antiguidade, pois os burgueses tentavam copiar os trajes utilizados pelos nobres.

Ademais, houve uma preocupação em explicar que a moda, no Brasil, não possui uma legislação própria, mas usa-se das diversas áreas do direito, como forma de proteger esse ramo. Foi demonstrado que o conjunto dessas proteções é conhecido como *Fashion Law* e os advogados que atuam nesta área, precisam ficar atentos às constantes modificações da moda e das inúmeras legislações aplicáveis neste ramo.

Um assunto que foi muito abordado ao longo da pesquisa foi a questão de ser necessário fiscalizar a indústria da moda, garantindo que os criadores tenham direitos sobre as obras produzidas. E é por isso, que esclareceu-se sobre o conceito de propriedade intelectual, que é a proteção a uma obra produzida por alguém. Também foi ilustrada cada uma das espécies desta propriedade.

Para este artigo, a propriedade intelectual que fora detalhada de maneira profunda foi o direito autoral, já que é o tema central do trabalho. Como maneira de demonstrar que o Poder Judiciário tem que lidar cotidianamente com casos de violações de direitos autorais, foi estudado o ocorrido com a marca "Lolita" que teve seus modelos de vestimentas copiados por uma grande fábrica de confecções, que revendeu as roupas para inúmeras lojas.

O Poder Legislativo deve produzir leis eficazes, como a Legislação 9.610/98, que visa proteger os direitos autorais dos artistas. Contudo, o Judiciário também tem o dever de agir, garantindo que estas prerrogativas sejam de fato respeitadas e é isso que espera-se que venha a ocorrer em situações como esta, da artista *Lolita Zurita Hannud*, vez que o caso ainda não foi concluído pela Justiça Brasileira, mas é necessário que a empresa que copiou os modelos da artista venha a indenizá-la, com um valor justo.

Neste artigo também foi explorado o *Fast Fashion*, fenômeno conhecido como moda rápida, em que as indústrias se inspiram em grifes e replicam muitos modelos destas marcas, produzindo artigos em grande escala.

Foi constatado que o *Fast Fashion* possui vantagens, como o fato de contribuir para a democratização da moda. Contudo, este fenômeno também é marcado por diversos pontos negativos, como o risco de violação aos direitos autorais de grandes marcas; o acúmulo de lixo; o desrespeito das leis trabalhistas em diversos países do mundo e os prejuízos que pode vir a trazer aos pequenos artistas, por exemplo.

A indústria da moda é um setor que gera muito lucro e a cada ano avança bastante, conforme foi demonstrado neste arcabouço teórico. Muitas são as conquistas deste ramo, o necessário é sempre manter uma fiscalização forte, a fim de coibir casos de violações de direitos no mundo da moda.

Este trabalho explicitou também o caso de Solange Ferrarini, uma artesã que mora em Trancoso e criou um modelo de biquíni diferente e chique, que faz sucesso entre as mulheres. Entretanto, este modelo de traje de banho foi copiado por uma estrangeira, que patenteou a peça e vende ao mundo inteiro.

Infelizmente, mesmo comprovando que os direitos autorais sobre o biquíni pertenciam à Ferrarini, ela não conseguiu nenhuma indenização e nem tampouco uma decisão favorável na Justiça, pois o processo tramitou nos Estados Unidos e os juízes arquivaram os autos, devido ao fato de Solange não ter entrado com a Ação em tempo hábil.

Diante de todo o exposto, conclui-se que o artigo conseguiu cumprir com o objetivo proposto, pois a partir das teses citadas, obteve êxito em demonstrar que se houver fiscalização a todo instante, a moda conseguirá crescer cada vez mais. Assim, este ramo poderá ser acessível e ao mesmo tempo, garantir o respeito aos direitos autorais dos diversos artistas espalhados pelo mundo.

REFERÊNCIAS

ALVES, Carla Segala. **Direito digital: a cópia é benéfica à indústria da moda?** São Paulo: Editora UOL, 2015.

BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual.** 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.

BARTHES, Roland. História e Sociologia do vestuário. *In*: BARTHES, R. **Imagem e moda.** São Paulo: Martins Fontes, 2005. (Inéditos, v. 3).

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

BAUDRILLARD, Jean. A moda ou a magia do código. *In*: A troca simbólica e a morte. (Parte III) São Paulo: Edições Loyola, 1999.

BRAGA, João. **História da moda: uma narrativa.** São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil.** Brasília: Senado Federal, 1988.

BRASIL. **Decreto nº 75.699, de 6 de maio de 1975**. Promulga a Convenção de Berna para a Proteção das Obras Literárias e Artísticas, de 9 de setembro de 1886, revista em Paris, a 24 de julho de 1971.

BRASIL. **Lei nº 9.279, de 14 de maio 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Brasília, DF: Presidência da República, 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm. Acesso em: 12 abr. 2023.

BRASIL. **Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 1998. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm. Acesso em: 14 abr. 2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. (1ª Câmara). **Processo n. 1078074- 86.2016.8.26.0100**. Juiz Cesar Ciampolini, 15 de abril de 2020. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/processos/120259441/processo-n-1078074-8620168260100-dotjsp>. Acesso em: 20 abr. 2023.

CATÃO, Yanka Basile. **Propriedade Intelectual e Moda**. Rio de Janeiro, 2019.

CAMPOS, Juliana Dantas Cunha. **Influenciadores digitais no mundo da moda, a campanha digital do produto saddle da dior**. Brasília, 2018.

CARVALHO, Wallentina. **Moda e economia: fast fashion, consumo e sustentabilidade**. Florianópolis, 2017.

COSTA, Valéria Pires. **Fashion Law: a proteção à Propriedade Intelectual do Design de Moda no Brasil**. Goiânia, 2022.

CRANE, Daiane. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Editora SENAC, 2006.

EMBACHER, Airon. **Moda e identidade: a construção de um estilo próprio**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 1999.

FASHION UNITED. Estatísticas na indústria da moda. **Meio virtual**, 2022. Disponível em: <https://fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics>. Acesso em: 19 abr. 2023.

FERNANDES, Maria Ana Teixeira. **Fashion law: a proteção da propriedade intelectual no mundo da moda e a relação do instituto do “trade dress” com a concorrência desleal**. Goiânia: Editora PUC Goiás, 2020.

FERRARINI, Solange. Criação de biquíni de crochê baiano acaba em briga judicial nos EUA. **Mgalhas**, 2023. Disponível em: <https://www.mgalhas.com.br/quentes/386273/criacao-de-biquini-de-croche-baiano-acaba-em-briga-judicial-nos-eua>. Acesso em: 18 abr. 2023.

GUIMARÃES, Bruna. **A moda e o espetáculo: um estudo de caso sobre Alexandre**

Herchcovitch. São Paulo, 2016.

GUIMARÃES, Yrlaine de Souza. **A relação entre o consumo do “Fast Fashion” e sustentabilidade ambiental**: uma análise com estudantes universitários pessoenses. João Pessoa, 2019.

KOSIK, Karel. **Dialética do Concreto**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

MARIOT, Gilberto. **Fashion Law**: a moda nos tribunais. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de moda**: a relação pessoa-objeto. São Paulo: Estação das Letras, 2008. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/386273/criacao-de-biquini-de-croche-baiano-acaba-em-briga-judicial-nos-eua>. Acesso em: 18 abr. 2023.

NEVES, Luiza Campos. **A exploração da mão-de-obra na fast fashion sob a ótica da teoria do sistema-mundo**. Goiânia, 2020.

PASTORI, Úrsula Medeiros de Carvalho. **Fashion law e a dupla proteção dos ativos da indústria da moda**: uma análise sob a perspectiva do direito autoral e da propriedade industrial. Brasília, 2020.

PITOMBO, Renata. Moda, cultura e sentido. *In*: **GHREBH**, São Paulo, n. 3, jul. 2003. Disponível em: <http://revista.cisc.org.br>. Acesso em: 18 abr. 2023.

SCAFIDI, Susan. Fiat Fashion Law! The Launch of a Label - and a New Branch of Law. *In*: SILVANIC, M. (ed.). **Navigating Fashion Law**: Leading Lawyers on Exploring the Trends, Cases, and Strategies of Fashion Law. Coletânea Inside the Minds, Estados Unidos da América. Aspatore Books, 2012.

SIMMEL, Georg. Da psicologia da moda: um estudo sociológico. *In*: SOUZA, J.; ÖELZE, B. **Simmel e a modernidade**. 2. ed. Brasília: Editora UNB, 2005.

SILVA, Poliana Sales. **Moda**: sua história e linguagem como meio de expressão identitária. Juiz de Fora, 2016.

SOARES, Viviane Ferreira de Lima. **Fashion Law**: o direito de propriedade intelectual aplicado à indústria da moda. Brasília, 2016.

SPONHOLZ, Daniela Faggion. **A proteção dos ativos de propriedade intelectual na indústria da moda e os desafios advindos da modernização da produção**: o uso não licenciado de direitos na indústria têxtil e de confecções. Florianópolis, 2019.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA - UFJF. **O que é a propriedade intelectual e quais as formas de protegê-la?** Juiz de Fora, 2023. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/critt/2023/01/30/o-que-e-propriedade-intelectual-e-quais-sao-as-formas-de-protege-la/>. Acesso em: 21 abr. 2023.