



DIOVANA DOS SANTOS BATISTA

**FASHION LAW: A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL
NA INDÚSTRIA DA MODA**

GUARAPUAVA
2023

DIOVANA DOS SANTOS BATISTA

**FASHION LAW: A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL
NA INDÚSTRIA DA MODA**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado
ao centro universitário Campo Real na Conclusão do
Curso de Direito

Orientador: João Ricardo Ribas Teixeira

GUARAPUAVA
2023

DIOVANA DOS SANTOS BATISTA

FASHION LAW: A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NA INDÚSTRIA
DA MODA

Trabalho de Curso aprovado com média _____, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em (NOME DO CURSO), no Curso de (NOME DO CURSO) da Faculdade Campo Real, pela seguinte banca examinadora:

Orientador (a) Presidente (a): _____

Membro: _____

Membro: _____

Guarapuava, _____ de _____ de 2023.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente aos meus pais, que estiveram presente comigo em toda a minha trajetória acadêmica, me apoiando emocionalmente e sempre acreditando no meu potencial. Agradeço também ao meu melhor amigo Matheus, que mesmo de longe me acompanhou neste árduo desafio que é o mundo acadêmico.

Agradeço aos meus colegas da Vara Cível do Fórum de Prudentópolis/PR, que me transpassaram um enorme aprendizado, o que contribuiu para o meu crescimento profissional na área do Direito.

Um agradecimento especial ao meu Orientador, professor Jota, o qual me despertou um certo interesse no ramo do Direito Empresarial. Suas sugestões e conselhos foram primordiais para a elaboração desta pesquisa.

Por fim quero agradecer a todos que contribuíram para a minha jornada acadêmica, aqueles que estiveram presente de alguma forma, aqueles que de certa forma me apoiaram e foram essenciais para a realização deste trabalho.

*Fashion should be a form of
escapism, and not a form of
imprisonment.*

Alexander McQueen

RESUMO

A moda é um fenômeno cultural e social, considerada uma arte e influencia de forma expressiva a economia em âmbito nacional e internacional, seja por meio, das indústrias têxteis, produção de roupas, desfiles de modas etc. Dessa forma, é importante pensar também nos direitos autorais no campo da moda, de que modo, pode ser garantido o direito à propriedade intelectual. O direito da moda ganhou espaço em âmbito mundial por causa de sua importância na economia e da indústria fashion. A grande quantidade de litígios envolve cópias e a necessidade de proteção e tutela para um mercado específico, como o da moda. O trabalho teve como objetivo discorrer sobre a Fashion Law, demonstrando o caso de cópias que ocorreu no Brasil, envolvendo uma marca famosa. Com base nisso, este estudo foi desenvolvido através da pesquisa bibliográfica, cuja busca ocorreu em teses, dissertações e artigos científicos que abordam sobre a moda e o *Fashion Law*, a proteção da propriedade intelectual na indústria da moda.

Palavras-chave: *Fashion law*, Moda. Direitos. Propriedade Intelectual.

ABSTRACT

Fashion is a cultural and social phenomenon, considered an art and significantly influences the economy on a national and international level, whether through the textile industry, clothing production, fashion shows, etc. Therefore, it is important to also think about copyright in the field of fashion, and how the right to intellectual property can be guaranteed. Motorbike direct has gained ground worldwide because of its importance in the economy and the fashion industry. The large amount of litigation involves copies and the need for protection and guardianship for a specific market, such as fashion. The objective of the work was to discuss Fashion Law, demonstrating the case of copies that occurred in Brazil, involving a famous brand. Based on this, this study was developed through bibliographical research, the search for which took place in theses, dissertations and scientific articles that address fashion and Fashion Law, the protection of intellectual property in the fashion industry.

Keywords: Fashion law, Fashion. Rights. Intellectual property.

1 INTRODUÇÃO

A moda tem um importante papel econômico e cultural na construção da sociedade, ela não é mera derivação ou reflexão de uma ordem social, mas faz parte da sua própria construção (Barnard 1996 apud Fiorini, 2008 apud BARREIRA 2014). No âmbito acadêmico, a moda é um objeto de estudo multidisciplinar, estando inserida em áreas como economia, sociologia, arte e também no direito.

Segundo Pedrozo (2015) apud Oliveira (2017), a história da moda atravessa os séculos refletindo os costumes e os acontecimentos da sociedade, acredita-se que ela teve seu início no período neolítico, quando o homem passou a utilizar peles de animais em sua vestimenta e difunde-se ao longo da história com o desenvolvimento da sociedade e o início das relações comerciais. Porém foi com a Revolução Industrial, quando passou a ter um aumento na produção industrializada de roupas, que ela teve sua ampliação e ascensão na sociedade¹.

O *Fashion Law* é um termo que foi criado por Susan Scafidi, no ano de 2005 nos Estados Unidos². O direito da moda engloba os estudos jurídicos não somente na proteção dos direitos intelectuais das criações de moda, como também nas relações jurídicas, que envolvem a produção industrial, contratos, relações econômicas e sustentabilidade e meio ambiente. Neste sentido ela não se limita somente à natureza jurídica de direito privado, mas também está inserida em questões de direito público, onde o Estado intervém com a proteção dos direitos humanos.

Por não possuir uma legislação própria, o direito da moda busca em vários ramos do direito sua forma de proteção, uma vez que não se tem um ramo jurídico específico para a moda. Uma das principais aplicações do *Fashion Law* é nas questões que envolvem a propriedade intelectual na indústria da moda.

A propriedade intelectual na legislação brasileira busca respaldo na lei 9.610/98, a qual regula a respeito dos direitos do autor, bem como determinar

¹Conforme explanado por Oliveira (2017, p. 10) “a verdadeira difusão da moda ocorreu através da Revolução Industrial, que permitiu a industrialização e a produção em massa da vestimenta, momento no qual a população em geral passou a ter acesso à moda em suas mais variadas formas”

² Segundo FERREIRA, Regina. Capítulo 1. Historiografia do Fashion Law e as Particularidades da Indústria da Moda no Brasil In: FERREIRA, Regina. Criminal Fashion Law - Ed. 2022. São Paulo (SP): Editora Revista dos Tribunais

quais obras intelectuais são protegidas por esta lei. As criações da moda não estão apenas ligadas a vestimentas, jóias, sapatos, acessórios e cosméticos.

O trabalho teve como objeto de pesquisa, apresentar os desafios da proteção à propriedade intelectual na indústria da moda, bem como quais os impactos que a violação da propriedade intelectual causa na indústria da moda.

Qual o meio necessário a ser adotado para proteger as criações de moda, como proceder neste meio pouco explorado no direito brasileiro e qual a importância de dar mais ênfase ao direito da moda.

O problema da pesquisa refere-se: “Quais as consequências da violação da propriedade intelectual na indústria da moda?” Embora não esteja prevista a proteção de produções de moda na LEI Nº 9.610 em seu artigo 7º, a regra geral - tanto em relação à legislação interna brasileira quanto às normas internacionais - é que não deve haver um elenco que inclua as diversas modalidades de obras intelectuais protegidas em caráter restritivo (BALTHAZAR, 2019).

Teve como objetivo principal analisar o impacto que a violação da propriedade intelectual na indústria da moda causa. A partir da pesquisa bibliográfica apontar de que forma ocorre, bem como, as suas consequências.

2 DIREITO DA MODA

O *Fashion Law* ou o direito da moda é um campo jurídico que se dedica à área de estudo nas relações legais e jurídicas relacionados à produção, fabricação e concepção de produtos relacionados à moda, isso engloba desde o desenvolvimento e fabricação das coisas tangíveis até questões legais como direitos autorais, marcas registradas, contratos comerciais, publicidade e proteção dos direitos humanos.

No campo dos direitos intelectuais, existe uma bipartição da proteção dos direitos, em razão do objeto a ser protegido. Dessa forma, diante da natureza do bem, ocorre seu enquadramento no regime de proteção: marcas, patentes, desenho industrial ou direito de autor. O design da moda figura no encontro do direito de autor com o desenho industrial, repercutindo também no direito concorrencial (FRAGOSO, 2018, p.9)

É um ramo que engloba tanto questões privadas, regulando os acordos entre empresas, designers e criadores, quanto aspectos públicos, os quais podem ocorrer intervenção do Estado para proteger interesses públicos, como a saúde e a ordem pública. O direito da moda integra várias áreas do direito, levando em conta a liberdade individual e o bem-estar coletivo.

Portanto, neste sentido fazem parte do estudo geral questões relacionadas ao meio ambiente, as relações trabalhistas, direitos humanos, direitos dos contratos, bem como o direito à proteção intelectual das criações de moda. Os aspectos jurídicos abrangem questões do direito público e privado.

Por não possuir uma legislação própria, o Direito da Moda busca em outros ramos do direito para resolver suas questões, é um ramo que não possui autonomia jurídica e adapta os princípios já existentes, criando novos princípios em busca de uma nova disciplina jurídica.

2.1 A IMPORTÂNCIA DA MODA NA SOCIEDADE

Para Damasceno, Almeida e Almeida (2019) o termo moda se origina do latim *modus* e significa medida, também tem origem francesa, que define estilo e hábito. É o modo ou estilo de agir e de se vestir, um sistema coletivo de hábitos ou usos que caracteriza o vestuário, acessórios, calçados, em um certo momento da história, ditados pelo mundo da moda.

Rocha (2019) diz que a moda é uma forma cultural e também um meio de comunicação, que apresenta um sistema de significados, crenças, valores, experiências de uma sociedade. A moda é um tipo de comunicação, portanto, a roupa seria um canal pelo qual uma pessoa envia mensagens para outra, através das vestes.

Neste sentido Barreira (2014) diz que:

A expressão da moda, por sua vez, se dá através dos produtos desenvolvidos e elaborados por designers na indústria ou nos sistemas artesanais. Assim, podemos conceituar como criações de moda aquelas que visam suprir alguma necessidade básica do ser humano ligada, por exemplo, à sua vestimenta, mas que a isso não se resumem, posto que levam em sua própria concepção aspectos ligados ao belo e à ornamentação (BARRERIA, 2014, p. 15)

Até a moda conquistar influência e proporção no mercado, os vestuários passaram por inúmeras transições. O desenvolvimento das civilizações foi essencial para que novas técnicas fossem criadas, como os tecidos, roupas, linho, couro, algodão etc. Assim, os primeiros povos a usarem roupas com a definição de status social, gênero e estética foram os sumérios e egípcios.

Damasceno, Almeida e Almeida (2019) dizem que a mídia também é uma fonte de propagação de tendências da moda, assim, produtos que são divulgados pela mídia, redes sociais ou meios de comunicação acabam aumentando o interesse e o desejo das pessoas por aquele produto apresentado ao público.

Na atualidade as indústrias de vestuários representam uma ampla parcela do mercado da moda internacional, entretanto, a profissão de alfaiate e costureira ainda persistem, devido ao interesse de algumas pessoas em encomendar roupas feitas sob medida, também devido ao fato de ser mais confiável e de melhor qualidade (Damasceno, Almeida e Almeida, 2019).

Na sociedade atual, na moda, o ciclo de vida dos produtos se torna cada vez mais curtos, em que é atribuída a função de cair nas graças do mercado e atingir o maior número de consumidores, em prazos curtos. O ciclo obedece a algumas etapas, sendo, introdução quando é feito o lançamento do objeto no mercado, o pioneiro, crescimento, quando ocorre aumento nas vendas estimulando a entrada de concorrência, desenvolvimento, este ocorre quando as vendas continuam crescendo havendo ampliação e expansão do mercado, maturidade quando as vendas adquirem clientela. A redução é o momento em que as vendas

devido ao lançamento de outras marcas concorrentes que encantam os consumidores (MOURA, 2018).

As tendências da moda atingem pessoas de todas as idades, influenciando os desejos e os meios de propaganda e publicidade. Os desfiles de moda são eventos em que as marcas de vestuário e estilistas mostram as novas coleções, divulgando para o mundo, conceitos e mensagem expressas através das roupas. É comum que os modelos sejam pessoas que seguem padrões de beleza impostos pela sociedade, o que contribui para chamar atenção do público que está assistindo o desfile, sendo este o objetivo dos desfiles de moda (DAMASCENO, ALMEIDA E ALMEIRA, 2019).

Nesse sentido, Skibinsk (2017, p.1) afirma que:

A moda está presente nas passarelas e nas ruas, entre os homens e as mulheres. Ela representa o modo de pensar, o sentimento passageiro e a personalidade de quem a cria e a utiliza. Seja na era de Hitler, sempre muito preocupado com a sua elegância e sofisticação, em que tivemos Hugo Boss como seu estilista pessoal e das agremiações nazistas, ou atualmente, na era do *e-commerce*, ela se faz imprescindível, tendo um papel fundamental na contextualização histórica da época em que se vive.

Portanto, a moda está em todos os lugares, assim a indústria da moda é um ramo multibilionário, um dos setores que mais cresce e apresenta um fluxo de capital movimentando a economia, gerando emprego e renda. Nesse sentido, é crucial abordar sobre os direitos e as possíveis formas de proteção, que devem ser dadas às criações do ramo da moda, em âmbito jurídico, com a aplicação do direito à propriedade intelectual (SKIBINSK, 2017).

A indústria da moda no Brasil apresenta grande importância para a economia, principalmente no que diz respeito a indústria têxtil e de confecção. A moda no Brasil, é uma indústria que reúne várias características manufatureiras e culturais, os produtos da moda muitas vezes são criativos e em alguns casos, nem tanto. (SOUZA, 2020). Atualmente é o segundo setor que mais gera empregos no país.³

Desta forma, o criminal fashion law é identificado como uma espécie de fashion law, não obstante não sejam questões jurídicas penais novas para a indústria da moda, observa-se que no atual contexto, de maior

³ Conforme explanado por Souza; Estevem (p. 1) “Comparativo na geração de empregos na indústria têxtil nas mesorregiões de Campinas-SP e Vale do Itajaí-SC”

sensibilidade, de comunicação dinâmica e de grande valorização do imaterial, o crime, ademais de suas consequências naturais, como imposição de penas restritivas à liberdade, gera danos à imagem corporativa, por vezes, de difícil reparação (SOUZA, 2020, p.43).

O progresso têxtil e de confecção, veio acompanhado de muitos problemas jurídicos, concorrência interna, produção de produtos, dentre outras irregularidades. Desse modo, tratar do direito penal de moda, não é o surgimento de uma nova forma de criminalidade ou a proteção de um bem jurídico, devido a importância econômica desse segmento, reflexos reputacionais gerados por uma questão criminal (SOUZA, 2020).

3 PROPRIEDADE INTELECTUAL

Barreira (2014) enfatiza que no Brasil a Propriedade Intelectual é respaldada pela Constituição Federal, por meio da Lei nº 9.610/1998 (referente aos direitos autorais) e a Lei nº 9.279/1996 (alusiva à propriedade industrial).

No Art. 1º da referida lei, regulamenta os direitos e obrigações relacionadas à propriedade industrial.

O Art. 2º acerca da proteção dos direitos que concernem à propriedade industrial, leva em conta o seu interesse social e desenvolvimento econômico e tecnológico do País, efetua-se diante da concessão de patentes de invenção e do modelo de utilidade. Os incisos II – concessão de registro de desenho industrial, III – concessão de registro da marca, IV – repressão de falsas indicações geográficas e repressão da concorrência desleal.

No Art 3º, inciso I - desta lei, se refere ao pedido de patente ou de registro proveniente do exterior e depositado no país, por alguém que tem a proteção assegurada. O inciso II – a pessoas domiciliadas no país e assegura aos brasileiros que moram no Brasil a reciprocidade de direitos equivalentes ou iguais. (BRASIL, 1996).

Já o Art. 5º, considera como bens móveis para efeitos legais, direitos de propriedade industrial.

Barreira (2014) expressa que o princípio do respeito dos direitos da propriedade intelectual dos criadores se traduz no reconhecimento de direitos exclusivos relacionados à exploração do objeto da propriedade intelectual de quem não possui direitos sobre este objeto. A proteção da propriedade intelectual é uma

medida para proteger e promover a inovação, a criatividade e o desenvolvimento econômico e cultural.

3.1 PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NA INDÚSTRIA DA MODA

O progresso têxtil não veio desacompanhado de problemas jurídicos, para fazer frente diante a produtos estrangeiros e a própria concorrência interna, muitas empresas passaram a incorporar a informalidade no negócio. Dessa forma, muitas irregularidades que vão desde a lavagem de dinheiro, violação de direitos humanos e individuais. (SOUZA, 2020).

O direito da moda conhecido como *Fashion Law* é um tema que vem obtendo destaque e visibilidade ao decorrer dos anos, tendo como um de seus objetivos a proteção da propriedade intelectual da indústria da moda. Os direitos do autor têm regulamentos nacionais e internacionais, que se complementam. O aperfeiçoamento técnico, incessantemente empreendido, formas de produção e utilização das obras e desenvolvimento necessário. (LOURENÇO, 2021).

Skibinsk (2017) apregoa que a proteção de detentores de direitos pode ser garantida no Brasil, por meio da Propriedade Intelectual no que diz respeito às produções provenientes do intelecto. Os direitos referentes às produções intelectuais possuem como objetos de interesse invenções, modelos e desenhos industriais. Esses direitos são fundamentais e possuem caráter patrimonial e direito moral do autor.

Dessa forma, os direitos da Propriedade Intelectual se referem a um conjunto de bens imateriais e incorpóreos, conferidos ao autor e criador de determinado produto. Os direitos da Propriedade Intelectual permitem excluir terceiros dos benefícios do trabalho do estilista criador, isto é, no seu nome ou de seu empregador, sendo o criador o único beneficiário de sua ideia. São esses direitos que possibilitam recuperar investimentos e esforços colocados na criação (SKIBINSK, 2017).

4.APLICABILIDADE DO DIREITO DA MODA NO BRASIL

A moda além ser uma arte e um meio de expressão é também um dos setores econômicos que geram lucro na economia mundial. Diante da

importância da moda na sociedade atual, vem sendo desenvolvido o Direito da Moda, denominado *Fashion Law Institute*, que tem localização em Nova Iorque e oferece treinamento para advogados neste campo. (BARREIRA, 2014).

Segundo Bezerra (2014) a moda é uma área que apresenta grande crescimento econômico que movimenta o mercado, gerando empregos em várias áreas. Entretanto, embora seja tão importante, tem sido negligenciada em inúmeros quesitos. Desse modo, com a grande abrangência da indústria da moda, é preciso priorizar a proteção dos seus criadores, englobando a proteção de seus criadores, incluindo suas obras que são cada vez mais, alvos de falsificação.

Com a garantia de proteção, incentiva-se a revelação e a disseminação de informações e inovações, pois o criador se sente seguro contra possíveis condutas que possam prejudicá-lo, pois caso esteja diante de algum empecilho, poderá tomar as medidas legais cabíveis à sua situação (SKIBINSK, 2017, p. 5)

O direito da moda vem despertando maiores interesses no meio jurídico, é de extrema relevância abordar um tema tão atual e que tem se demonstrado uma área de atuação para profissionais do direito. Mesmo que não exista uma legislação específica para o direito da moda, é de suma importância a proteção jurídica neste meio, uma vez que falamos de criações de propriedade intelectual, as quais, por meio da pirataria, acabam por ser violadas (BARREIRA, 2014).

Conforme Barreira (2014) o debate acerca das regras da Propriedade Intelectual na moda é um assunto novo em âmbito mundial, exceto Japão e França que possuem legislação específica. No Brasil, não há esse tipo de regulamentação, bem como, as doutrinas e jurisprudências ainda são poucas. Com isso, dificulta a resolução de conflitos que venham surgir nesta área.

A violação da propriedade privada no âmbito industrial tem um grande impacto econômico, o peso econômico da moda é expressivo: a indústria da moda e do luxo movimenta anualmente bilhões de euros (FRAGOSO, 2018). Bem como traz um impacto Ambiental, uma vez que a produção em larga escala por meio das *fast fashions*, tem gerado um acúmulo de lixo têxtil.

Moreno (2019) acentua que as criações de moda, embora expressem conceito de obra de arte possuem características únicas, pois se restringem às necessidades do mercado em que a forma precisa atender às

expectativas estéticas do consumidor, sendo reproduzida em larga escala. Apesar desse aspecto, a produção de moda ainda é importante, bem como, a tutela pelo direito do autor. A indústria da moda reconheceu a viabilidade de proteção de produtos por direito autoral em diversos casos.

Cabe frisar que o direito autoral é o direito que o autor possui de usufruir de benefícios provenientes da sua criação, isto é, o direito que o autor tem sobre sua obra. As criações da moda, mesmo apresentando um conceito de obra de arte, possuem características únicas (MORENO, 2019).

Bezerra (2014) afirma que a moda é uma área que cresce de forma expressiva e carece de proteção. O Direito da moda não foi lançado somente como uma mera oportunidade, mas como um meio de formação de designers e promoção de investigação de serviços jurídicos atrelados ao negócio da moda.

Nesse sentido, Costa (2020) afirma que o Brasil foi um dos pioneiros a integrar a vertente jurídica do *Fashion Law*, no seu ordenamento jurídico, embora não por meio de normas, mas por doutrina. Isso decorre do fato de que em 2012 foi criado o *Fashion Law & Business Institute Brazil* (FBLI).

Costa (2020) expressa que no ano de 2016, as Comissões de Direito da Moda (CDMD) da Ordem dos Advogados do Brasil, inicialmente nas seccionais do Rio de Janeiro e São Paulo e mais tarde, em outros estados. A criação dessas comissões visava aproximar o Direito com a indústria da moda, tornando-se familiar os operadores jurídicos com os problemas atrelados a essa indústria, estimulando a busca e criação de soluções para proteção do mercado *fashion*.

4.1 CASO HERMÉS VS VILLAGE 284

Um dos *leading cases* mais famosos sobre direitos autorais e direito de moda foi o da grife francesa Hermés Internacional e a empresa do Brasil Village 284, que lançou a coleção denominada "*I'm not the original*", trazendo uma bolsa com design semelhante ao da Birkin bag da Hermés. Quinelato (2019, p. 3) diz que: "A coleção de bolsas lançada pela Village 284, empresa de propriedade da empresária Helena Bordon e dos irmãos Luciana, Marcella e Bernardino, filhos de Eliana Tranchesì, fundadora da loja de luxo Daslu, foi batizada como "**I'm not the original**".

Este caso teve grande repercussão, sendo reconhecida a proteção

por direito autoral, paralisando a produção e a comercialização da bolsa pela Village 284 (MORENO, 2019).

Segundo Quinelato (2019) o caso ocorreu no ano de 2011 e envolveu cópias no mercado da moda no Brasil. houve uma lide jurisprudencial entre a empresa Village 284 com sede no Brasil e as empresas Hermés Internacional e Hermés Sellier, resultando na ação n. 0187707-59.2010.8.26.0100 na 24ª Vara Cível do Foro Central Cível da Comarca de São Paulo/SP.

Quinelato (2019) expressa que o litígio ocorreu por causa da empresa brasileira fabricar bolsas que supostamente foram inspiradas nas bolsas francesa, cujos modelos eram Birkin e Kelly da Hermès, objetos de luxo produzidos pela grife internacional há muitas décadas, itens de ostentação e desejo no mercado da moda.

Quinelato (2019) enfatiza que a empresa foi acusada de ferir direitos do autor, ao concorrer deslealmente, lucrando e se apropriando da originalidade e da criatividade de terceiros, porque o produto se configura como cópia das bolsas Birkin e Kelly. Este caso teve muita repercussão, divulgado na mídia.

Dessa forma, a justiça de São Paulo proibiu a Village 284 de produzir e comercializar produtos que violem os direitos autorais da referida empresa, assim, a 24ª vara Cível de São Paulo, antecipou os efeitos da tutela, determinando que a empresa Village 284, parasse de produzir, importar, exportar, bem como, comercializar produtos que violem os direitos autorais da Hermes. A empresa Village foi condenada a pagar indenização por danos morais e materiais.

5 CONCLUSÃO

Neste trabalho foi possível abordar sobre a moda que é considerada uma arte, é um fenômeno social e cultural, que influencia as pessoas, de forma direta ou indireta. Todos os sujeitos, mesmo não querendo, em algum momento foram influenciados por algum modelo ou tipo de roupa. A moda é um importante aspecto no mercado, contribuindo para a economia nacional e internacional.

Com a expansão da moda e seu crescimento no mercado, vieram também problemas jurídicos, como os direitos autorais. Nesse sentido, este trabalho objetivou discorrer sobre os direitos autorais na moda e como pode ser garantido o direito à propriedade intelectual. A indústria da moda passou a contar com o Fashion Law, para garantir legitimidade neste campo.

Cabe frisar que é uma área relativamente nova, não há nenhuma lei que de fato ampare os direitos da moda, mas doutrinas que permeiam este campo objetivando a proteção da propriedade intelectual na indústria da moda, pois os direitos autorais envolvem os direitos da personalidade e direitos patrimoniais.

Com este trabalho, foi possível compreender o quão complexa é a moda, esta que representa o modo de pensar, de agir das pessoas, de quem as usa e cria, bem como, os desafios jurídicos que cerceiam esse campo. É de suma importância o *fashion law*, para preservar e proteger os direitos dos criadores.

REFERÊNCIAS

BALTHAZAR, Luiza Silva. **Proteção à moda como patrimônio cultural e propriedade intelectual**. 2019. 238 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

BARREIRA, Rebeca Ellen C. **O direito autoral e a proteção das criações de moda: um estudo do caso Village 284 vs. Hermès**. Universidade de Brasília, 2014. Disponível em:
https://bdm.unb.br/bitstream/10483/8999/1/2014_RebecaEllenCandidoBarreira.pdf. Acesso em 20 out. 2023.

BEZERRA, Sarah E. P. **Fashion Law proteção da propriedade intelectual no direito da moda**. Disponível em:
<https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/1659/1/SARAH%20ELO%20C3%81%20PADILHA%20BEZERRA.pdf>. Acesso em 20 out. 2023.

COSTA, Valéria P. **Fashion Law: a proteção à propriedade intelectual do design de moda no Brasil**.
<https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/4828>. Acesso em 15 de julho de 2023.

BRASIL, **LEI Nº 9.279 de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Brasília, DF: Presidência da República, 1996. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm, aceso em 15 de julho de 2023.

DAMASCENO, Bianca M. F. ALMEIDA, Carolina T. S. ALMEIDA, Sarah C. Influência da Moda na Sociedade e Economia. Disponível em:
<https://www.jorgestreet.com.br/wp-content/uploads/2020/03/Monografia-Oficial-A-Influ%C3%Aancia-da-Moda-na-Sociedade-e-Economia.pdf>. Acesso em 23 out. 2023.

FRAGOSO, Marcela de Deo. **Proteção do design de moda e direitos intelectuais**. fls.118 Tese de Doutorado - Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

LOURENÇO, Juliana M. Fashion Law: a proteção dos produtos do segmento moda no Brasil. Centro Universitário Curitiba Faculdade de Direito de Curitiba. 2021. Disponível em:
<https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/13612/2/FASHION%20LAW-%20A%20PROTEC%CC%A7A%CC%83O%20DOS%20PRODUTOS%20DO%20SEGMENTO%20MODA%20NO%20BRASIL.pdf>. Acesso em 20 out. 2023.

MORENO, Isadora M. V. **FASHION LAW: aspectos sobre a aplicação da legislação do direito da moda no Brasil**. disponível em:
https://www.emerj.tjrj.jus.br/paginas/trabalhos_conclusao/2semestre2019/pdf/Isadora

[MotaValportoMoreno.pdf](#). Acesso em 20 out. 2023.

MOURA, Larrisa L. **Moda como expressão de identidade no mundo contemporâneo**. Disponível em:

https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/9290/2/LARISSA_LEAL_MOURA.pdf. Acesso em 20 out. 2023.

QUINELATO, Pietra D. **Fashion law: direito da moda no Brasil no âmbito dos tribunais**. PIDCC, Aracaju/Se, Ano VIII, Volume 13 nº 02, p.252 a 268 Jul/2019.

https://www.academia.edu/56034206/Fashion_Law_Direito_Da_Moda_No_Brasil_No_%C3%82mbito_Dos_Tribun. Acesso em 20 out. 2023.

ROCHA, Rafaela Oliveira da. **O valor cultural da moda e o papel social dos estilistas**. Rio de Janeiro, 2019.

<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/17108/1/RRocha.pdf>. Acesso em 20 out. 2023.

SKIBINSK, Francielle Huss. 2017. **O Fashion Law no direito brasileiro**. Disponível em:

<https://www.jusbrasil.com.br/artigos/o-fashion-law-no-direito-brasileiro/1340516844>. Acesso em 20 out. 2023.

SOUZA, Mayara Pereira; Estevem, Dimas Oliveira, 2019 **Comparativo Na Geração De Empregos Na Indústria Têxtil Nas Mesorregiões De Campinas-Sp E Vale Do Itajaí-Sc**, p.1.

SOUZA, Regina. C. **Criminal Fashion Law: Intervenção Penal na indústria da moda**. Disponível em:

https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2136/tde-22032021-155627/publico/8483007_Tese_Original.pdf. Acesso em 20 out. 2023.