

FASHION LAW: A IMPORTÂNCIA DA PROTEÇÃO À PROPRIEDADE INTELLECTUAL E OS DIREITOS DA INDÚSTRIA DA MODA

Isadora Ramos Dias Araujo

Graduanda em Direito pela Faculdade de Direito de Cachoeiro de Itapemirim
isadoraramosdiasaraujo@gmail.com

Henrique Nelson Ferreira

Professor Orientador, Bacharel em Direito pela Faculdade de Direito de Cachoeiro de Itapemirim. Advogado especialista em Direito da Economia e da Empresa pela Faculdade Getúlio Vargas, Professor na Faculdade de Direito de Cachoeiro de Itapemirim
hnelsonferreira@gmail.com

RESUMO: O presente artigo tem como objetivo a verificação de todo o progresso da Fashion Law, sua importância para indústria, evolução, com foco na proteção da propriedade intelectual. A pesquisa tem sua base em doutrinas, notícias e casos concretos, abordando também sua ocorrência no ordenamento jurídico mundial e brasileiro, sendo tratados os seguimentos da propriedade intelectual e ainda a importância de sua garantia, no que tange o direito de marca, direitos autorais, sendo esta uma inovadora área a ser explorada para atuação dos advogados e operadores do direito.

Palavras-chaves: *Fashion Law*. Direito da Moda. Indústria da Moda. Propriedade Intelectual.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho possui como objetivo demonstrar o crescimento da matéria *Fashion Law* e a necessidade de haver dentro do meio Jurídico uma legislação

específica frente aos frequentes casos de desrespeito a propriedade intelectual, direito de marca, criação, dentre tantos outros conflitos, onde são aplicadas legislações do Direito Civil, Empresarial, Trabalhista, Previdenciário e até Internacional, devido à falta de uma legislação específica.

A moda está presente na sociedade desde o início da humanidade, todavia, após a Revolução Industrial e com o avanço da Indústria Têxtil, passou a ser uma forma de expressão, seja ela artística ou emocional, transformando-se também em uma das formas de demonstração da personalidade daquele que está vestindo, podendo expressar o que está sentindo e até mesmo simbolizando seu comportamento, a fase em que está vivendo de acordo com o estilo escolhido para se vestir, além de acessórios (ABREU, 2019).

Com o passar dos anos o mercado da moda foi se expandindo e alcançou uma grande proporção, com tamanho destaque no campo industrial, surgiram então desavenças em relação ao uso de imagem, propriedade e direito de marca, discussões entre grandes marcas da indústria passaram a ter maior destaque, e percebeu-se então a necessidade de haver uma área do direito voltada a este ramo.

Apesar da necessidade de ter sua própria legislação e de muitos ajustes em sua aplicação, a nova matéria denominada Fashion Law – Direito da moda, aborda várias matérias do Direito, como Direito Civil e Processual Civil, Direito Empresarial, Direito do Trabalho, Direito Previdenciário e Internacional, e esse tema tem alcançado grande repercussão no mercado da Moda e no Mundo Jurídico.

Entretanto, o *Fashion Law* ainda não tem o conhecimento e reconhecimento devido pela sociedade, entre os operadores de Direito, e se faz necessária uma abordagem mais clara, tratando de seu surgimento, quais são seus objetivos e sua relevância para o desenvolvimento econômico da indústria.

É importante salientar que, tratando-se de moda, esta não pode ser referenciada somente pelos vestuários, calçados, acessórios prontos nas lojas, por suas páginas em redes sociais e sites cheias de personalidade e identidade, mas também deve ser destacada toda a parte de criação, produção, estudo de mercado, registro de patente e direitos autorais de marca.

Trazendo ênfase a grande dificuldade encontrada pelas empresas ao se depararem com os litígios, frente a grande falta de exatidão e constância nas decisões, considerando que não há lei específica, os tribunais ficam à mercê de legislações criadas para solucionar conflitos de outros ramos, não indicados para se tratar da

moda, já que este mercado conta com especificidades e características não encontradas em outros, o que limita ainda mais as possibilidades de execução plena de direitos.

2 INÍCIO DO FASHION LAW

O *Fashion Law*, traduzido Direito da Moda, surgiu no ano de 2006 nos Estados Unidos, quando uma professora da Fordham University, em Nova York, e também advogada, Susan Scafidi, percebeu a necessidade de haver uma disciplina específica que tratasse sobre o Direito da Moda e suas peculiaridades, colocando em pauta a importância da segurança jurídica nesta indústria, considerando a falta de proteção das produções e criações (SOARES, 2020).

Alguns anos depois do surgimento da matéria, com o aumento da influência da moda na economia brasileira, levando em consideração que o País é uma potência na produção têxtil, o Fashion Law chegou ao Brasil. Grande parte do impulsionamento deste ramo se deu devido ao surgimento de grandes discussões nos tribunais, apontadas pela mídia envolvendo o Direito da Moda entre marcas brasileiras e marcas estrangeiras, muitas delas internacionalmente aclamadas, com acusações de plágio. A pioneira dessas discussões foi a briga judicial entre as grandes marcas Christian Louboutin vs. Yves Saint Laurent, litígio que será abordado em uma das seções (FAKHOURI et al, 2018).

Diante de produtos e marcas ovacionados pelo público, algumas por suas versões clássicas e memoráveis trouxeram à tona a necessidade de uma maior atenção e cuidado dentro da moda em cenário mundial, haja vista a grande necessidade de aplicação de uma legislação segura, específica e que possa abranger detalhes que só se encontra na Indústria Fashionista.

Scafidi, 2012 apud Osman, 2017, traz uma breve definição do que é o *Fashion Law*:

“É um campo que abrange a substância jurídica do estilo, incluindo os problemas que podem surgir ao longo da vida de uma roupa, começando com a ideia original do designer e continuando até o armário do consumidor. Como um curso, definimos o direito da moda para incluir quatro pilares básicos: propriedade intelectual; negócios e finanças, com subcategorias que vão do direito do trabalho ao direito imobiliário; comércio internacional e

regulamentação governamental, incluindo questões de segurança e sustentabilidade; e cultura de consumo e direitos civis. Além do foco central em vestuário e acessórios, o direito da moda inclui áreas relacionadas, como a produção têxtil, modelagem, mídia e as indústrias de beleza e fragrância. Do ponto de vista da prática, o direito da moda pode incluir a representação de clientes envolvidos nos setores de design, fabricação, distribuição ou varejo, entre outros, ou mesmo de consumidores. Embora muitas dessas partes interessadas façam parte de um sistema global elaborado e trabalhem em estreita colaboração, exigindo uma ênfase no licenciamento e outros trabalhos transacionais, outros estão estruturalmente em desacordo entre si. Por exemplo, os interesses dos fabricantes e importadores nacionais geralmente diferem, assim como as perspectivas de criadores e copistas de moda rápida. Isso complica o processo de formulação de políticas para a indústria da moda, que está longe de ser um único bloco. É claro que, como em todos os campos legais, o direito da moda requer espadas e arados, e indústria da moda vê a justa parcela dos litígios.”

Neste contexto, Osman, quis destacar a abrangência existente no Direito da Moda, um compilado de matérias e leis já existentes que prestam certa assistência a área, com parte da explicação vinda da responsável pela criação do curso, a pioneira e respeitada, Susan Scafidi. Insta salientar que, os direitos dos que são parte da indústria da moda se inicia no processo de criação de um produto, e passa por todas as etapas como a aprovação do projeto, produção, vendas e até mesmo após a chegada deste determinado produto até o consumidor.

É nítida e notória a potência que é o *Fashion Law*, sua relevância e importância para o desenvolvimento da Indústria da Moda, indústria que é responsável por uma parte considerável da economia mundial. Ou seja, o *Fashion Law* é necessário para a aplicação do direito na indústria da moda, considerando as reiteradas ocorrências de plágio, cópias e tantas outras irregularidades e infrações graves tem se tornando ainda mais frequentes, primordialmente no presente momento onde se encontra em ênfase o *fast fashion*.

3 PROPRIEDADE INTELECTUAL

Plácido, 2015, afirma que, a moda sempre esteve afastada do conhecimento jurídico, na vertente da propriedade intelectual, até haver um relevante aumento do

número de demandas judiciais referentes aos direitos sobre a criação de moda, em razão dos produtos falsificados.

Cruz (2023, p.184), defende que a propriedade Intelectual é gênero, e desse gênero se tem as espécies de direito do inventor (direito de propriedade industrial) intrinsecamente ligado ao Direito Empresarial, e o direito do autor, ou direito autoral, que está ligado ao Direito Civil, sendo então a soma dos dois a propriedade intelectual, o direito de se proteger os bens criados.

A propriedade intelectual deve ser considerada um dos pilares do *Fashion Law*, e existe ainda a possibilidade de garantir o direito a propriedade intelectual com o registro de marcas figurativas ou mistas. Como exemplo de uma marca mista, pode ser analisada a icônica estampa xadrez da marca Louis Vuitton, que tem seu registro junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), como marca mista, marca que é identificada tanto pelo nome identificado no produto, quanto por sua simples estampa.

Ou seja, há a possibilidade de resguardar o direito, com o tipo de registro de marca mista, sendo mais uma maneira de proteção para tantas marcas que são conhecidas mundialmente não só por seus nomes, mas por toda uma identidade que possuem, o que leva a compreensão da importância da abordagem dos tipos de proteção e da identidade de uma marca estar preservada.

FELIPE et al, 2020, destaca que:

Atualmente no Brasil, a propriedade intelectual é subdividida em Direitos Autorais, Propriedade Industrial e Proteção Sui Generis. Dessa maneira, surgindo a necessidade do direito de propriedade industrial no ramo da moda, sendo o principal mecanismo utilizado para a tutela de criações de moda, pois protege a reprodução indevida e desautorizada dos produtos por eles tutelados (FELIPE et al, 2020).

Destarte, é notório que no Brasil, os direitos autorais, a propriedade industrial e a Proteção Sui Generis, formam em conjunto a propriedade intelectual, e é por eles assegurado que os criadores do mercado da moda e suas obras são protegidos, não podendo haver reprodução indevida e desautorizada dos produtos por eles produzidos e registrados. Por óbvio, isso não acontece, mas existem meios de proteção.

Apesar de se fazer necessária uma adequação nacional para que o *Fashion Law* tenha sua devida aplicabilidade, destacando sua importância para a Indústria e para a própria execução de direitos. Conforme citado anteriormente, deve ser reconhecido que nos últimos anos o seu espaço Juridicamente falando vem se

expandindo e muitos direitos que inicialmente não eram aplicados adequadamente, hoje se fazem presentes, entretanto, há um longo caminho a percorrer.

3.1 Os Direitos Autorais e a Incidência do Plágio

O art. 7º, da Lei 9.610/1998, Lei de Direitos autorais dispõe que:

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:

A lei de direitos autorais é clara ao destacar que as criações são protegidas, e uma vez que uma obra ou uma ideia tenha surgido e esta seja considerada uma cópia, o autor original comprovando todo o seu processo de produção e execução do trabalho tem pleno direito sob sua obra, além de lhe ser garantido, dentre tantos outros direitos, o autoral.

Noutro ponto, com o objetivo de caracterizar o *Fashion Law* e trazer suas definições, Soares (2020), utilizou parte da definição de Nunes (2015), dizendo que o *Fashion Law* é pouco conhecido pelos operadores do direito no Brasil, o tratam de uma forma segmentada, ou seja, vêem cada problema do Fashion Law compartimentado dentro de cada área do direito, respectivamente.

Isto é, o Fashion Law está longe de obter o reconhecimento necessário dentro do Direito Brasileiro, vez que ainda se encontra fragmentado dentro das disciplinas como Direito do Trabalho, Empresarial, Internacional, Civil e do consumidor. Desta maneira, há a necessidade de estudos aprofundados na área considerando seu grande crescimento nos últimos anos.

Tratando-se de plágio, um dos grandes problemas enfrentados pelos fashionistas, LIMA, 2022, trouxe uma definição de CAÑAS, 2020, informando que (...) os plágios e a contrafação, práticas essas que desvalorizam a criação original gerando prejuízos financeiros e danos de caráter moral ao criador (CAÑAS, 2020 apud LIMA, 2022, p. 3).

O plágio desencadeia uma série de prejuízos ao criador original, como a desvalorização da marca e danos morais, ocasionando grandes prejuízos financeiros a empresa, o que pode afetar tanto os empregadores quanto os empregados, além

de trazer danos morais ao criador, vez que uma compra de produto que é fruto de plágio sem conhecimento do comprador, pode gerar grandes discussões sobre idoneidade do produto e da marca, chegando até o produtor inicial tais críticas.

Fato é que, a proteção e as garantias estabelecidas para o Fashion Law ainda estão em ascensão, visto que não há legislação específica, existindo então a necessidade de utilizar um compilado de legislações de tantas áreas do direito, e é notória a carência de uma lei própria tendo em vista as especificidades da Indústria, e considerando ainda a grande incidência de ataques a propriedade industrial, e especificamente de plágio.

3.2 Trade Dress

PITA et al, 2018, ressalta que dentre os institutos protetórios, destaca-se o *trade dress* que, apesar de não estar presente entre os instrumentos da Lei de Propriedade Industrial, configura uma forma de proteção contra reproduções indevidas (...), algumas delas são formatos de lojas, nomes similares que levam o consumidor ao erro e geram confusão entre os consumidores de determinadas marcas.

O art. 122 da Lei 9.279/1996, a Lei de Propriedade Industrial, dispõe que são suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais. Assim dizendo, o *trade dress* tem por objetivo resguardar as marcas, dentro de suas características que são formas de reconhecimento desta (PLÁCIDO, 2015).

O *trade dress* então é o conjunto de características estéticas, de uma marca, seus produtos e até mesmo a forma em que sua loja física é composta, que podem causar ao consumidor certa confusão ao realizar sua busca por uma marca específica e trazem a algumas marcas prejuízos, pode ser equiparada a concorrência desleal.

Diante disso, algumas decisões dentro do judiciário brasileiro já reconheceram ofensas ao *trade dress* de algumas marcas e em suas decisões foram unânimes para reformulação dessas marcas. Marcas com nomes similares, estruturas de lojas iguais a outras, formatos de vendas, são casos frequentes nos juízos não só brasileiros, mas no aspecto mundial.

Fato é que essas ações trazem malefícios a uma marca, assim como a concorrência desleal quando se trata de valores dos produtos visualmente idênticos, somados a pirataria e o plágio. Tais questões são tratadas pela Lei 9279/96 - Lei de Propriedade Industrial e pelo Decreto-Lei 2.848/1940 - Código Penal Brasileiro, sucessivamente. Comprovando-se mais uma vez como a proteção dos direitos no mercado da moda é um conjunto de legislações prestando suporte as litispendências enfrentadas diariamente neste mercado.

3.3 Christian Loubouthin Vs. Yves Saint Laurent

O grande litígio conhecido e nomeado o responsável pelo surgimento do *Fashion Law*, teve como protagonistas a marca francesa conhecida mundialmente por seus luxuosos sapatos de solado vermelho, Christian Loubouthin, contra a marca Yves Saint Laurent após esta última lançar uma coleção de sapatos monocromáticos e dentre eles, alguns com solado vermelho.

Esta discussão abriu os olhos do mundo jurídico e precedentes para discussões, vez que na decisão final garantiu a marca registrada da Loubouthin, mas afirmou que não houve violação por parte da YSL. O grande destaque é o que os especialistas na área entendem que é o motivo desta ação ser o que deu origem ao *Fashion Law* é que para a solução do caso foram utilizados os argumentos e legislação responsáveis pela solução de conflitos de marcas e patentes e como foi aplicada dentro da indústria da moda (IBAIXE JR et al, 2014)

A partir desse momento, a junção de legislações dentro desta Indústria passou a se fazer presente, e tantos outros litígios até hoje passam por julgamentos, sendo discutidos os direitos de marca, registros de patente, a diferenciação entre inspiração e pirataria, dentre tantas outras discussões entre marcas, estrangeiras e nacionais.

3.4 Hermés Vs. 284

Trazendo para a parte prática, quando se trata de direitos autorais, a 9ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo, em Acórdão proferido em 2016, decidiu por manter a condenação em desfavor da marca brasileira 284, a proibindo de produzir, importar, exportar, manter em depósito e comercializar suas

bolsas que foram consideradas similares a da aclamada marca francesa Hermès, conforme ementa a seguir:

EMENTA: DIREITOS AUTORAIS. Bolsas Hermès. Ação declaratória. Reconvenção. Pedido para que a autora se abstenha de produzir, importar, exportar, comercializar produtos que violem direitos autorais da Hermès sobre as bolsas Birkin ou qualquer outro produto de titularidade da Hermès. Preliminares de cerceamento de defesa. Sentença extra petita. Ausência de nomeação à autoria e ilegitimidade passiva. Preliminares afastadas. DIREITOS AUTORAIS. Bolsas Hermès. Ação declaratória e Reconvenção. Reconvenção procedente Bolsas Hermès constituem obras de arte protegidas pela lei de direitos autorais. Obras que não entraram em domínio público. Proteção garantida pela lei 9.610/98. A proteção dos direitos de autor independe de registro. Autora/reconvinda que produziu bolsas muito semelhantes às bolsas fabricadas pelas rés/reconvintes. Imitação servil. Concorrência desleal configurada. Aproveitamento parasitário evidenciado. Compatibilidade da infração concorrencial com violação de direito autoral reconhecida. Dever de a autora/reconvinda se abster de produzir, comercializar, importar, manter em depósito produtos que violem os direitos autorais da Hermès sobre a bolsa Birkin ou qualquer outro produto de titularidade das rés/reconvintes. Indenização por danos materiais e morais. Condenação mantida. Recurso desprovido. (TJSP; Apelação Cível 0187707-59.2010.8.26.0100; Relator (a): Costa Netto; Órgão Julgador: 9ª Câmara de Direito Privado; Foro Central Cível - 24ª Vara Cível; Data do Julgamento: 16/08/2016; Data de Registro: 17/08/2016).

Trata-se de decisão proferida no ano de 2016 pelo TJSP, cujo Relator Desembargador Costa Netto, entendeu por bem, preservando os direitos autorais e validando aquilo descrito na legislação brasileira, mais precisamente, pela Lei 9.610, a Lei dos Direitos autorais, manter o reconhecimento dado em Juízo de 1º grau de que as bolsas produzidas pela marca brasileira 284 eram ...”muito semelhantes às bolsas fabricadas pela rés/reconvintes (Hermès)”..., ou seja, foi mantido o direito de autoria àquela que comprovou seu direito e a infração dele.

Deve ser destacado outro ponto tratado na decisão, que é discutido frequentemente, a concorrência desleal, que é basicamente a cópia ser de um valor muito distante do original, influenciando o consumidor a adquirir tais mercadorias por

conta de seu valor e não devido à sua qualidade, nome e marca, mais uma maneira que traz grandes prejuízos as marcas e criações.

3.5 Solange Ferrarini vs. Kiini

Um grande exemplo de que os litígios não possuem a segurança jurídica que deveriam, é do caso que teve um final bem diferente dos supracitados, onde a paulista Solange Ferrarini, artesã e criadora de biquínis de crochê com uma modelagem específica, os vendia nas praias em Trancoso, Bahia e teve que entrar com uma ação judicial contra uma empresa norte-americana.

Em 2013, quando uma turca que mora nos Estados Unidos veio ao Brasil de férias conheceu Solange, comprou um de seus biquínis, e após o reproduziu e vendeu através de uma marca por ela criada, a Kiini, que passou a produzir e vender tais biquínis.

Após alguns anos, Ferrarini identificou a modelagem dos biquínis e buscou por seus direitos autorais no tribunal americano. Infelizmente, não houve uma decisão final, o processo foi arquivado, com a alegação de que Solange deveria ter entrado com a ação até 2016, e entrou em 2019. Uma grande demonstração de que é mais do que imprescindível uma legislação segura e eficaz aos criadores e suas marcas.

4 METODOLOGIA

A abordagem a ser utilizada é qualitativa, considerando que serão tratados termos técnicos e outras pesquisas para a melhor compreensão do tema e como impulsionamento para realização desta, com o fim de que se tenha maior compreensão sobre o tema, um entendimento claro e ao mesmo tempo de qualidade.

Tratando-se do objetivo, este será o exploratório pois serão abordadas circunstâncias que trarão um melhor conhecimento sobre o tema escolhido, como termos, e maneiras de funcionamento do Fashion Law.

Quanto aos procedimentos, em sua maioria sera de pesquisa bibliográfica, tendo como base algumas publicações sejam em artigos científicos, livros, e haverá também estudo de caso. Pesquisa bibliográfica, pois, alguns artigos científicos e livros têm abordado com mais frequência sobre o tema e apresentam muitas das questões a serem tratadas na presente pesquisa. E o estudo de caso, porque um dos motivos

da criação do Fashion Law foi justamente as peculiaridades dentro da indústria da moda diante de um caso de duas grandes empresas do mercado discutindo sobre o direito de imagem e marca.

5 CONCLUSÃO

Ante o exposto, restou claro que o Fashion Law é uma área em constante crescimento, e sua importância econômica deve ser reconhecida. Uma vez que respeitados os direitos e abordadas as problemáticas encontradas na indústria da moda, estas devem ser tratadas de acordo com suas peculiaridades sendo respeitadas todas as imposições tratadas em lei, relacionadas a propriedade intelectual, direito de marca e imagem, produção industrial, e tendo como finalidade a não ocorrência de novos fatos que desrespeitam essas regras.

A constante busca pelo reconhecimento da área nos mostra a real necessidade de haver legislação específica, considerando que dentro do ramo industrial se trata com frequência dos desrespeitos a propriedade intelectual, direitos autorais, mas quando esses tipos de ocorrências chegam a Moda, encontra-se especificidades e características cujas soluções são minuciosamente detalhadas, expressando a carência, e a insuficiência de legislação que abarque todas as particularidades do mundo *fashion*.

Somado a isso, tem a grande falta de conhecimento dos próprios operadores de Direito brasileiro, que tratam o *Fashion Law* como um segmento, sendo cada litígio como uma fração dentro de cada matéria do Direito, respectivamente. Resumindo, é de suma importância a informação dentro dos cursos de Direito sobre a área, vez que os empresários precisam de assistência jurídica a todo momento e muitas vezes não encontram, ficando na dependência de alguma legislação ou decisão, por falta de um direcionamento jurídico.

Insta salientar que, ao analisar as próprias decisões dos casos demonstrados entre Loubouthin vs. YSL, e Hermès vs. 284, é notório o quanto o mundo do Fashion Law tem a preocupação de assegurar os direitos das marcas e esses direitos estão diretamente ligados a imagem, ou seja, resta claro que as marcas se preocupam extremamente com sua imagem e de seus produtos, uma particularidade que não se encontra em outros ramos industriais.

Com a preocupação da imagem da empresa, encontra-se ainda alguns pontos de controvérsias entre os interesses de fabricantes e importadores nacionais, ou as perspectivas dos criadores e os copistas, o que de certa forma dificultam o progresso da área, visto que tais desacordos geram um tempo de discussão e alguns não encontram apoio legislativo para sua solução, e durante o tempo reservado a discussão de interesses, a marca pode perder lucro, prestígio, reconhecimento, desencadeando uma série de prejuízos.

Diante de todo exposto, é válido observar a dificuldade encontrada pelos tribunais ao realizar os julgamentos, vez que suas decisões são baseadas em legislações diversas, o que causam mesmo que involuntariamente, dualidade de entendimento, e até mesmo controvérsias em uma mesma decisão, restando evidente mais uma vez a grande falta que uma legislação específica causa.

É de se reconhecer o avanço da matéria *Fashion Law* nos últimos anos, entretanto, a incidência de litígios é proporcional ou até maior diante da evolução do mercado, frente a constante mudança e crescente evolução do mercado no mundo digital, conseqüentemente, trazendo novas situações que sequer possuem legislações para outras áreas do Direito, aquelas que consideramos “comuns”.

Diante de todas as situações e peculiaridades expostas, o que se conclui é que o mercado da moda possui diferentes conflitos, em sua maioria regidos para a segurança e garantia dos criadores e suas criações, sendo forte a presença e importância da imagem da marca, sendo exercido o direito de fato e garantias a propriedade intelectual e tudo que ela abrange.

Sendo assim, a legislação específica para o *Fashion Law* se mostra cada vez mais necessária, considerando a ascensão da matéria e o grande número de ações sendo ajuizadas para conseguir o mínimo de garantia as marcas, empresas, produtores e produções. De maneira que, as decisões sejam uniformizadas e se obtenha um direito líquido e certo, não à margem de outras matérias, mas especificamente abordando todas as particularidades encontradas nesta área.

6 REFERÊNCIAS

ABREU, Lúcia Carvalho; COUTINHO, Francisco Pereira. **Direito da moda**. Lisboa: Universidade de Lisboa, 2019.

Autoria de biquíni de Crochê gera briga judicial entre Trancoso e Nova York. UOL, 2118. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/12/autoria-de-biquini-de-croche-gera-briga-judicial-entre-trancoso-e-ny>. Acesso em: 18 jun. 2023.

Código Penal – Decreto- Lei nº 2.848 de 07 de dezembro de 1940. Rio de Janeiro, RJ;Getúlio Vargas, [1940]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm . Acesso em: 22 jun. 2023.

Criação de biquíni de crochê baiano acaba em briga judicial nos EUA. Migalhas, 2023. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/386273/criacao-de-biquini-de-croche-baiano-acaba-em-briga-judicial-nos-eua>. Acesso em: 19 jun. 2023

CRUZ, André Santa, **Manual de Direito Empresarial – Volume Único**; 13^aed., rev., atual. e ampl. – São Paulo: Editora JusPodivm, 2023.

FAKHOURI, A. R. MOREIRA, P. M. **A BAIXA TUTELA JURÍDICA DA MODA: DO EQUILÍBRIO BENÉFICO À ADVERSIDADE.** Disponível em: http://www.direitorp.usp.br/wp-content/uploads/2019/06/Anais-I-Simposio-Fashion-Law_25052019.pdf - I Simpósio Internacional de Fashion Law da Faculdade de Direito de Ribeirão Preto, da Universidade de São Paulo. Acesso em: 22 de jun. 2023.

FELIPE, R. I. D. MENDONÇA, G. D. **FASHION LAW: O DIREITO DA MODA E O DIREITO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL.** Disponível em: <https://unicv.edu.br/wp-content/uploads/2021/07/RENATA-IDALINE-DERNER-FELIPE.pdf> Acesso em: 27 abr. 2023.

IBAIXE JR, João. SABÓIA, Valquíria. **Caso Christian Louboutin contra Yves Saint Laurent: Nascimento do Direito da Moda.** Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/203478/caso-christian-louboutin-contra-yves-saint-laurent-nascimento-do-direito-da-moda>. Acesso em: 15 set. 2023

Lei nº 9.610 de 19 de fevereiro de 1998. Brasília, DF; Fernando Henrique Cardoso, [1998]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm#:~:text=

[LEI%20N%C2%BA%209.610%2C%20DE%2019%20DE%20FEVEREIRO%20DE%201998.&text=Alterar%2C%20atualiza%20e%20consolida%20a,autorais%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%AAs.&text=Art.%201%C2%BA%20Esta%20Lei%20regula,os%20que%20lhes%20s%C3%A3o%20conexos](#). Acesso em: 19 jun. 2023.

Lei de Propriedade Industrial – Lei nº 9.279 de 14 de maio de 1996. Brasília, DF; Fernando Henrique Cardoso [1996]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm . Acesso em: 22 jun. 2023.

LIMA, E. E. F. L. **FASHION LAW: MEDIDAS DE PROTEÇÃO PARA AS CRIAÇÕES DE MODA DO DESIGNER BRASILEIRO.** Disponível em: <http://ri.ucsal.br:8080/jspui/bitstream/prefix/4825/1/TCCEVYLLALIMA.pdf> . Acesso em: 28 mar. 2023.

OSMAN, B. H. S. **FASHION LAW: DESCONSTRUÇÃO DO DIREITO DA MODA NO BRASIL,** (p. 96-103). Dissertação – Mestrado em Direito Político e Econômico – universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://dspace.mackenzie.br/bitstream/handle/10899/24055/Bruna%20Homem%20de%20Souza%20Osman.pdf?sequence=1&isAllowed=y> . Acesso em: 19 jun. 2023

PITA, A. P. LEAL, L. V. M. **FASHION LAW: A RELEVÂNCIA DA PROTEÇÃO JURÍDICA DAS CRIAÇÕES DA MODA FRENTE AO PARADOXO DA PIRATARIA.** Disponível em: http://www.direitorp.usp.br/wp-content/uploads/2019/06/Anais-I-Simposio-Fashion-Law_25052019.pdf - I Simpósio Internacional de Fashion Law da Faculdade de Direito de Ribeirão Preto, da Universidade de São Paulo. Acesso em: 22 jun. 2023.

PLÁCIDO, Lucila de Castro. **Fashion Law: a relevância jurídica da moda.** Disponível em: <https://conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/45037/fashion-law-a-relevancia-juridica-da-moda>. Acesso em: 18 de set. 2023.

RAMOS, André Luiz S. C. **Você sabe o que é “trade dress”?**, 2014. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/voce-sabe-o-que-e-trade-dress/121943290>.

Acesso em: 18 set. 2023.

SOARES, V. F. D. L. **FASHION LAW: O DIREITO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL APLICADO À INDÚSTRIA DA MODA**. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/9211/1/21131762.pdf> Acesso em:

27 mar. 2023.

TJSP; APELAÇÃO CÍVEL 0187707-59.2010.8.26.0100; RELATOR: COSTA NETTO; ÓRGÃO JULGADOR: 9ª CÂMARA DE DIREITO PRIVADO; FORO CENTRAL CÍVEL - 24ª VARA CÍVEL; DATA DO JULGAMENTO: 16/08/2016; DATA DE REGISTRO: 17/08/2016. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/resultadoCompleta.do> . Acesso em: 24 de jun. 2023.