



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
ARTHUR BOTELHO MACHADO

**A QUALIDADE DE AUTOR DE DESIGN E O (DES) CABIMENTO DE
INDENIZAÇÃO POR APROPRIAÇÃO INDEVIDA DE CRIAÇÃO INTELECTUAL**

Florianópolis
2020

ARTHUR BOTELHO MACHADO

**A QUALIDADE DE AUTOR DE DESIGN E O (DES) CABIMENTO DE
INDENIZAÇÃO POR APROPRIAÇÃO INDEVIDA DE CRIAÇÃO INTELECTUAL**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Graduação em
Direito, da Universidade do Sul de Santa
Catarina, como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Jeferson Puel, Me.

Florianópolis

2020

ARTHUR BOTELHO MACHADO

**A QUALIDADE DE AUTOR DE DESIGN E O (DES) CABIMENTO DE
INDENIZAÇÃO POR APROPRIAÇÃO INDEVIDA DE CRIAÇÃO INTELECTUAL**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado à obtenção do título de Bacharel em Direito e aprovado em sua forma final pelo Curso de Graduação em Direito, da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Florianópolis, (dia) de (mês) de (ano da defesa).

Professor e orientador Prof. Jeferson Puel, Me.
Universidade do Sul de Santa Catarina

TERMO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE

A QUALIDADE DE AUTOR DE DESIGN E O (DES) CABIMENTO DE INDENIZAÇÃO POR APROPRIAÇÃO INDEVIDA DE CRIAÇÃO INTELECTUAL

Declaro, para todos os fins de direito, que assumo total responsabilidade pelo aporte ideológico e referencial conferido ao presente trabalho, isentando a Universidade do Sul de Santa Catarina, a Coordenação do Curso de Direito, a Banca Examinadora e o Orientador de todo e qualquer reflexo acerca deste Trabalho de Conclusão de Curso.

Estou ciente de que poderei responder administrativa, civil e criminalmente em caso de plágio comprovado do trabalho monográfico.

Florianópolis, dia de mês de ano.

ARTHUR BOTELHO MACHADO

AGRADECIMENTOS

A todo o suporte ofertado pelo Professor Jeferson Puel, pelo tempo e dedicação ao meu trabalho, sempre à disposição. Com toda certeza ele esforçou-se ao máximo para me auxiliar. Meus agradecimentos

Um agradecimento especial à minha família, que sempre batalhou muito para me proporcionar a melhor educação possível e que sempre sonhou com esse momento. Meus agradecimentos e todo meu amor.

A minha amiga Amanda, que esteve junto comigo nesse momento tão marcante, de horas de preocupações, de leitura e de sono perdido. Meus agradecimentos.

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso tem como objeto a qualidade de autor de design e o (des) cabimento de indenização, por apropriação indevida de criação intelectual. A propriedade intelectual surgiu como uma forma de proteger o autor da criação intelectual e garantir a exclusividade de sua criação. O seu objeto é a propriedade exercida em face dos bens intangíveis, oriundos do trabalho de criação humana. Podem ser facilmente ligados ao ramo da moda, que faz parte da sociedade como um elemento de identificação do ser humano, e que influencia na criatividade e na criação para a elaboração de novas tendências. Assim, a criação de novas coleções e modelos está intimamente relacionado com o direito de propriedade intelectual. A discussão surge em relação ao reconhecimento do design como autor, para que possa pleitear os direitos autorais em relação as suas criações, bem como ser indenizado em decorrência do uso. O método de abordagem utilizado na elaboração desse trabalho de curso foi o dedutivo, e o método de procedimento foi o monográfico. O levantamento de dados foi através da técnica da pesquisa bibliográfica. Verifica-se, como resultado desta pesquisa, que com a propriedade intelectual é possível que as criações realizadas pelo design sejam garantidas juridicamente, assim como a indenização pela violação dessas prerrogativas.

Palavras-chave: Design. Indenização. Moda.

LISTA DE SIGLAS

INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial

OMPI – Organização Mundial da Propriedade Intelectual

ONU – Organização das Nações Unidas

UNISUL – Universidade do Sul de Santa Catarina

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 8 |
| 2 PROPRIEDADE INTELECTUAL | 10 |
| 2.1 SINTESE HISTÓRICA..... | 10 |
| 2.2 CONCEITO | 12 |
| 2.3 OBJETO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL..... | 18 |
| 2.4 DIREITOS DA PERSONALIDADE | 21 |
| 3 MODA E SUA EVOLUÇÃO | 24 |
| 3.1 CONTEXTO HISTÓRICO..... | 24 |
| 3.2 CONCEITO | 27 |
| 3.3 RELAÇÕES COM O MERCADO CONSUMIDOR..... | 29 |
| 3.3.1 Moda e o mercado | 31 |
| 3.3.2 Importância da sociedade contemporânea | 32 |
| 3.4 MODA E A RELAÇÃO COM A CIÊNCIA JURÍDICA | 33 |
| 4 QUALIDADE DE AUTOR DE DESIGN E O (DES) CABIMENTO DE INDENIZAÇÃO POR APROPRIAÇÃO INDEVIDA DE CRIAÇÃO INTELECTUAL . | 37 |
| 4.1 QUALIDADE DE AUTOR DE DESIGN..... | 37 |
| 4.2 INDENIZAÇÃO..... | 39 |
| 4.2.1 Danos materiais | 41 |
| 4.2.2 Lucros cessantes | 41 |
| 4.2.3 Danos morais | 42 |
| 4.3 QUALIDADE DE AUTOR DE DESIGN E A INDENIZAÇÃO POR APROPRIAÇÃO INDEVIDA DE CRIAÇÃO INTELECTUAL..... | 45 |
| 4.4 DECISÕES JUDICIAIS A RESPEITO DO TEMA..... | 50 |
| 4.4.1 Recurso Especial nº 131533 - SC (2013/0133747-6) | 51 |
| 4.4.2 Recurso especial nº 1708674 - SP (2015/0151772-5) | 52 |
| 4.4.3 Apelação Cível nº 2007.052630-9 - da Capital (Acórdão) | 53 |
| 5 CONCLUSÃO | 54 |
| REFERÊNCIAS | 56 |

1 INTRODUÇÃO

O objeto do presente Trabalho de Curso é a qualidade de autor de design e o (des) cabimento de indenização por apropriação indevida de criação intelectual.

O seu objetivo institucional é a produção do Trabalho de Curso como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel em Direito pela Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL.

O objetivo geral deste trabalho de curso é identificar em que hipótese é cabível a indenização por apropriação indevida de criação intelectual, considerando a qualidade de autor de design.

Os objetivos específicos são: a) estudar a propriedade intelectual desde a sua história até os direitos da personalidade; b) sintetizar a moda no direito brasileiro e sua evolução e c) demonstrar em que situações são cabíveis a indenização por apropriação indevida de criação intelectual, considerando a qualidade de autor de design.

Na delimitação do tema levanta-se o seguinte problema: em que hipótese é cabível a indenização por apropriação indevida de criação intelectual, considerando a qualidade de autor de design?

A pesquisa baseia-se em estudos na propriedade intelectual, que é a área do direito que assegura, por meio de leis, que os criadores de algum produto ou coisa obtenham recompensa sobre aquela criação desenvolvida pelo intelecto. Neste sentido, será feita uma abordagem sobre a relação da moda com o direito e com o designer, que tem a propriedade intelectual de suas produções exclusivas. Será demonstrado, ainda, o cabimento ou não de indenização nas hipóteses em que há apropriação intelectual dessas produções.

A justificativa do tema gira em torno do universo da moda como um aspecto comportamental social que está em constante mudança. Desse modo, além de surgir novas vestimentas e criações, surgem também outros conflitos que dependem da norma para serem solucionados. Assim, a pesquisa busca contribuir para o conhecimento e entendimento a respeito do direito do designer, sobre a sua criação intelectual.

O método de abordagem a ser utilizado na elaboração desse trabalho de curso será o dedutivo; o método de procedimento será o monográfico e; o levantamento de dados será através da pesquisa bibliográfica.

Pretende-se inicialmente abordar alguns aspectos da propriedade intelectual, como um sistema que surgiu para proteger e garantir ao autor a exclusividade sobre a sua criação. Portanto, neste capítulo será feita uma síntese histórica, demonstrando a sua conceituação, objeto e ligação com os direitos da personalidade.

O capítulo seguinte traz uma discussão sobre a moda e a sua evolução, demonstrando a sua importância dentro do mercado e da sociedade, onde será feita uma abordagem do contexto histórico, dos conceitos e das relações com o mercado consumidor, no sentido de demonstrar a importância da moda no mercado e na sociedade contemporânea. Por fim, será visto qual a relação da moda com a ciência jurídica.

O último capítulo destina-se a analisar a qualidade de autor de design e o (des) cabimento de indenização por apropriação indevida de criação intelectual, onde será visto como se caracteriza qualidade de autor de design, a ocorrência de indenização pelos danos materiais, morais e lucros cessantes; e as decisões judiciais acerca da possibilidade de indenização pelo uso indevido da criação intelectual.

Ao final, o presente Trabalho de Curso encerrar-se-á com as Considerações Finais nas quais serão apresentados pontos essenciais destacados dos estudos e das reflexões realizados sobre a qualidade de autor de design e o (des) cabimento de indenização por apropriação indevida de criação intelectual.

2 PROPRIEDADE INTELECTUAL

O processo de criação, em relação a mente humana, está ligado a propriedade intelectual. O sistema de propriedade intelectual, com amparo na legislação, surgiu para proteger e garantir ao autor de criação intelectual, a exclusividade sobre sua criação. Essa garantia é aplicada nos campos industriais, científicos, literários e artísticos. (CAMPOS; DENING; 2011, p. 101).

Este capítulo apresenta uma síntese histórica da propriedade intelectual, a sua conceituação e o reconhecimento perante a lei brasileira a partir de 1996, com a criação da Lei nº 9.279, que regula direitos e obrigações relativos à propriedade intelectual.

2.1 SINTESE HISTÓRICA

Para compreender a história da Propriedade Intelectual, é oportuno dividi-la em três momentos: no primeiro no Direito Romano, quando na Grécia e na Roma Antiga já distinguiam produtos através de nomes, símbolos, letras e figuras. No período entre Idade Média, passou-se a resguardar as marcas, surgindo, nessa época, os livros de matrículas, que já deixavam registrados os produtos assim que produzidos. E no pós-revolução francesa, quando iniciou a identificação de propriedade intelectual, por meio do reconhecimento dos direitos de patentes e direitos autorais. Anteriormente, essas prerrogativas eram concedidas apenas pela Coroa, aos indivíduos ou corporações de seu interesse. (CABRERA, 2015).

Segundo Basso (2004), o direito intelectual e o direito internacional estão interligados historicamente, uma vez que, durante a Revolução Industrial, na Europa, estes passaram por uma transformação, principalmente o direito internacional, refletindo diretamente na propriedade intelectual. Nesse momento, as convenções que protegiam a propriedade intelectual e as obras literárias, como a União de Paris para a Proteção da Propriedade Intelectual, e a União de Berna para a Proteção das Obras Literárias e Artísticas, já não supriam as necessidades de proteção necessárias na época.

Posteriormente, em 1873, os Estados Unidos negaram a participação em uma feira internacional de invenções que ocorreria em Viena, com a alegação de que as concepções expostas no evento trariam benefícios para o povo. Todavia, os

inventores presentes não receberiam qualquer benefício, na medida em que a proteção à atividade intelectual não alcançava o âmbito internacional. A partir dessa resistência e, após diversos congressos mundiais, surge a Convenção de Paris, que teve seus ideais inalterados por mais de cinquenta anos (1883). (LIMA, 2014, p. 3).

Nessa perspectiva, após Segunda Guerra Mundial percebe-se a necessidade de criação de um instrumento que cuidasse apenas da propriedade intelectual, momento em que surgiu a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento, conforme destaca Basso (2004, p. 2):

Com o surgimento da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento – CNUCED UNCTAD (1964) e da Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento Industrial – ONUDI (1966), soluções do passado tornaram-se ultrapassadas; era preciso criar uma organização que se ocupasse, especificamente, da propriedade intelectual, que instituisse mecanismos adequados de proteção e redução das disparidades crescentes entre os países industrializados e os em desenvolvimento.

A resposta deste marco ocorreu em 1967, com a Convenção de Estocolmo, que criou a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), a qual compõe uma das 16 agências da Organização das Nações Unidas (ONU). Tem como função manter a atualização da proteção das criações internacionais. (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 2020).

Segundo Barbosa (2010, p. 10):

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

Três anos após a criação da OMPI surge, no Brasil, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), tendo como objetivo o desenvolvimento tecnológico e econômico através das indústrias. Dentro do INPI, foram criados seguimentos que formalizam a propriedade industrial: o desenho industrial, que é o conjunto de características que compõe determinado objeto que possa ser reproduzido; e a marca, como identificação de produtos e serviços similares, mas de empresas diferentes. Foi

instaurado também as patentes, concedendo a propriedade temporária sobre a criação. (PORTAL DA INDÚSTRIA, 2020).

Por um tempo, até meados da década de 80, a propriedade intelectual seguiu uma linha de pensamento que considerava as descobertas intelectuais como patrimônio de todos. A partir daí começaram as mudanças na economia mundial, transformando a sociedade do conhecimento. Já na década de 90, os pensadores começam a ter uma nova visão sobre o processo intelectual, de forma a visarem protegê-lo com o direito de propriedade. (CAMPOS, DENING, 2011, p. 98).

O Brasil reconhece essa prerrogativa desde 1996, com a edição da Lei nº 9.279, de 14 de maio, de forma que regula os direitos e as obrigações, e protege à propriedade intelectual como interesse social e desenvolvimento tecnológico e econômico do País. (BRASIL, 1996).

Com o processo de globalização, as transformações e avanços ocorreram intensamente na tecnologia, e os meios de comunicação se disseminaram junto ao crescimento da internet. A partir dessa evolução tecnológica, com a expansão da informação, a propriedade intelectual começa a ser questionada, pois com o rápido acesso à informação tornou-se muito mais difícil a proteção da propriedade intelectual. (LIMA, 2014, p. 97).

Nesse aspecto, a tendência é que ocorra uma homogeneização nas relações de propriedade em face dos avanços tecnológicos, aproximando os países e outras unidades culturais. É oportuno, desse modo, uma adaptação jurídica para as novas relações que surgirão. (BARBOSA, 2010, p. 134) A importância da manutenção de novas proteções ao direito da propriedade intelectual é necessária, pois está diretamente ligada a economia global. Nesse sentido, materializa a criação humana e a tecnologia em novos produtos aptos a serem explorados comercialmente, e que auferem vantagens econômicas para o seu criador. (VANIN, [2016]).

Expostos os principais momentos históricos da evolução da Propriedade Intelectual no Brasil e no mundo, parte-se para os conceitos que envolvem a temática.

2.2 CONCEITO

Oportuno destacar, desde logo, que diariamente tem-se contato com bens criados pelo intelecto, principalmente aqueles realizados a partir da tecnologia. Pode-se perceber esse fato com a grande variedade de marcas que são utilizadas, de

produtos tecnológicos como livros, filmes, jornais, séries, músicas e novelas, os quais surgiram a partir da criação de uma determinada pessoa, e protegidos pela propriedade intelectual. (SOUZA, 2014).

No entendimento de Barbosa (2010, p. 11), a propriedade intelectual é conceituada a partir da Convenção de Paris de 1883, como o conjunto de prerrogativas que englobam os desenhos ou modelos industriais, nomes comerciais e marcas (de fábrica ou de comércio), de forma a evitar a concorrência desleal.

Para Campos e Dening (2011, p. 101):

A propriedade intelectual está relacionada com as criações ou invenções da mente. O sistema de propriedade intelectual foi criado para garantir a propriedade ou exclusividade que é resultado do esforço intelectual, nos campos industrial, científico, literário e artístico. Essas atividades intelectuais são também chamadas de ativos intangíveis, que por definição, são os ativos que não possuem existência física e são baseados em conhecimento.

No Brasil, a Constituição da República Federativa do Brasil estabeleceu, dentre os direitos e as garantias fundamentais, a propriedade intelectual no rol taxativo previsto no art. 5º, incisos XXVII, XXVIII e XXIX (BRASIL, 1988):

Art. 5º [...]

XXVII - aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar;

XXVIII - são assegurados, nos termos da lei:

- a) a proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas;
- b) o direito de fiscalização do aproveitamento econômico das obras que criarem ou de que participarem aos criadores, aos intérpretes e às respectivas representações sindicais e associativas;

XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País;

Além da proteção constitucional, a propriedade industrial é regulamentada por legislações infraconstitucionais, principalmente pela Lei nº 9.279/96 que trata da propriedade industrial e, também, pela Lei nº 9.610/98, que dispõe sobre os direitos autorais.

Desse modo, a propriedade intelectual é conceituada pela OMPI como a proteção aos direitos relacionados às criações. Esse resguardo é conferido aos bens imateriais, ou seja, aqueles que podem apresentar uma forma que não seja a física.

Ressalta que o possuir dessa pode obter lucros, tornando a propriedade intelectual um ativo. Por esse motivo é que o bem deve ser resguardado, para que não seja usufruído indevidamente por terceiros de má-fé ou que tenham a mesma descoberta. (DUARTE, 2018, p. 7-8)

Del Nero (2004, p. 43) assim conceitua:

Propriedade intelectual refere-se a “ideias”, “construtos”, que são, essencialmente, criações intelectualmente construídas a partir de formas de pensamento que se originam em um contexto lógico, ou socialmente aplicável ao conhecimento técnico-científico, desencadeando ou resultando uma inovação. Trata-se de um processo intelectual. A partir do espírito especulativo e criativo, desafiado geralmente por necessidades ou demandas sociais, econômicas, etc., as ideias desenvolvem-se em projetos, podendo geralmente, dar origem a invenções. Algo novo, não imaginado, ou imaginado anteriormente, mas que não conseguiu, por fatores endógenos ou exógenos às possibilidades materiais econômicos do inventor, ser materializado.

No mesmo sentido concorda Campos e Dening (2011, p 101-102), quando tratam a propriedade intelectual com um sistema que age como garantia de recompensa e incentivo.

Trata-se, dessa forma, de um “[...] conjunto de princípios e de regras que regulam a aquisição, o uso, o exercício e a perda de direitos e de interesses sobre ativos intangíveis diferenciadores que são suscetíveis de utilização no comércio”. (CARVALHO *apud* KNAPIK, 2009, p. 32).

Ademais, a propriedade material é verificada como coletiva, de modo que determinado grupo tem por objetivo o uso coletivo como, por exemplo, os materiais de colheitas produzidos por tribos na antiguidade não pertenciam apenas ao criador, mas sim ao uso de todos. Desse modo não acontecia com objetos de uso pessoal, que eram utilizados pelo criador até sua morte, depois repassado a herdeiros, de modo que, assim, o primeiro conceito de propriedade se formou de modo familiar. À medida que a sociedade foi expandindo, esses objetos começaram a ser trocados entre os povos, criando um novo conceito baseado em relações comerciais. (SILVA; SILVA, 2014, p. 4).

Para Sherwood (1992 *apud* CAMPOS; DENING, 2011, p. 107), a propriedade intelectual faz parte da estrutura financeira dos países:

Um sistema de propriedade intelectual que proteja a inovação e a expressão criativa pode ser visto como uma condição prévia para a criação e uso da tecnologia nova, que acelera o crescimento econômico e auxilia o desenvolvimento. Sob este ponto de vista, o sistema de Propriedade

Intelectual pode ser considerado como uma parte valiosa da infraestrutura de um país.

Ressalta-se que a propriedade intelectual é dividida em três espécies: o direito autoral, a propriedade industrial e a proteção *sui generis*.

Em relação ao direito autoral, tem-se que é um conjunto de normas que tutelam as criações literárias, artísticas e científicas, as quais podem se manifestar através dos meios elencados no art. 7º da Lei nº 9.610/98 (BRASIL, 1998):

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

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

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

III - as obras dramáticas e dramático-musicais;

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

V - as composições musicais, tenham ou não letra;

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

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

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

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

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

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

XII - os programas de computador;

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

Para a proteção das obras, tem-se por requisito que esta seja original. No entanto, o conceito de originalidade não é uniforme, uma vez que a criação depende da personalidade do criador. (DUARTE, 2018, p. 13).

Nesse sentido, Santos (2014, p. 127-132) aponta que a originalidade corresponde a criatividade em relação a personalidade do autor, em sua criação intelectual e a sua autoria, no sentido de dar origem a obra. Para o autor, originalidade e criatividade são equivalentes, uma vez que “se a obra intelectual é uma criação intelectual pessoal, pressupõe ela a existência de um grau mínimo de engenhosidade e de individualidade, o que distingue a obra protegida da banal ou comum”.

Em relação a tutela jurisdicional do autor, tem-se que a criação de sua obra é protegida independente de registro, embora este possa ser realizado na “Biblioteca Nacional, na escola de Música, e na Escola de Belas Artes da Universidade Federal

do Rio de Janeiro, ou no Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia”. (KNAPIK, 2009, p. 48).

No que concerne a proteção pelo ordenamento jurídico, as relações concernentes aos direitos autorais são reguladas pelo sistema dualista, compreendendo, dessa maneira, as prerrogativas morais e patrimoniais que estabelecem ao autor os efeitos econômicos de seu produto. (VANIN, [2016]).

Na Lei nº 9.610/98 (BRASIL, 1998) foram elencadas, no art. 24, as condutas que caracterizam os direitos morais do autor:

Art. 24. São direitos morais do autor:

I - o de reivindicar, a qualquer tempo, a autoria da obra;

II - o de ter seu nome, pseudônimo ou sinal convencional indicado ou anunciado, como sendo o do autor, na utilização de sua obra;

III - o de conservar a obra inédita;

IV - o de assegurar a integridade da obra, opondo-se a quaisquer modificações ou à prática de atos que, de qualquer forma, possam prejudicá-la ou atingi-lo, como autor, em sua reputação ou honra;

V - o de modificar a obra, antes ou depois de utilizada;

VI - o de retirar de circulação a obra ou de suspender qualquer forma de utilização já autorizada, quando a circulação ou utilização implicarem afronta à sua reputação e imagem;

VII - o de ter acesso a exemplar único e raro da obra, quando se encontre legitimamente em poder de outrem, para o fim de, por meio de processo fotográfico ou assemelhado, ou audiovisual, preservar sua memória, de forma que cause o menor inconveniente possível a seu detentor, que, em todo caso, será indenizado de qualquer dano ou prejuízo que lhe seja causado.

Ainda no que tange ao direito moral, este constitui a prerrogativa de o autor reivindicar a sua integridade moral em face de terceiros, uma vez que a reputação do autor gera reflexos econômicos quando o seu nome é utilizado como marca comercial, ou em relação a sua reputação frente aos consumidores. Já a proteção patrimonial está diretamente ligada ao controle da reprodução, e da representação da obra criada. (SANTOS, 2017, p. 46-47).

A propriedade industrial se refere às criações relacionadas às atividades da indústria, do comércio e da prestação de serviço, protegendo os bens incorpóreos e imateriais. Em contrapartida, indústria abrange as atividades humanas que geram bens e serviços. (PAESANI, 2015, p. 37). Trata-se de atividade que depende da concessão do Estado, bem como do pagamento de taxas. Tem por foco atividades comerciais que englobam a patente de invenção e sua utilidade, a marca, os desenhos industriais, as indicações geográficas, os segredos industriais e a repressão à concorrência desleal. (DUARTE, 2018, p. 13).

A proteção aos desenhos industriais está exclusivamente direcionada a fabricação e a venda do produto, de forma que se refere as criações no campo da indústria. Não se adentra no mérito artístico ou técnico dos produtos, o que corresponderia, respectivamente, a proteção pela lei de direitos do autor, da lei das patentes de invenção e de modelos de utilidade.

Em relação a sua normatização, a propriedade industrial pertence a área do direito empresarial, regulamentada pela Lei nº 9.279/96, que tem por finalidade garantir a exclusiva exploração pelo inventor. (SERPA, 2013). Conforme verificado anteriormente, possui previsão constitucional, no art. 5º, inciso XXIX (BRASIL, 1988):

Art. 5º [...]

XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País;

A proteção constitucional é estabelecida através do trígono correspondente ao interesse social, ao desenvolvimento tecnológico e econômico, os quais devem ser equilibrados. (BARBOSA, 2010, p. 111). A Lei nº 9.279/96 equipara, no art. 5º, os direitos da propriedade aos bens móveis (BRASIL, 1996). Assim, a proteção à propriedade industrial é perfectibilizada através do registro e da patente, sendo aquela o “título que formaliza a proteção da invenção e do modelo de utilidade”, ao passo que está “o título que formaliza a proteção do desenho industrial e da marca”. (SERPA, 2013)

Nesse sentido, a patente é um título fornecido pelo Estado, que cede a propriedade temporária ao inventor sobre determinada invenção ou modelo de utilidade, podendo ser pessoa física ou jurídica de direito público ou privado. Para que isso ocorra, existem alguns requisitos, sendo estes: a atividade inventiva; a novidade; a aplicação industrial e, ainda, a descrição completa do produto ou processo. (AMBITO JURIDICO, 2012).

Conforme Ahlert e Camara Júnior (2019) esse meio de incentivar o processo tecnológico por meio de patentes já acontece desde o século XV:

Inicialmente, é importante lembrar que, desde o século XV, o sistema de patentes vem sendo utilizado para incentivar o desenvolvimento tecnológico. Esse incentivo ocorre pelo fato de o sistema de patentes nada mais ser do que uma troca entre o Estado e o inventor, em que o inventor apresenta uma

invenção útil à sociedade, como, por exemplo, máquinas, telefones, remédios, processos industriais, dentre outros, enquanto o Estado lhe recompensa com um direito de exclusividade temporário (a patente), ou seja, o direito de impedir que terceiros explorem essa invenção sem consentimento do inventor. Dessa forma, o titular de uma invenção passa a ter uma importante vantagem competitiva para auferir ganhos e compensar seus investimentos durante o período de vigência da patente. A sociedade, por outro lado, se beneficia do sistema de patentes, pelo fato de esse proporcionar um fluxo de novas invenções que abrangem tecnologias nas mais diferentes áreas, como saúde, transportes, energia, comunicações, dentre outras. Ao fim da vigência das patentes, essas novas invenções passam a ser de domínio público.

Nesse sentido, e considerando a proteção temporária proporcionada pelo sistema de patentes, as estratégias comerciais passam cada vez mais a incluir a solicitação de patentes em diversos países, para garantir exclusividade de exploração de novas tecnologias em diferentes mercados.

Nesse sentido, concorda Neto (2018) de forma a conceituar patente como o documento comprobatório que permite a exploração exclusiva da invenção ou do modelo de utilidade.

A concessão do direito industrial de patente pressupõe a obtenção da novidade, atividade inventiva, industriabilidade e desimpedimento. Para efeitos de distinção, a propriedade intelectual encontra-se no âmbito literário, científico e artístico, já a propriedade industrial abrange as inovações, desenhos e modelos industriais ligados diretamente a indústria. (SANTOS, 2017, p. 22).

A seguir será contextualizado o objeto da propriedade intelectual.

2.3 OBJETO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

Como verificado, com o desenvolvimento da economia industrial, foi necessário que o direito de propriedade ampliasse a proteção, uma vez que, com a tecnologia, os produtos comercializados passaram a ser objeto de propriedade. Ademais, a economia reconheceu os direitos aos autores em relação a concepção de produção do produto. (BARBOSA, 2010, p. 23).

Para a compreensão do objeto da propriedade intelectual, faz-se relevante compreender inicialmente quais aspectos envolvem a propriedade. Dessa forma, tem-se que a propriedade é o controle sobre coisas ou bens tangíveis, abrangendo a propriedade intelectual, industrial e comercial. Trata-se de um “direito-função”, que permite ao seu titular a realização de objetivos sociais. (BARBOSA, 2010, p. 26).

No mesmo sentido, Santos (2017, p. 12-13) dispõe que a propriedade é o instituto que permite a exploração de recursos, uma vez que ocasiona o uso racional de determinado bem de forma a extrair o máximo de riqueza possível. Assim, o Código Civil (BRASIL, 2002) regulamenta a propriedade a partir de art. 1.228:

Art. 1.228. O proprietário tem a faculdade de usar, gozar e dispor da coisa, e o direito de reavê-la do poder de quem quer que injustamente a possua ou detenha.

§ 1º O direito de propriedade deve ser exercido em consonância com as suas finalidades econômicas e sociais e de modo que sejam preservados, de conformidade com o estabelecido em lei especial, a flora, a fauna, as belezas naturais, o equilíbrio ecológico e o patrimônio histórico e artístico, bem como evitada a poluição do ar e das águas.

§ 2º São defesos os atos que não trazem ao proprietário qualquer comodidade, ou utilidade, e sejam animados pela intenção de prejudicar outrem.

§ 3º O proprietário pode ser privado da coisa, nos casos de desapropriação, por necessidade ou utilidade pública ou interesse social, bem como no de requisição, em caso de perigo público iminente.

§ 4º O proprietário também pode ser privado da coisa se o imóvel reivindicado consistir em extensa área, na posse ininterrupta e de boa-fé, por mais de cinco anos, de considerável número de pessoas, e estas nela houverem realizado, em conjunto ou separadamente, obras e serviços considerados pelo juiz de interesse social e econômico relevante.

§ 5º No caso do parágrafo antecedente, o juiz fixará a justa indenização devida ao proprietário; pago o preço, valerá a sentença como título para o registro do imóvel em nome dos possuidores.

No caso do objeto da propriedade intelectual, a propriedade é exercida em face dos bens intangíveis. Assim, considera-se bens “[...] elementos destacáveis da matéria circundante”. (PASSARELLI, 1969 *apud* BARBOSA, 2010, p. 33). Os bens intangíveis são aqueles oriundos do trabalho e da energia humana, que corresponde as obras artísticas, científicas, literárias ou os produtos de invenção industrial. (BARBOSA, 2010, p. 35) São bens que estão diretamente ligados à ideia (concepção) de informação, sendo que não visam somente a sua materialidade. (SANTOS, 2017, p. 22).

Knapik (2009, p. 35) dispõe que os bens intangíveis “[...] estão relacionados com a qualidade pessoal do intelecto da pessoa, de forma que podem ser citados os seguintes exemplos: dom, habilidade, talento, inteligência e criatividade”.

Os direitos compreendidos na propriedade intelectual permitem ao seu titular, o uso absoluto e exclusivo das prerrogativas que decorrerem das suas criações. Com a sua violação, o titular deve ser indenizado (BARBOSA, 2010, p.

65). A Lei nº 9.279/96, (BRASIL, 1996) que regula a propriedade industrial, prevê a possibilidade de reaver os lucros cessantes pelo autor, que serão auferidos conforme os critérios previstos no art. 210:

Art. 210. Os lucros cessantes serão determinados pelo critério mais favorável ao prejudicado, dentre os seguintes:

I - os benefícios que o prejudicado teria auferido se a violação não tivesse ocorrido; ou

II - os benefícios que foram auferidos pelo autor da violação do direito; ou

III - a remuneração que o autor da violação teria pago ao titular do direito violado pela concessão de uma licença que lhe permitisse legalmente explorar o bem.

Já em relação aos direitos autorais, a Lei nº 9.610/1998 dispõe que: “O titular cuja obra seja fraudulentamente reproduzida, divulgada ou de qualquer forma utilizada, poderá requerer a apreensão dos exemplares reproduzidos ou a suspensão da divulgação, sem prejuízo da indenização cabível”.

Nas hipóteses de livros, a lei prevê uma sanção quantificada materialmente no art. 103: “Quem editar obra literária, artística ou científica, sem autorização do titular, perderá para este os exemplares que se apreenderem e pagar-lhe-á o preço dos que tiver vendido”. (BRASIL, 1998). Desse modo, a propriedade intelectual tem por objeto incentivar o avanço da tecnologia, através do estímulo de inovações das criações humanas, de modo que, a seguir, será tratado a respeito dos sinais distintivos.

As criações, no âmbito da propriedade intelectual, possuem sinais distintivos, sendo aqueles que podem ser perceptíveis pelos sentidos, e que são capazes de distinguir pessoas, locais produtos e serviços apostos. (LISBOA, 2017). Assim, considera-se sinais distintivos, principalmente, os nomes empresariais e as marcas.

Os nomes empresariais conferem denominações sociais às empresas, permitindo a sua individualização no mercado. (BARBOSA, 2010, p. 697) São de grande relevância, posto que estabelecem uma forma de concretizar a atração de clientes e a geração econômica para aqueles que os criam. Assim, devem ser protegidos para que haja a exclusividade na sua utilização material e econômica. (GROSSI, 2014). Conceitua o Código Civil (BRASIL, 2002):

Art. 1.155. Considera-se nome empresarial a firma ou a denominação adotada, de conformidade com este Capítulo, para o exercício de empresa.

Parágrafo único. Equipara-se ao nome empresarial, para os efeitos da proteção da lei, a denominação das sociedades simples, associações e fundações.

A marca é a identificação do produto, da mercadoria ou do serviço que identifica o objeto no mercado, sendo que é capaz de vincular o seu titular. Este sinal distintivo é utilizado para identificar a sua origem, bem como para fomentar sua propaganda e a atividade empresarial. (BARBOSA, 2010, p. 696-698).

A Lei nº 9.276/96 atribui uma conceituação para marca no art. 122 (BRASIL, 1996):

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.

A propriedade da marca é adquirida através do seu registro validamente expedido, assegurando ao seu titular o seu uso exclusivo, nos termos do art. 129 da lei supracitada. Garante-se, ainda, que o titular possa dispor de seu registro ou do pedido de registro; licenciar seu uso e zelar pela integridade material ou pela reputação, conforme o dispositivo legal seguinte. (BRASIL, 1996) A finalidade deste sinal distintivo é resguardar o direito de seu titular e proteger os interesses de seus consumidores, de modo a garantir a qualidade do produto ofertado. (REQUIÃO, 1998, p. 215 *apud* SANTOS, 2017, p. 42).

A seguir serão contextualizados os direitos da personalidade.

2.4 DIREITOS DA PERSONALIDADE

Os direitos da personalidade estão diretamente ligados as questões concernentes a propriedade intelectual, uma vez que ambos têm natureza personalíssima, de forma que se faz oportuna uma abordagem sobre os direitos da personalidade no presente capítulo.

Para a conceituação do direito da personalidade, deve-se observar as particularidades do ser humano, uma vez que este é integrante de uma sociedade e a convivência social é indispensável para a formação da personalidade humana. (BERTONCELLO, 2006, p. 19). Bertoncello citando Barreto, destaca que o direito da personalidade compreende:

[...] cada uma das expressões determinadas do poder que tem a pessoa sobre o todo ou sobre partes da sua integridade física, psíquica e intelectual, em vida e, em alguns casos, após a morte, e que constituem o mínimo necessário e apto a garantir a dignidade da pessoa e o amplo desenvolvimento da personalidade. (BARRETO, 2005 *apud* BERTONCELLO, 2006, p. 21).

Desse modo, os direitos da personalidade correspondem aqueles que possibilitam a defesa “do que lhe é próprio”, ou seja, a sua integridade física, intelectual e moral. (VANIN, [2016]). Para Silveira (2014, p. 76): “os direitos de personalidade, que se exercem sobre atributos da própria pessoa, como o nome, a imagem, a honra, os títulos acadêmicos, o próprio corpo, a intimidade e a privacidade [...]”.

Quanto as características do direito da personalidade, destaca-se inicialmente a essencialidade, que se refere aos bens mais íntimos da pessoa humana, abrangendo primordialmente suas qualidades. A personalidade que representam as características que individualizam a pessoa. Destaca-se ainda como característica a irrenunciabilidade e a intransmissibilidade, de modo que não há possibilidade de dispor dos direitos personalíssimos dada a sua natureza primária. (BERTONCELLO, 2006, p. 25).

A irrenunciabilidade e a intransmissibilidade dos direitos da personalidade estão previstos no art. 12 do Código Civil, que determina: “Com exceção dos casos previstos em lei, os direitos da personalidade são intransmissíveis e irrenunciáveis, não podendo o seu exercício sofrer limitação voluntária”. (BRASIL, 2002) Ressalta-se que, em conformidade com o art. 52 do mesmo Diploma Legal: “Aplica-se às pessoas jurídicas, no que couber, a proteção dos direitos da personalidade”. (BRASIL, 2002). Venosa (2010, p. 169) destaca que os direitos personalíssimos têm por objeto bens imateriais ou incorpóreos, uma vez que são fundamentalmente direitos correspondentes à vida, à liberdade e a manifestação de pensamento.

Assim, ficou demonstrado no presente capítulo que a propriedade intelectual tem por foco proteger as criações decorrentes do intelecto, e que acabam por envolver patentes, modelos, marcas, desenhos industriais, bem como os direitos autorais para a proteção das prerrogativas do criador. Traz maior segurança jurídica a fim de evitar a violação dessas prerrogativas.

Importante a abordagem desse capítulo para a temática proposta, uma vez que se trata de um instituto jurídico com diversas peculiaridades que devem ser observadas para melhor compreensão do objeto do trabalho. A propriedade intelectual é um ramo muito utilizado nas questões jurídicas que abrangem o mundo da moda, uma vez que se trata de uma esfera vulnerável em relação as cópias de produtos.

A indústria da moda se desenvolve de maneira que necessita da tutela jurídica em diversas situações. Dessa forma, antes de discutir acerca da aplicabilidade da proteção intelectual nas questões inerentes à moda, faz-se necessário explanar algumas considerações gerais no capítulo seguinte. Será realizada a contextualização histórica, o conceito de moda, sua influência em face do consumidor, do mercado e da sociedade contemporânea, bem como a sua relação com o Direito.

3 MODA E SUA EVOLUÇÃO

A moda possui importância dentro da sociedade e do comércio, sendo considerada um negócio com maior lucratividade, com incidência tributária, além de ser considerada a área que mais emprega no mundo (SOARES, 2016, p. 8). Para muitas pessoas o estudo da moda é considerado algo fútil, no entanto, para lançar uma tendência, são necessários diversos profissionais que se dedicam para o seu lançamento (LOBO, 2014, p. 11).

Assim, este capítulo visa demonstrar a história da moda e sua importância na civilização com o passar dos anos, bem como abordar acerca da sua utilização na contemporaneidade em relação aos consumidores, ao mercado e a sociedade em geral, de forma a observar a sua aplicação nos ramos do Direito.

3.1 CONTEXTO HISTÓRICO

Quanto a história da moda, ressalta-se que através dela registrou-se grandes marcos da civilização, sendo que continua a participar do desenvolvimento social no mundo moderno. Abrange diversas áreas humanas e se encontra nas relações entre a sociedade e o indivíduo (COSTA, 2014, p. 18). Durante a pré-história, os nômades utilizavam uma mistura prensada de folhas e fibras de vegetais para cobrir o corpo e, ainda, em razão dos seus constantes deslocamentos e com a variação climática, perceberam que a pele dos animais poderia ser utilizada como proteção contra o sol, a chuva, o vento, o calor e o frio (LOBO, 2014, p.17).

Neste período, o uso das vestimentas era utilizado para proteção e pudor, mas posteriormente passou-se a utilizar adornos como dentes e garras de animais como demonstração de poder pelos homens. Com o sedentarismo, ao trocarem a vida de nômades, iniciou-se a agricultura e a pecuária, fazendo com que os povos iniciassem a produção de linho e, a partir deste, confeccionar as primeiras peças de roupas. (STEFANI, 2005, p. 15).

Na antiguidade, compreendida entre 4.000 a. C. e 476 d. C. diversos períodos importantes da civilização trouxeram marcos para o ramo da moda. Dentre esses, destaca-se o Egito Antigo, onde as roupas utilizadas eram produzidas com linho, os acessórios eram usados como símbolos religiosos e sandálias eram feitas em palha

trançada, com a finalidade de proteger os pés das areias do deserto (STEFANI, 2005, p. 15-16).

Durante o período Clássico, na Grécia, os gregos davam as vestimentas um valor estético, utilizando roupas que criavam efeitos drapeados e marcantes para realçar a beleza das formas humanas. Já em Roma, o luxo era uma das principais características da sua indumentária, de modo que utilizavam togas para indicar a posição social daquele que a vestia. Assim, quanto mais volumosa era a toga, mais elevado era o nível da classe da pessoa naquele meio social (STEFANI, 2005, p. 15-16).

Na idade média, durante o feudalismo, o senhor feudal tinha o controle da cidade, ao passo que a Igreja Católica regia as leis. Neste período, as roupas tinham um viés mais romântico, com linhas duras e pesadas. Posteriormente, com o fortalecimento da burguesia e a perda do monopólio da igreja, passaram a utilizar um estilo gótico. As mulheres usavam véus até os joelhos, as roupas com mangas compridas e amplas nos punhos, e os homens usavam roupas conhecidas por gibão, que consistia em pequenos casacos com mangas ou em forma de colete (STEFANI, 2005, p. 16-17).

A moda, como é conhecida na contemporaneidade, surgiu no início do século XV durante o Renascimento europeu, em um momento em que as pessoas passaram a dar valor à roupa em um contexto social. Havia diferenciação por classe social, através de suas vestimentas, de forma que algumas roupas e cores eram destinadas somente aos nobres. No entanto, os burgueses passaram a copiar o estilo utilizado pelos nobres, fazendo com que precisassem se reinventar, criando tendências constantemente (LOBO, 2014, p. 15). Nesse período, a expansão do capitalismo mercantil com o desenvolvimento econômico da Europa, foram propícias para as mudanças culturais que refletiram no vestuário (MOURA, 2018, p. 20).

Os considerados de classe baixa utilizavam blusas, calças e vestidos simples, e os que faziam parte da classe alta, faziam uso de vestidos com golas, bordados e com fios de ouro, sendo que demonstravam através dos trajes a sua riqueza pessoal (ANDRADE, 2019, p. 15).

Com o surgimento do Barroco, que teve seu apogeu entre os séculos XVII e XVIII, a moda era exagerada, sendo que os homens utilizavam cabelos longos ou perucas. Posteriormente, com o Rococó, as perucas foram substituídas por grandes penteados, e utilizavam cores com tons pasteis e com exagero nos detalhes, com

tecidos ricos e formas delicadas (STEFANI, 2005, p. 17). O uso da palavra “moda”, nesta época, designava a busca pela elegância por parte da classe social privilegiada em relação a maneira de se vestir, de pensar, nos objetos de decoração, no modo de agir e escrever (COSTA, 2014, p. 18).

Com a Revolução Industrial, uma drástica mudança ocorreu no vestuário naquele período, erradicando a utilização de roupas elegantes, de forma a valorizar uma tendência que valorizava o que era de origem inglesa. A população francesa utilizava roupas com as cores da sua bandeira, os homens usavam capa preta com colarinho alto e as mulheres utilizavam laços vermelhos no pescoço, simbolizando o sangue (CARDOSO, 2014, p. 18).

Após a Revolução Industrial, a indústria têxtil obteve maiores avanços tecnológicos que permitiam uma maior produção de tecidos, o que resultou em uma mudança na economia e uma explosão no comércio da moda. Surgiu a classe média com maior poder aquisitivo para adquirir roupas. Dessa forma, a moda passou a ser verificada como um símbolo de posição privilegiada na sociedade, e uma forma de demonstrar riqueza (BAZHUNI, 2017, p. 28).

Na década de 1840, as vestimentas transmitiam pudor. As mulheres utilizavam trajes que cobriam todo o corpo, representando a submissão, bem como chapéus que cobrissem o semblante e saias com anágua de arcos para aumentar os quadris, representando a fertilidade feminina (STEFANI, 2005, p. 22).

O período conhecido como Belle Époque, compreendido entre o início do século XX e o início da Primeira Guerra Mundial, ficou conhecido na Inglaterra como Era Eduardina, sendo que as vestimentas eram extravagantes e que demonstravam a dominação dos países envolvidos. Essas roupas valorizavam a cintura feminina, de forma que o ideal de beleza para as mulheres era a chamada silhueta ampulheta, com ombros e quadris largos e a cintura afinada (COSTA, 2014, p. 27).

No início do século XX as mulheres passaram a ingressar no mercado de trabalho, de forma a exercer atividades que extrapolavam os afazeres domésticos, necessitando de roupas mais leves. Passaram a utilizar saias da altura da canela, blusas de botões e chapéus imensos. Em 1913, surge o chamado decote “V” nas roupas femininas, sendo que a indumentária masculina é marcada pelo uso de chapéis “coco”, pelo uso de ternos de lapela média e com cores sóbrias. Nesta época, surgiu a estilista Coco Chanel com um estilo marcante e ousado, que fizeram seu nome na moda do século. (COSTA, 2014, p. 29).

Na década de 30, o luxo passou a ser o objeto da moda, com a utilização de saias compridas, ombros largos e quadris estreitos. Por outro lado, no mesmo período, Marlene Dietrich foi responsável pela difusão das calças compridas, transformando as roupas masculinas em moda para as mulheres. (STEFANI, 2005, p. 23-24).

Quanto as diversas fases históricas da moda, Ilce Liger (2012, p. 19) ressalta:

Em alguns períodos da história, a moda foi objeto de diferenciação de classes; em outros momentos, foi a representatividade de uma exigência política ou de sanções econômicas, mas sua abrangência se traduz no modo de vestir, adornar-se e comportar-se das sociedades segundo as normas de cada época.

A indústria da moda passou a criar tendências em um curto espaço de tempo, dividindo a moda por estação, buscando cores, tecidos e acessórios que se reinventassem no mercado, permitindo uma nova versão de estilos utilizados em outras épocas e criando novos modelos (CARACIOLA, 2015, p. 11). Na contemporaneidade, a moda é verificada de forma diferente, trazendo um aspecto de estilo de vida e postura, sendo impossível trazer somente um conceito para este termo (CARDOSO, 2014, p. 23).

A seguir será tratado a respeito do conceito de moda.

3.2 CONCEITO

A moda faz parte de toda a sociedade, mesmo daqueles que sustentam o contrário, de alguma forma estão condicionadas as tendências da moda. Ao tratar de moda, não se observa somente a maneira em que determinada pessoa se veste, por tratar-se de um conjunto de informações que orientam costumes e comportamentos (STEFANI, 2005, p. 11).

Para Francielle Huss Skibinski (2014, p. 26):

[...] a Moda não é composta apenas por roupas e acessórios, pois os aspectos funcionais e materiais não se sobressaem em relação ao significado e personalidade do criador que podem ser extraídas de seus objetos. A moda é entendida como uma criação da alma, pois demonstra a individualidade do seu criador e das pessoas que utilizam determinado produto, necessitando de uma proteção mais consolidada.

Para Doris Treptow (2005, p. 44): “[...] a moda é um fenômeno social de caráter temporário que descreve a aceitação e a disseminação de um padrão ou estilo pelo

mercado consumidor até a sua massificação e conseqüente obsolescência como diferenciador social”. Na conceituação de Ana Paula de Miranda (2008, p. 73) a moda é um processo de difusão social, onde diversos estilos são adotados por determinados grupos de consumidores, em um mesmo período, além de ser um elemento que reflete a definição de uma pessoa. Trata-se de uma linguagem que ajuda interpretar a pessoa.

Etimologicamente: “moda, constituído a partir do francês *mode* (maneira de vestir), originária do latim *modus* (medida, modos, molde), está conectada atualmente a uma série de termos populares como “estilo”, “tendência”, “na moda”, “última moda” (COSTA, 2014, p. 18). Genericamente, trata-se de tendências que induzem o consumo coletivo em um certo período, de roupas, acessórios, calçados, bolsas, perfumes, relógios, óculos, etc., que influenciam na aparência de uma pessoa (ABREU; COUTINHO, 2019, p. 34).

Para Bruna Emanuelle dos Santos Lavor Costa (2014, p. 10) a moda expressa o que a pessoa é e o que sente, podendo ser compreendida de diversas formas, como pelo perfume que está utilizando, a roupa, a revista que lê, a música que ouve e os alimentos que são consumidos. Também pode ser visto como um instrumento de protesto, de forma a protestar pelos valores da sociedade.

A moda é, acima de tudo, um meio de comunicação simbólica expressa, principalmente, através do vestuário, demonstrando de forma expressiva a pessoa e sua personalidade para a comunidade que esta tem contato diariamente (MIRANDA, 2008, p. 51). Larissa Leal Moura (2018, p. 25) citando Frédéric Godart, aponta que as ciências sociais que se enquadram no ramo da moda possuem seis princípios a serem observados, quais sejam:

O primeiro é a afirmação, que apresenta a relação entre imitação e distinção de indivíduos e grupos sociais através da moda; o segundo é o princípio da convergência, que centraliza a produção e as tendências em casas específicas de moda localizadas em certas cidades; o terceiro é a autonomia, no qual a escolha estética destas casas é parcialmente autônoma de questões políticas ou econômicas, o quarto é a personalização, de modo que o designer se posiciona no centro da indústria deste setor, o quinto é a simbolização, onde a marca se coloca num papel significativo entre produtores e consumidores de moda, e o último é a imperialização, que coloca a moda em diversos âmbitos da vida social, ainda que ela esteja na mão de um grupo restrito de conglomerados.

Quanto a importância do estudo da moda, Mairi Mackenzie (2010) destaca que não se limita somente ao estudo da alta-costura e de grifes, devendo observar

diversos aspectos econômicos, políticos e culturais. Oportuno destacar que a produção de vestuário desenvolve-se de forma urbanizada e globalizada. Além disso, a moda está intimamente ligada à comunicação social, ajudando a expressar a sexualidade, idade e etnia de quem as utiliza.

Através da indumentária, ou seja, do vestuário, transmite-se informações a respeito da pessoa, transparecendo sua personalidade e representando a sua apresentação pessoal. Assim, a moda é um ramo que atua em diversos âmbitos da construção e da identificação pessoal, utilizada para discriminar grupos ou indivíduos, determinar seus comportamentos e definir marcos históricos (MOURA, 2018, p. 9).

A moda consiste em um sistema que influencia os segmentos econômicos, culturais, literários, tecnológicos, sociológicos, antropológicos, estéticos, filosóficos, artísticos, psicológicos e histórico, formando um mecanismo social, cultural, comunicacional e industrial que faz parte da vida humana cotidianamente (COSTA, 2014, p. 14).

É um fenômeno sociocultural que se expressa através de hábitos e costumes presentes em uma sociedade, e que sempre está em mutação e se reinventando com o passar do tempo. Trata-se de um meio de comunicação e de um estilo de vida expressado através da maneira que cada um se veste (LOBO, 2014, p.11).

A seguir será tratado a respeito das relações da moda com o mercado consumidor.

3.3 RELAÇÕES COM O MERCADO CONSUMIDOR

A imagem que o indivíduo quer transparecer, é uma grande motivadora para o consumo no mundo da moda. Faz com que grandes marcas criem seu próprio público alvo, para despertar o desejo de adquirir seus produtos. (STEFANI, 2005, p. 71).

A indústria da moda trata de novas tendências a cada estação do ano, trazendo novidades para movimentar o mercado e influenciar o consumidor na compra de novos produtos. E, para realizar essa influência, as marcas investem em publicidade através de campanhas de valor expressivo com a contratação de celebridades, com o intuito de vender seus produtos. Assim, destaca Gisele Ghanem Cardoso (2014, p. 24):

Esse enfoque no consumidor pode ser feito com base em localidades, finanças, estilo de vida, idade e outras opções sobre o cliente e ainda podem ser empregadas juntas como, por exemplo, faixa etária e situação financeira.

Dessa forma, o material a ser publicado na Internet, além da produção dos produtos em si, será voltado, para o público alvo de forma que faça aumentar o número de clientes.

Para fomentar o consumo de seus produtos, as marcas criam artigos que sejam compatíveis com a identidade de seus consumidores, e divulgam através da influência de programas, influenciadores ou por meios de comunicação (MOREIRA, 2018, p. 42). O consumo é fator de grande importância para a indústria da moda, uma vez que influencia no capital das marcas, e permite que novas tendências sejam lançadas. Nesse sentido, a moda é um aspecto de grande relevância dentro do mercado, obtendo elevados lucros, sendo um dos maiores geradores de emprego. (BARREIRA, 2014, p. 7).

Larissa Leal Moreira (2018, p. 34) aponta que com o crescimento do consumo, o ciclo de vida dos produtos torna-se cada vez mais reduzido, uma vez que a sociedade contemporânea adquire e descarta os produtos de uma forma rápida. Quanto ao ciclo de vida dos produtos, são descritas as seguintes etapas:

O ciclo obedece as seguintes etapas: introdução, quando o objeto é lançado no mercado, sendo, às vezes, o pioneiro; crescimento, quando há aumento das vendas, estimulando a entrada da concorrência; desenvolvimento, quando as vendas continuam crescendo e há ampliação, expandindo o mercado; maturidade, quando as vendas atingem estabilidade, porque o produto já não desperta o mesmo interesse dos consumidores, mantendo apenas a mesma clientela e, declínio, momento da redução das vendas por conta de lançamentos de outras marcas concorrentes que encanta os consumidores.

Desse modo, a sociedade de consumo utiliza os produtos como forma de ostentação e distinção dos demais grupos. Assim: “o objeto é consumido pelo que representa, por remeter ao consumidor a capacidade de diferenciá-lo, a certa posição e determinado status, mais do que pela sua utilidade” (MOREIRA, 2018, p. 35) O consumismo como princípio dinâmico do capitalismo, torna-se importante para a indústria da moda, fazendo com que as pessoas passem a adquirir os produtos por status e consumismo, e não mais por necessidade, como em outras épocas (COSTA, 2014, p. 15).

Para alcançar o maior número de consumidores, a indústria da moda investe em desenvolvimento de estratégias de marketing, que estuda o consumo da moda a fim de criar imagens com tendências e símbolos que possui alguma relação com seus usuários. Em relação a estas estratégias, constatou-se que “na atualidade o

entendimento de que as pessoas usam o ato de consumir como forma de comunicação, que a troca vai além de mercadorias, o que é compartilhado são valores, ideais e estilos [...]” (MIRANDA, 2008, p. 15).

Através do marketing, compreendido como o processo social por meio do qual indivíduos obtêm aquilo que necessitam através da criação e troca de produtos e valores, observa-se o comportamento do consumidor alvo antes do lançamento de um produto (TREPTOW, 2005, p. 53-54). Dessa forma, trata-se de um negócio com grande importância econômico-financeira, que necessita de um respaldo legal para atender as formas específicas da atividade da moda (SOARES, 2016, p. 13).

Serão tratados, no próximo tópico, a respeito da moda e o mercado, bem como a sua importância na sociedade contemporânea, demonstrando a sua importância em relação aos consumidores.

3.3.1 Moda e o mercado

A moda é verificada pelo mercado como uma indústria de aparências, em que cada detalhe possui alguma história tirar de forma a individualizar a utilização por determinado grupo, servindo como uma ferramenta que expressa a personalidade da pessoa (NOVELLO, 2013, p. 10). Nesse sentido, dispõe Lígia Carvalho Abreu e Francisco Pereira Coutinho (2019, p. 35):

A moda é uma procura incessante de um consumo mais emocional e da consolidação de uma imagem dinâmica e de conquista de mercado. Quanto mais interagir com o consumidor por intermédio de experiências sensoriais, mais a marca será lembrada e despertará fidelidade no consumidor.

A indústria da moda funciona por meio cíclico, sendo necessário o lançamento de tendências constantemente, de forma a modificar o objeto, as cores ou formatos. É repaginado o estilo de determinado grupo, criando uma situação de oferta e demanda, o que impulsiona o consumo de novos produtos. Para a movimentação do mercado da moda e suas constantes tendências, a comunicação é uma grande aliada, que pode ser utilizada através de revistas, cinema, televisão e internet. Marcus Moreira Novello (2013, p. 12-13) classifica os consumidores em três grupos: alfa, beta e mainstream, e quanto a estes explica:

O grupo de consumidores classificado como Alfa ditam as tendências, enquanto o grupo beta é responsável pela disseminação das mesmas. O grupo mainstream é composto por indivíduos avessos à inovação fashion ou que não acompanham a indústria com frequência e, portanto, adotam uma tendência em um timing tardio se comparado com o grupo alfa e beta. Essa classificação visa o entendimento não só de como as tendências surgem e se propagam dentro da indústria da moda, como também visa esclarecer o tipo de imaginário na qual as marcas são construídas de acordo com o mercado consumidor visado pela produção. O grupo mais representativo no mercado de moda é o mainstream, visto que à medida que a tendência não apresenta tanto risco fashion, um número mais expressivo de indivíduos se sentirão confortáveis em aderir à moda vigente. Empresas cujo mercado alvo seja consumidores alfa devem atentar às linguagens e escolhas deste consumidor para que a identificação seja catalisada influenciando a escolha de compra.

Desse modo, “O mercado é o grupo de consumidores potenciais para um determinado produto”. Ao desenvolver um novo produto, deve-se observar o tipo de público-alvo a que se destina. Na hipótese da indústria da moda, existem três grandes públicos-alvo, sendo o feminino, o masculino e o infantil. Os consumidores são segmentados em grupos que possuem similaridades em relação ao poder de compra, a localização geográfica, as atitudes e os hábitos (TREPTOW, 2005, p. 49-50).

A Associação Brasileira de Indústria Têxteis e de Confecção (ABIT), fez um levantamento que constou um faturamento anual de US\$ 37 bilhões no setor da moda, produzindo 1,7 milhão de toneladas de produtos e gerando 8 milhões de empregos. (BAZHUNI, 2017, p. 22).

Doris Treptow (2005, p. 54) destaca que existem duas maneiras de expressar a moda, as quais ocorrem através da alta-costura ou pelo que é chamado de pronto para vestir. A alta-costura é a confecção realizada com exclusividade pelas grifes mais conhecidas no mercado, atendendo um público seletivo. Já o pronto para vestir, se refere as roupas práticas e que possuem um valor mais acessível, não sendo produzida para um consumidor específico, mas sim para um grupo em potencial.

Diante da relevância no mercado, foi oportuna a inserção da moda nos ramos do Direito, de forma a regulamentar as diversas relações oriundas deste setor, o que será verificado em seguida.

3.3.2 Importância da sociedade contemporânea

Como apontado, em um contexto histórico, os fenômenos da moda já foram interpretados de diversas maneiras. Foram utilizados como proteção para o corpo,

representavam costumes morais e religiosos e, ainda, faziam parte das segregações econômicas, evidenciando a classe social a que determinada pessoa pertencia.

A sociedade contemporânea tem como característica a inovação, o individualismo e o hedonismo, está na busca de informações em tempo permanente, fato que contribui para o crescimento do consumo e do descarte de mercadorias em um curto espaço de tempo (CARACIOLA, 2015, p. 2).

Amanda Oliveira da Câmara Moreira (2018, p. 19) destaca que a moda é compreendida como um fato social, ou seja, a partir dela são designados os fenômenos dos grupos que possuem interesses em comum na sociedade. Considera-se, assim, o modo como uma determinada pessoa utiliza as roupas, ou seja, como se expressa. Pode influenciar na sua permanência em determinado grupo, pois por meio da moda o ser humano é capaz de expressar a sua identidade, o que acaba por inseri-los em grupos semelhantes.

Rafaela Ferreira Cabrera (2012, p. 12) destaca sobre a evolução da moda na sociedade:

A moda a muito tempo deixou de ser um pequeno ateliê com algumas costureiras vendendo para o comércio local, hoje são grandes empreendimentos, a maioria de atuação internacional, formadores de grandes grupos empresariais. A moda e sua indústria representam atualmente não só um setor da economia, mas também do direito, que disciplina as relações de forma a acabar com os conflitos decorrentes dessa atividade multidisciplinar que envolve questões: econômicas, contratos de compra e venda, importações e exportações, fusão entre grandes marcas, constituição de empresas, questões tributárias, acesso ao mercado de capitais, comércio internacional, questões trabalhistas (muito discutido no recente caso Zara), contratação de fornecedores, direito ambiental, direito publicitário e principalmente o já discutido direito de propriedade intelectual.

Assim, na contemporaneidade, a moda é verificada de forma subjetiva e individual, representando um estilo de vida, uma vez que a sociedade se encontra mais complexa e culturalmente pulverizada. Dessa forma, busca transformação e novidade. (SOARES, 2016, p.10). A seguir será contextualizada a moda e a relação com a ciência jurídica.

3.4 MODA E A RELAÇÃO COM A CIÊNCIA JURÍDICA

O direito da moda, conhecido internacionalmente como *Fashion Law*, surgiu oficialmente em 2006, ano em que foi criado o primeiro curso do Direito da moda nos Estados Unidos. Dessa forma, é o país pioneiro neste ramo (MOREIRA, 2018, p. 50).

O termo “*Fashion Law*” foi utilizado pela advogada Susan Scafidi para se referir as questões legais que abrangem a indústria da moda, tendo como um de seus grandes marcos o primeiro centro destinado ao estudo das questões jurídicas relacionados a este ramo, o *Fashion Law Institute* (LINO; MARFARÁ; PACHECO; MESSIAS, 2019).

Com o decorrer dos anos, os países que possuem maiores influencias no ramo na moda, proporcionam maior segurança jurídica para as relações que envolvem este ramo. No Brasil, o estudo sobre a matéria ainda é recente, e ganha expressão devida a influência da moda na economia, uma vez que, como verificado anteriormente, a indústria da moda é um dos setores com maior lucratividade no país (CLEMENTE, 2017, p. 8).

Conceitualmente, é um ramo que abrange os aspectos legais que cercam a criação de uma peça, desde a sua concepção até a proteção de sua marca, visando proteger as ideias inovadoras e que geram impactos em seus públicos alvos (SOARES, 2016, p. 14). Trata-se de um ramo com diversas necessidades específicas, e que enfrenta grandes problemas quando se trata contrafação, que se relaciona diretamente aos direitos de proteção à propriedade intelectual (SOARES, 2016, p. 14).

Para Amanda Oliveira da Câmara Moreira (2018, p. 51): “o Direito da moda é uma especialidade jurídica que abrange tanto os estilistas quanto as empresas do mundo da moda, e assim como os outros ramos do direito, interligando-se com divisões que se assemelham de modo geral [...]”. Ressalta-se que ainda não há, no Brasil, alguma lei específica regulamentando o tema, de modo que se utiliza de leis esparsas, principalmente as aplicáveis aos contratos e à propriedade intelectual.

Lígia Carvalho Abreu e Francisco Pereira Coutinho (2019, p. 12) destacam que a disciplina jurídica que cuida da criação da moda, abrange os seguintes aspectos:

[...] o ato de criação de peças de moda e de embelezamento, como por exemplo o design e a produção de vestuário, de calçado, de acessórios ou de cosmética e perfumaria; todas as etapas anteriores e posteriores ao ato de criação, ou seja a produção de tecido e de outros elementos que compõem uma peça de roupa ou calçado, a extração de metais e pedras preciosas, o cultivo ou a produção em laboratório dos ingredientes da cosmética e perfumaria, a comercialização dessas matérias-primas e das próprias peças de moda e embelezamento, bem como a criação de imagens.

Os autores ainda destacam que o Direito da Moda possui dupla natureza jurídica, uma vez que regula as relações jurídicas entre os sujeitos de direito privado, através das indústrias, agências, modelos, comerciantes, designers e inventores. Como também as relações públicas através das regulamentações do Estado nos aspectos de ordem pública, proteção ao indivíduo e nas liberdades individuais (ABREU; COUTINHO, 2019, p. 12).

No âmbito do Direito da Moda, diversos temas são abordados como a propriedade intelectual, direito empresarial, aduaneiro, do trabalho, ambiental, internacional, do consumidor, civil, contratos e sistema de produção. (OSMAN, 2017, p. 48). A propriedade industrial é o ramo que mais guarda relação com o Direito da Moda, e que é objeto de diversas lides, pois se trata de um meio que visa proteger a afirmação técnica, estética, ornamental e distintiva da identidade de uma determinada empresa no mercado, atribuindo os direitos privativos ao caso concreto (ABREU; COUTINHO, 2019, p. 34).

Dessa forma, o profissional que atua neste ramo deve estar atento às questões jurídicas e às necessidades específicas da indústria da moda, observando em um lançamento, por exemplo, desde a escolha da temática da coleção até o pós-venda dos produtos, assessorando as marcas em todas as atividades atreladas ao ramo da moda (LINO; MARFARÁ; PACHECO; MESSIAS, 2019).

Rafaela Ferreira Cabreira, (2012, p. 12) ressalta a importância do estudo do Direito da Moda, e da especialização dos advogados que atuarão nesta área:

Advogados desse mercado devem estar muito bem orientados para resolver todos esses tipos de problemas, que são frequentes em todas as grandes indústrias da moda. O que nos leva a necessidade de termos o Fashion Law como disciplina nas Universidades de todo país. Assim como no curso de *Fashion Law* da Universidade de *Fordham Law* em Nova York, os advogados seriam devidamente preparados para esse mercado que tanto cresce no mundo todo, inclusive no Brasil.

Por estar a moda condicionada a originalidade e a criatividade dos estilistas, que utilizam de seu conhecimento para a criação de um lançamento, é importante que exista uma maior segurança jurídica garantindo a exclusividade de suas criações. No entanto, o que ocorre é a falta de regulamentação específica sobre o tema, de maneira a culminar em objeto de discussão nos tribunais (CABRERA, 2017, p. 2).

Como demonstrado no decorrer do presente capítulo, a moda está presente desde os primórdios, em que o homem primitivo passou a utilizar folhagens e peles de animais para sua proteção em relação as variações climáticas, bem como adornos como dentes de animais para demonstrar poder. No decorrer dos anos, a moda passou a ser considerada a maneira com que determinada pessoa ou grupo de pessoas exterioriza a opinião na sociedade, podendo, através dela, identificar a sua personalidade e preferencias pessoais.

Importante este capítulo destinado às questões inerentes a moda, para compreender como esta surgiu e se desenvolveu na sociedade para, então, demonstrar a sua influência no mercado de consumo e para a sociedade contemporânea. Tem-se por finalidade observar as questões que poderão ser protegidas pelo âmbito legal. Em relação ao mercado da moda, apurou-se que está em constante modificação para influenciar o maior número de consumidores possível, de maneira a atingir diversas áreas da sociedade e do Direito.

Dessa forma, no capítulo seguinte será abordado a respeito da proteção legal às questões jurídicas envolvendo a indústria da moda, visando principalmente demonstrar a possibilidade de indenização pela apropriação indevida das criações intelectuais.

4 QUALIDADE DE AUTOR DE DESIGN E O (DES) CABIMENTO DE INDENIZAÇÃO POR APROPRIAÇÃO INDEVIDA DE CRIAÇÃO INTELECTUAL

A importância do tema em questão guarda relação com o uso indevido da criação intelectual, especificamente sobre o objeto de criação de um designer, e o seu reconhecimento como autor no mundo jurídico. Assim, pode-se verificar há a possibilidade de cabimento de indenização nas hipóteses de apropriação intelectual dessas produções. Essa questão deve ser verificada especialmente no ramo da moda, em que há discussão a respeito da falsificação de produtos. (CABRERA, 2017, p. 3).

Assim, neste capítulo será abordado acerca da qualidade de autor de design, além da possibilidade (ou não) de indenização por apropriação indevida de criação intelectual. Inicialmente será realizada a demonstração a respeito da caracterização da qualidade de autor de design. Será abordado sobre a indenização em relação aos danos materiais, aos lucros cessantes e aos danos morais. E, por fim, será verificado se é possível a indenização por apropriação indevida de criação intelectual pleiteada pelo autor de design, trazendo decisões judiciais acerca do tema.

4.1 QUALIDADE DE AUTOR DE DESIGN

Conceitualmente, autor é aquele que produz algo utilizando de sua capacidade intelectual e criativa, ou seja, é o responsável pela ação de criar ou inventar. (AZEVEDO; CAMPOS, [2017], p. 6). Em relação ao design, Cardoso (2008, p. 20) destaca que a palavra possui origem da língua inglesa e se refere: “tanto à ideia de plano, desígnio, intenção, quanto à de configuração, arranjo, estrutura”. Trata-se de uma junção entre uma forma material e conceitos intelectuais, em que o designer produz projetos, esboços e modelos.

Ainda destaca que o design é fruto de três processos históricos mundiais que ocorreram entre os séculos XIX e XX. O primeiro foi a industrialização que desencadeou a reorganização das fabricações de bens, com a finalidade de abranger um maior número de produtos e consumidores. O segundo diz respeito a urbanização moderna que consistiu na ampliação e adequação de concentrações populares, gerando grandes metrópoles. E o terceiro foi a globalização que integrou redes de comércios, transportes e comunicação. Esses três processos foram fundamentais para a concepção do termo “*design*”. (CARDOSO, 2008, p. 23).

Para Azevedo (1988, p. 34-35) o design está no dia a dia das pessoas, através de produtos lançados no mercado ou por um novo estilo dentro da moda. Trata-se de um meio de reprodução que transforma um modelo em uma manifestação gráfica, em uma forma de interpretar a realidade, na transformação de sentimentos em objetos. Ainda, conceitua e compara o designer com o trabalho dos pintores:

A palavra design vem do inglês e quer dizer projetar, compor visualmente ou colocar em prática em um plano intencional. É muito fácil imaginar que Van Gogh compôs visualmente seus quadros, e não podemos descartar que, para um dos maiores pintores do impressionismo, tenha havido intenção ou um plano *a priori* de uma pintura em forma de esboço ou *rough*. Então por que Van Gogh não era um designer? Se, ao pintar girassóis, ele estava tentando comprovar que a luz emitida pelo quadro se faz através de pontos contínuos e suas cores complementares, estava pensando como um pintor.

Bonfim (2001 *apud* MORAES, 2012, p. 21) verifica que a conceituação de design abrange diversas áreas do conhecimento, não podendo ser definida de uma forma, como a conceituação clássica das áreas científicas, uma vez que está sujeito a diversas interpretações por cada integrante da sociedade.

Outra conceituação de design está ligada diretamente ao ser humano, definindo que o design é uma atividade de projeto que afeta a vida em sociedade, e que é capaz de alterar o meio ambiente, através de criações artísticas e tecnológicas. (LINDEN *apud* MORAES, 2012, p. 57). No Brasil, o design desenvolveu-se com a influência do racionalismo europeu, trazendo qualidade técnica e funcional dos produtos e uma estética minimalista, mostrando-se conveniente à economia e facilitando a distribuição de bens padronizados em nível mundial. (MORAES, 2005, p. 1).

A discussão acerca da caracterização do design como autor surgiu nos Estados Unidos, pelo autor Michel Rock, que entendia que um design poderia ser considerado autor ao compará-lo com um diretor de cinema. O seu trabalho por vezes é realizado de forma colaborativa, de modo que instiga a criatividade de outras pessoas. (AZEVEDO; CAMPOS, [2017], p. 6). Nesse sentido descreve Matos (2013, p. 25):

[...] Para Rock, a ideia de autoria baseava-se numa moda limitada pela fronteira entre design e a arte, que tentava popularizar o design num reconhecimento público mais alargado como a arquitetura, a arte, a literatura ou o cinema. Por outro lado, também seria uma tentativa de assumir uma maior participação no processo de criação e produção de conteúdo, em oposição às ideologias modernistas de produção, onde era considerado um serviço neutro para um cliente. Rock presume o 'designer como autor' como um opositor à 'obsessão científica' que o design assumiu durante o

modernismo, contornando as condicionantes do sistema, expondo a sua personalidade e assumindo a sua interpretação.

O interesse nesse assunto surgiu para expor a problematização do aspecto autoral na cultura contemporânea em que o design estava inserido, em que eram distinguidos em relação aos valores sociais, culturais e econômicos. (MATOS, 2013, p. 25) Posteriormente a discussão passou a ser fomentada, sendo considerado que, para que seja verificado como autor, o design deve se envolver plenamente com o conteúdo criado. Assim, deve ter domínio dos diferentes aspectos de sua criação. (AZEVEDO; CAMPOS, [2017], p. 9).

A seguir, será tratado a respeito da indenização.

4.2 INDENIZAÇÃO

A necessidade pela reparação dos danos é algo inerente à vida em sociedade, a qual ocorre através do instituto da responsabilidade civil, que determina a obrigação de indenizar pelos danos provocados sobre as pessoas, bens e direitos atingidos. (ALBERTO, 2014, p. 16).

Leciona Miragem (2015, p. 335):

Originalmente, obteve prestígio a noção de *compensatio lucri cum damno*, pela qual a indenização seria medida pelos lucros que o ofensor adquiriu com a lesão. De sua evidente impropriedade, considerando-se que nem sempre de um dano resulta benefício ao ofensor, passou-se a prestigiar a teoria da diferença (*Differenztheorie*), de matriz alemã, reconhecida não apenas para identificar o dano, como também para definir sua indenização. Foi então superada pela denominada teoria do interesse, consistente no reconhecimento da lesão de bens juridicamente protegidos, assim entendido o interesse de uma pessoa em relação a um bem que seja capaz de satisfazer uma necessidade sua. Todavia, para efeito da quantificação do dano patrimonial, a noção de diferença entre o patrimônio da vítima antes da lesão e após sua ocorrência continua útil para a determinação do valor da indenização. Assim, se o prejuízo econômico demonstrado pela vítima, por intermédio de provas, na ação de reparação, corresponder ao valor de redução de seu patrimônio, desse deverá constituir a indenização.

A indenização é uma espécie da reparação, que ocorre através de uma prestação pecuniária para ressarcindo os danos causados a outrem. (NERDER, 2016, p. 27). Além do viés reparatório, através da indenização, pretende-se evitar a ocorrência de novos atos ilícitos. (ROSENVALD, 2017, p. 33) O Código Civil, nos artigos 186 e 927, traz amparo à pretensão por danos decorrentes do ato ilícito. Assim

dispõe o art. 186: “Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito”.

Determina o art. 927 do Código Civil: “Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo. Parágrafo único. Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem.” (BRASIL, 2002).

A função da indenização é recompor o estado anterior no valor equivalente em dinheiro, podendo compreender os prejuízos auferidos pela vítima, bem como aquilo que razoavelmente deixou de lucrar. (MIRAGEM, 2015, p. 334) Através da responsabilidade civil, o ofensor deve arcar com os danos causados à vítima, nos moldes do que dispõe o art. 944 do Código Civil: “A indenização mede-se pela extensão do dano. Parágrafo único. Se houver excessiva desproporção entre a gravidade da culpa e o dano, poderá o juiz reduzir, equitativamente, a indenização”. (BRASIL, 2002).

Desse modo, a responsabilidade é a necessidade de reparação do dano, e a indenização é o ressarcimento pelo prejuízo suportado, de forma a recompor o patrimônio da vítima. (AZEVEDO, 2019, p. 44). O ressarcimento ocorre com base na chamada teoria da gradação da culpa, em que o valor da indenização será majorado em observância a proporcionalidade entre a gravidade da culpa e do dano. Não pode ser majorada, uma vez que o limite da indenização é a extensão do dano. (MONTEIRO, 2014, p. 640).

Assim, a responsabilidade civil visa reparar o patrimônio jurídico que foi lesado por ato de terceiro, decorrente de uma conduta danosa. Sem a ocorrência do dano, não há o que se falar em responsabilidade civil e, conseqüentemente, em indenização. (CARVALHO, 2011) O dano é “uma lesão a um bem juridicamente protegido, mas que não se limita a esfera patrimonial, incluindo os bens imateriais, como os tutelados pelos direitos da personalidade”. (CARVALHO, 2011). Trata-se da lesão patrimonial, moral ou estética suportada pela vítima, decorrente de um ato ilícito. Ressalta-se que os danos podem ser cumulados em relação a valoração da indenização. (PIVA, 2012, p. 182).

Com o evento danoso, exsurge o dever de indenizar, de modo que a indenização poderá ocorrer por diversas modalidades. Para a elaboração do presente

trabalho monográfico, serão destacados os danos materiais, os lucros cessantes e dos danos morais, que se entende mais relevante, a seguir contextualizados.

4.2.1 Danos materiais

O dano material decorre da violação do bem jurídico, de modo que é possível se avaliar, em moeda, a extensão do prejuízo, ou seja, é aquele que repercute diretamente no patrimônio da vítima, e que deve ser indenizado de modo que retorne ao seu estado anterior. (CARVALHO, 2011). Sabe-se que o patrimônio da pessoa é composto por bens materiais, como é o caso de um imóvel ou uma quantia de dinheiro. Quando, por um ato ilícito, seu patrimônio vier a se perder, o prejuízo será material. (AZEVEDO, 2019, p. 37).

Otoni destaca:

O dano material é o que atinge o conjunto de relações jurídicas de um indivíduo, sendo estas apreciáveis em dinheiro, alcançando, também, o dano reflexo e o patrimônio futuro. As alternativas para reparação do dano material são: restauração natural ou indenização pecuniária. Otoni ([2017]).

Os danos materiais são subdivididos em danos emergentes, considerado os danos que a vítima sofreu em virtude da conduta, e lucros cessantes, ou seja, tudo aquilo que se deixou de lucrar. (GUEDES, 2017). O critério de fixação, para a indenização pelo dano material, é a soma de tudo aquilo que a vítima deixou de lucrar, e o que efetivamente perdeu em decorrência do ato ilícito. Nesse sentido Monteiro (2014, p. 640) destaca: “Já que o evento danoso interrompe a sucessão normal dos fatos, a reparação de danos deve provocar um novo estado de coisa que se aproxime quanto possível da situação frustrada”.

A seguir será tratado a respeito dos lucros cessantes.

4.2.2 Lucros cessantes

Os lucros cessantes se referem ao valor patrimonial que a vítima deixou de auferir, em decorrência do ato ilícito. Nessa hipótese, a indenização deve ser avaliada com cautela, uma vez que será analisado quanto a vítima receberia se não tivesse ocorrido o evento danoso. (CARVALHO, 2011). Azevedo (2019, p. 183) leciona: “lucro

cessante, por outro lado, é o que se deixou de auferir em razão do evento danoso. É vantagem patrimonial que não chega a ingressar no patrimônio do que sofreu a lesão”.

Para Miragem (2015, p. 170): “Os lucros cessantes consistem na vantagem econômica a qual a vítima deveria obter no curso normal de sua atividade, mas que, em razão da conduta antijurídica do agente, restou impedida. Há, nesse caso, a frustração de um enriquecimento legítimo”. Dispõe o art. 402: “Salvo as exceções expressamente previstas em lei, as perdas e danos devidos ao credor abrangem, além do que ele efetivamente perdeu, o que razoavelmente deixou de lucrar”. (BRASIL, 2002).

Em relação a propriedade industrial, a Lei nº 9.279/96, (BRASIL, 1996) prevê a possibilidade de reaver os lucros cessantes pelo autor, que serão auferidos conforme os critérios previstos no art. 210:

Art. 210. Os lucros cessantes serão determinados pelo critério mais favorável ao prejudicado, dentre os seguintes:
 I - os benefícios que o prejudicado teria auferido se a violação não tivesse ocorrido; ou
 II - os benefícios que foram auferidos pelo autor da violação do direito;
 ou
 III - a remuneração que o autor da violação teria pago ao titular do direito violado pela concessão de uma licença que lhe permitisse legalmente explorar o bem. (BRASIL, 1996).

A determinação dos lucros cessantes deve ser realizada com base no potencial diminuição do patrimônio da vítima em decorrência do ato, sendo que deve ser considerado com razoabilidade, conforme dispõe o dispositivo legal supracitado. (SONSEVERINO, 2010, p. 186). A vítima deve demonstrar os lucros cessantes para possibilitar a fixação do valor da indenização, de modo a evidenciar quando receberia se não houvesse ocorrido a conduta antijurídica, ou seja, qual seria a sua vantagem econômica. (MIRAGEM, 2015, p. 170).

A seguir será contextualizado a respeito dos danos morais.

4.2.3 Danos morais

O dano moral é o extrapatrimonial oriundo do sofrimento da vítima, ou seja, sentimentos negativos decorrentes da lesão que não tem cunho patrimonial. Trata-se da aflição, o dissabor que refoge das situações comuns. (CARVALHO, 2011). Acerca do dano moral Guedes (2017) leciona que trata-se de uma lesão ao estado psíquico

do indivíduo, vinculado a dor, sofrimento e tristeza, bem como a outros elementos inerentes aos bens personalíssimos.

Miragem (2015, p. 172) leciona:

A evolução jurídica que levou ao reconhecimento dessa espécie de dano como dano indenizável, contudo, foi lenta. Inicialmente, constrangia o pensamento jurídico admitir que alguém pudesse obter indenização em dinheiro em decorrência de lesão exclusivamente moral, consistente em dor ou sofrimento. Rejeitava-se a ideia de haver um “preço” para a dor. Apenas com a evolução do pensamento jurídico passou-se a admitir, gradualmente, a possibilidade de que se reconduza a violação a atributos da personalidade, previstos sob a forma de interesses juridicamente tuteláveis ou mesmo de direitos subjetivos expressos [sic] na legislação, a uma indenização em dinheiro.

Quanto aos critérios de fixação para os danos morais, Otoni (2007) destaca que se deve observar os princípios da proporcionalidade e da razoabilidade em relação ao bem jurídico lesado, bem como as condições do ofensor e do ofendido. Monteiro (2014, p. 645) ressalta que os critérios de fixação, para o cálculo da indenização por dano moral, são a compensação do lesado e o desestímulo ao lesante, de modo a analisar a culpa do lesante, ou seja, quanto maior a culpa, maior será o valor da indenização, de forma a evitar as práticas ofensivas.

Os danos extrapatrimoniais devem ser ressarcidos em dinheiro, mas com uma função compensatória, sendo fixados pelo juiz através dos critérios de razoabilidade e isonomia. É oportuno observar a intensidade e a duração do sofrimento suportado pela vítima, a reprovabilidade da conduta e a capacidade econômica do ofensor. (MIRAGEM, 2015, p. 385).

Para a valoração dos danos morais, deve-se observar também a capacidade econômica do ofensor, assim, conforme sustenta Alves (1996, p. 304), a questão financeira não pode ser desconsiderada, devendo, portanto, ser observada a situação econômica do causador do dano, para que através de seu patrimônio seja diluída a reprovabilidade da conduta. Além disso, afirma que a indenização não pode ser um meio que enriqueça a vítima, mas também, que não pode ser irrisória, uma vez que não produzirá impacto no agente causador do dano.

Há decisões no sentido de que, para a fixação do valor, o julgador deve observar a situação fática com cautela e prudência. Colaciona-se o entendimento do egrégio Tribunal de Justiça de Santa Catarina:

[...] Na fixação do quantum correspondente à indenização por dano moral, o órgão julgador deve estipular quantia que obedeça a critério de proporcionalidade entre a gravidade do dano e a repercussão da ofensa. A quantificação da verba implica ainda na avaliação dos motivos, das circunstâncias, das conseqüências [sic], da situação de fato, do grau de culpa e da compensação à parte lesada e visa o desestímulo à repetição do ato pelo causador da lesão. (Apelação cível n. 2002.009277-6, da Capital, Relator Des. Nelson Schaefer Martins.). (BRASIL, 2002).

Assim como os danos materiais, a reparação pelos danos morais encontra-se prevista entre os direitos fundamentais previstos na Constituição da República Federativa do Brasil, no art. 5º, inciso V: “é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem”. O mesmo dispositivo constitucional ainda dispõe no inciso X, que “são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação”. (BRASIL, 1988).

Assim, a reparação pelo dano moral serve para compensar o dano provocado pelo agente, mas também para provocar um efeito sancionador visando evitar novas condutas, o que está intimamente ligado a responsabilidade do agente, conforme destaca Reis (1998, p. 125-126):

Por sua vez, e, nisso reside o cerne da questão, a conduta da pessoa está intimamente ligada à de responsabilidade. Sempre que agirmos em desconformidade com a ordem estabelecida, seremos imediatamente responsabilizados pelas conseqüências resultantes desse agir em sentido contrário às regras da convivência social. [...]. Portanto, a sanção é uma forma de reprimir a ação irresponsável do agente lesionador. As pessoas na sociedade não poderiam coexistir pacificamente, se não fosse a interferência do Estado para reprimir, através da sanção, os atos praticados pelos desajustados ao convívio social. Assim, a reprimenda cumpre uma importante função na manutenção da estabilidade. É mera ficção a existência de um *homo juridicus*. Afinal, o agir das pessoas é conseqüência de um somatório de fatores determinantes na fixação de suas vontades, que nem sempre coincide com as regras ditadas pela sociedade. [...] Portanto, o Estado exerce sua função repreensiva quando autoriza a condenação do lesionador ao pagamento de uma determinada importância, a título de compensação dos danos extrapatrimoniais

Além das pessoas físicas, as pessoas jurídicas também podem sofrer danos morais, conforme o entendimento do colendo Superior Tribunal de Justiça firmado através da súmula nº 227, que dispõe: “a pessoa jurídica pode sofrer dano moral”. (BRASIL, 1999) Ressalta-se que, conforme entendimento do Superior Tribunal de Justiça, através da edição da súmula nº 37 a indenização por danos morais e materiais são cumuláveis, quando oriundas do mesmo fato. (BRASIL, 1992).

A seguir será contextualizada a respeito da qualidade de autor de design e a indenização por apropriação indevida de criação intelectual.

4.3 QUALIDADE DE AUTOR DE DESIGN E A INDENIZAÇÃO POR APROPRIAÇÃO INDEVIDA DE CRIAÇÃO INTELECTUAL

A propriedade intelectual está ligada ao processo de criação humana, sendo aplicada as criações industriais, científicas, literárias e artísticas. (CAMPOS; DENING, 2011, p. 101) Trata-se de um conjunto de prerrogativas que envolvem desenhos industriais, nomes comerciais e marcas com a finalidade de evitar a concorrência desleal. (BARBOSA, 2010, p. 11).

O sistema de propriedade intelectual protege as criações e invenções, mantendo a propriedade e exclusividade resultante de um esforço intelectual. (CAMPOS; DENING, 2011, p. 101) Surgiu, como se observa na contemporaneidade, em 1967 na Convenção de Estocolmo, que criou a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI). Compõe uma das 16 agências da ONU, e tem como função manter a atualização da proteção das criações internacionais. (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 2020). A OMPI define a propriedade intelectual como uma soma de prerrogativas que protege as obras literárias, artísticas e científicas.

Posteriormente, surgiu no Brasil o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), que visa desenvolver a tecnologia e a economia através da indústria. (PORTAL DA INDÚSTRIA, 2020). No Brasil, a Constituição da República Federativa do Brasil estabeleceu, dentre os direitos e as garantias fundamentais, a propriedade intelectual no rol taxativo previsto no art. 5º, incisos XXVII, XXVIII e XXIX (BRASIL, 1988):

Art. 5º [...]

XXVII - aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar;

XXVIII - são assegurados, nos termos da lei:

a) a proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas;

b) o direito de fiscalização do aproveitamento econômico das obras que criarem ou de que participarem aos criadores, aos intérpretes e às respectivas representações sindicais e associativas;

XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País;

Com a edição da Lei nº 9.279/96, foram reguladas as obrigações e direitos, e as questões de proteção à propriedade intelectual como interesse social e desenvolvimento tecnológico e econômico do país. (BRASIL, 1996). Além disso, a Lei nº 9.610/98, dispõe sobre os direitos autorais (BRASIL, 1998).

O objeto da propriedade industrial são os bens intangíveis, sendo estes os oriundos de trabalho e da energia humana, que se exteriorizam em obras artísticas, científicas, literárias e produtos de invenção industrial (BARBOSA, 2010, p. 35) Trata-se de bens que estão relacionados com a capacidade pessoal do autor, realizados através de seu dom, talento e criatividade (KNAPIK, 2009, p. 35).

Assim, os direitos compreendidos na propriedade intelectual permitem ao criador o uso exclusivo e absoluto das prerrogativas que suas criações possuem e, em caso de violação, deverá ser indenizado pelo dano suportado (BARBOSA, 2010, p. 65).

Os direitos da personalidade estão diretamente ligados as questões que envolvem a propriedade intelectual, pois ambos possuem natureza personalíssima. Os direitos da personalidade são aqueles que são próprios do ser humano, que fazem parte da sua integridade física, intelectual e moral (VANIN, [2016]). Destaca-se que estes são essenciais ao ser humano e não podem ser irrenunciáveis e intransmissíveis, não podendo dispor desses direitos, dada a sua natureza primária. (BERTONCELLO, 2006, p. 25).

Dessa forma, a propriedade intelectual protege as criações decorrentes do intelecto e que envolvem patentes, modelos, marcas e desenhos industriais para proteger as criações dos autores. Trata-se de um ramo muito utilizado nas questões jurídicas envolvendo o mundo da moda, uma vez que se trata de uma área vulnerável em relação as cópias dos produtos. Observa-se que a indústria da moda desenvolve-se de maneira rápida, precisando da tutela jurídica para diversas situações. (SOARES, 2016, p. 7).

A moda possuía importância dentro da sociedade, apesar de não ser reconhecido por muitos, uma vez que é um ramo com a maior lucratividade,

incidência tributária, além de ser considerada a área que mais emprega no mundo (SOARES, 2016, p. 8).

Trata-se de um meio que não se relaciona somente com o que a pessoa veste, mas através da moda são transmitidas informações sobre costumes e comportamentos (STEFANI, 2005, p. 11) A moda não é apenas um composto de roupas e acessórios, mas sim aspectos que expressam a personalidade do criador e da pessoa que a utiliza. (SKIBINSKI, 2014, p. 26). Para Doris Treptow (2005, p. 44): “[...] a moda é um fenômeno social de caráter temporário que descreve a aceitação e a disseminação de um padrão ou estilo pelo mercado consumidor até a sua massificação e conseqüente obsolescência como diferenciador social”.

É um processo que envolve a difusão social e que é adotada por diversos tipos e estilos de consumidores, transmitindo a definição da pessoa, ou seja, trata-se da linguagem que ajuda a interpretar a pessoa (MIRANDA, 2008, p. 73). Para Bruna Emanuelle dos Santos Lavor Costa (2014, p. 10), a moda expressa o que a pessoa é e o que sente, podendo ser compreendida de diversas formas, como pelo perfume que está utilizando, a roupa, a revista que lê, a música que ouve e os alimentos que são consumidos. Também pode ser verificada como um instrumento de protesto, de forma a protestar pelos valores da sociedade.

Inicialmente surgiu entre os nômades como forma de proteção as variações climáticas e ao pudor, e posteriormente passou a ser utilizada como demonstração de poder pelos homens, com a utilização de adornos como dentes e garras de animais (STEFANI, 2005, p. 15). Durante a antiguidade, as roupas eram feitas de linho e os acessórios eram usados como símbolos religiosos (STEFANI, 2005, p. 15-16).

Durante o período Clássico, as vestimentas tinham um valor estético, e as roupas eram utilizadas com efeitos drapeados e marcantes, realçando a beleza e a forma humana. No mesmo período, em Roma o luxo era uma das principais características, onde usavam togas para indicar a posição social daquele que a vestia. (STEFANI, 2005, p. 15-16).

Na idade média, durante o feudalismo, as roupas tinham um viés mais romântico, com linhas duras e pesadas. Posteriormente, com o fortalecimento da burguesa e a perda do monopólio da igreja, passaram a utilizar um estilo gótico. As mulheres usavam véus até os joelhos, roupas com mangas compridas e amplas nos punhos, e os homens usavam roupas conhecidas por gibão, que

consistia em pequenos casacos com mangas ou em forma de colete (STEFANI, 2005, p. 16-17).

A moda como é conhecida na contemporaneidade, surgiu no início do século XV, de modo que as pessoas passaram a dar valor as roupas em um contexto social. Havia diferenciação por classe social, através de suas vestimentas, de forma que algumas roupas e cores eram destinadas somente aos nobres. (LOBO, 2014, p. 15).

No início do século XX as mulheres passaram a ingressar no mercado de trabalho, de forma a exercer atividades que extrapolavam os afazeres domésticos, necessitando de roupas mais leves. Passaram a utilizar saias da altura da canela, blusas de botões e chapéus imensos. (COSTA, 2014, p. 29).

A indústria da moda passou a criar tendências em um curto espaço de tempo, dividindo a moda por estação, buscando cores, tecidos e acessórios que se reinventassem no mercado. Permitiu-se uma nova versão dos estilos utilizados em outras épocas, de forma a criar novos modelos (CARACIOLA, 2015, p. 11). Na contemporaneidade, a moda é verificada de forma diferente, trazendo um aspecto de estilo de vida e postura. (CARDOSO, 2014, p. 23).

A indústria da moda utiliza a imagem que a pessoa quer transparecer para impulsionar as vendas e a criação de novos lançamentos, fazendo com que as marcas criem um público alvo específico para o consumo de seus produtos (STEFANI, 2005, p. 71). As tendências são trazidas a cada estação do ano, movimentando o mercado e influenciando os consumidores a adquirirem novos produtos, através do investimento em publicidade e contratação de celebridades para fazer a divulgação. (CARDOSO, 2014, p. 24).

Para fomentar o consumo dos seus produtos, as marcas criam artigos que sejam compatíveis com a identidade de seus consumidores, e divulgam através da influência de programas, influenciadores ou por meios de comunicação (MOREIRA, 2018, p. 42). Assim, o consumo é fator de grande importância para a indústria da moda, uma vez que influencia no capital das marcas, e permite que novas tendências sejam lançadas. Nesse sentido, a moda é um aspecto de grande relevância dentro do mercado, obtendo elevados lucros, sendo um dos maiores geradores de emprego. (BARREIRA, 2014, p. 7).

Desse modo, a sociedade de consumo utiliza os produtos como forma de ostentação e distinção dos demais grupos. Assim: “o objeto é consumido pelo que

representa, por remeter ao consumidor a capacidade de diferenciá-lo, a certa posição e determinado status, mais do que pela sua utilidade” (MOREIRA, 2018, p. 35) O consumismo, como princípio dinâmico do capitalismo, torna-se importante para a indústria da moda, fazendo com que as pessoas passem a adquirir os produtos por status e consumismo, e não mais por necessidade, como em outras épocas (COSTA, 2014, p. 15).

A sociedade contemporânea é impulsionada pela inovação, individualismo e hedonismo, o que contribui para o crescimento e descarte de mercadorias em um curto espaço de tempo (CARACIOLA, 2015, p. 2).

Amanda Oliveira da Câmara Moreira (2018, p. 19) destaca que a moda é compreendida como um fato social, ou seja, a partir dela são designados os fenômenos dos grupos que possuem interesses em comum na sociedade. Considera-se, assim, o modo como uma determinada pessoa utiliza as roupas, ou seja, como se expressa. Pode influenciar na sua permanência em determinado grupo, pois por meio da moda o ser humano é capaz de expressar a sua identidade, o que acaba por inseri-los em grupos semelhantes.

O direito da moda, conhecido internacionalmente como *Fashion Law*, surgiu oficialmente em 2006, ano em que foi criado o primeiro curso do Direito da moda nos Estados Unidos. Dessa forma, é o país pioneiro neste ramo (MOREIRA, 2018, p. 50). Com o decorrer dos anos, os países que possuem maiores influências no ramo na moda, proporcionam maior segurança jurídica para as relações que envolvem este ramo. No Brasil, o estudo sobre a matéria ainda é recente, e ganha expressão devida a influência da moda na economia, uma vez que, como verificado anteriormente, a indústria da moda é um dos setores com maior lucratividade no país (CLEMENTE, 2017, p. 8).

Para Amanda Oliveira da Câmara Moreira (2018, p. 51): “o Direito da moda é uma especialidade jurídica que abrange tanto os estilistas quanto as empresas do mundo da moda, e assim como os outros ramos do direito, interligando-se com divisões que se assemelham de modo geral [...]”. Ressalta-se que ainda não há, no Brasil, alguma lei específica regulamentando o tema, de modo que se utiliza de leis esparsas, principalmente as aplicáveis aos contratos e à propriedade intelectual.

A propriedade industrial é o ramo que mais guarda relação com o Direito da Moda, e que é objeto de diversas lides, pois se trata de um meio que visa

proteger a afirmação técnica, estética, ornamental e distintiva da identidade de uma determinada empresa no mercado, atribuindo os direitos privativos ao caso concreto (ABREU; COUTINHO, 2019, p. 34).

Através da propriedade intelectual a proteção a criação de design é possível, uma vez que decorrentes do intelecto e que acabam por envolver patentes, modelos, marcas e desenhos industriais. Ademais, trata-se também a respeito dos direitos autorais para a proteção dos direitos do criador, trazendo maior segurança jurídica a fim de evitar a violação dessas prerrogativas. (BARBOSA, 2010, p. 34).

A propriedade intelectual tutela os direitos dos bens intangíveis. Sendo estes os oriundos do trabalho e da energia humana, que corresponde as obras artísticas, científicas, literárias ou os produtos de invenção industrial. (BARBOSA, 2010, p. 35). Dessa forma, através da propriedade intelectual é possível que as criações do design sejam asseguradas juridicamente, assim como as criações tuteladas pelos direitos autorais, sendo possível a indenização decorrente de sua violação, considerando a qualidade de autor de design.

4.4 DECISÕES JUDICIAIS A RESPEITO DO TEMA

Para corroborar com o entendimento de que é possível a indenização pela utilização indevida das criações dos designers, faz-se necessária a verificação do entendimento jurisprudencial, os quais serão mencionados em seguida.

No site do colendo Superior Tribunal de Justiça ([www.http://www.stj.jus.br/sites/portalp/Jurisprudencia](http://www.stj.jus.br/sites/portalp/Jurisprudencia)) foi realizada a pesquisa jurisprudencial no dia 08 de junho de 2020, com as expressões “autor” e “design”, sendo encontradas 89 decisões monocráticas. Destas foi escolhida a decisão dos autos do recurso especial nº 131533 - SC (2013/0133747-6), por ter maior pertinência ao tema em questão.

Posteriormente, foi realizada uma nova pesquisa com as expressões “propriedade” e “industrial”, sendo encontrados 704 acórdãos e 8.797 decisões monocráticas. Foi escolhido o acórdão proferido nos autos do recurso especial nº 1708674 - SP (2015/0151772-5), porque trata da temática abordada na presente monografia.

No site do egrégio Tribunal de Justiça de Santa Catarina (www.busca.tjsc.jus.br/jurisprudencia/) foi realizada a pesquisa jurisprudencial no dia 12 de junho de 2020, com as expressões “autor” e “design”, sendo encontrados 5 acórdãos e 1 decisão monocrática. Foi escolhido o acórdão nos autos da apelação cível nº 2007.052630-9, na medida em que traz assunto específico e alinhado ao tema desta pesquisa monográfica.

4.4.1 Recurso Especial nº 131533 - SC (2013/0133747-6)

No âmbito do colendo Superior Tribunal de Justiça foi proferida decisão monocrática no recurso especial nº 131533 SC 2013/0133747-6, em 13 de outubro de 2017, sendo relator o Ministro Moura Ribeiro, assim emendado:

[...] A qualidade de autor de design, utilizado nos modelos de sandálias lançadas no mercado por empresa de renome nacional, deve ser comprovada, do contrário, descabe qualquer indenização pela suposta apropriação indevida da criação intelectual. E, se, a prova testemunhal é incapaz de apontar o idealizador do modelo, despicinda será sua oitiva, daí não caracterizando qualquer cerceamento de defesa. Aliás, a disposição das tiras laterais, já era cogitada por especialistas de moda e consumidores muito antes da noticiada invenção, conforme reportagem veiculada em revista de renome nacional. Logo, quisesse o apelante defender eficazmente a originalidade de seu modelo, competia-lhe adotar as medidas condizentes para salvaguardar-se de qualquer embaraço [...] (STJ – REsp: 131533 SC 2013/0133747-6. Rel. Min. Mauro Ribeiro, j. 13/10/2017, data da publicação: 18/10/2017). (BRASIL, 2017).

Trata-se de uma ação de reconhecimento de direitos em que foi pleiteada perdas e danos, em relação ao desenho industrial criado pelo autor e utilizado indevidamente pela empresa ré. As provas trazidas aos autos não foram capazes de apontar quem foi o idealizador do desenho, o que dificultou a identificação do autor como criador do modelo em questão.

No julgado, ao tratar da qualidade de autor de design, verificou-se que a criação dos modelos deve ser demonstrada de maneira específica, de modo contrário não é devida a indenização pela apropriação indevida da criação intelectual. Desse modo, houve dificuldade em comprovar a criação de um produto, uma vez que foi argumentado que o modelo, objeto da lide, já era utilizado por outras marcas e por outros consumidores.

4.4.2 Recurso especial nº 1708674 - SP (2015/0151772-5)

Em outra demanda judicial, no colendo Superior Tribunal de Justiça foi proferido acórdão nos autos do recurso especial nº 1708674 SP 2015/0151772-5, em 24 de outubro de 2018, sendo relator o Ministro Paulo de Tarso Sanseverino, assim ementado:

[...] PROPRIEDADE INDUSTRIAL. AÇÃO DE REPARAÇÃO POR DANOS PATRIMONIAIS E COMPENSAÇÃO POR DANOS MORAIS. [...] VIOLAÇÃO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. CONTRAFAÇÃO. [...] Sandália feminina 'Melissa Corallo', criada e desenvolvida à autora com exclusividade pelos Irmãos Campana [...] Procedência na origem – Apelação da Ré – Falta de registro do desenho industrial no INPI – Irrelevância – Pedido de registro já em curso e deferido no decorrer da ação – O pedido se fundamenta na prática de concorrência desleal, conduta ilícita distinta dos atos de violação da propriedade industrial – Precedentes registros da utilização da técnica de fabricação de calçados com tramado – Laudo Pericial que faz distinção dos produtos anteriormente registrados e a característica inovadora do produto da autora, não havendo que se falar em 'domínio público' – Possibilidade de gerar confusão no público consumidor, além dos eventuais prejuízos decorrentes do desvio de clientela. DANOS MORAIS – O reconhecimento da contrafação dá ensejo à indenização por perdas e danos, apurada em liquidação de sentença (precedentes do E. STJ) Reconhecimento dos danos morais mantido – Pretensão da limitação da condenação com exclusão do período compreendido entre o depósito do desenho e o ajuizamento da ação. [...] No caso, o acórdão recorrido consignou que (a) 'a falta de registro do desenho industrial junto ao INPI, por si só, não tem o condão de afastar as pretensões deduzidas na inicial, pois o pedido de fundamenta na prática de concorrência desleal, conduta ilícita distinta dos atos de simples violação da propriedade industrial' e (b) a doutrina diferencia a ação de concorrência desleal da ação de contrafação (ou de violação da propriedade industrial), pois esta é calcada na titularidade do registra da propriedade industrial (direito real), enquanto aquela é fundamentada na existência pura e simples do prejuízo [...] (STJ – Resp: 1708674 SP 2015/0151772-5, Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino, Data da Publicação: DJ 24/10/2018). (BRASIL, 2018).

Trata-se de ação em que foi pleiteada a reparação por danos patrimoniais e morais, em relação a violação da propriedade industrial da autora. Alegou-se, em síntese, que o produto foi criado e desenvolvido exclusivamente, porém utilizado indevidamente pela empresa ré, o que evidencia a concorrência desleal e a conduta ilícita na violação dos direitos de propriedade.

Verifica-se que foi reconhecido que a falta de registro do produto ao INPI, não tem condão de afastar o pleito pelo uso indevido da propriedade industrial, sendo que, nessa hipótese, o autor do produto pode ser indenizado moral e materialmente. Após a elaboração do laudo pericial, denota-se que os produtos em questão eram capazes de gerar confusão no público consumidor, podendo causar prejuízos. Assim, foi

demonstrada a falsificação do produto, que ensejou o pagamento de indenização à autora.

4.4.3 Apelação Cível nº 2007.052630-9 - da Capital (Acórdão)

No mesmo sentido, em relação ao direito do autor como design, no egrégio Tribunal de Justiça de Santa Catarina decidiu-se em acórdão nos autos da apelação cível nº 2007.052630-9, em 01 de dezembro de 2011, sendo relator o Desembargador Volnei Celso Tomazini, assim ementado:

ACÇÃO DE RECONHECIMENTO DE DIREITO. PEDIDO DE INDENIZAÇÃO. DESENHO INDUSTRIAL. AUTORIA NÃO COMPROVADA. INFRINGÊNCIA AO ART. 333, I DO CPC. DISPENSA DA OITIVA TESTEMUNHAL. CERCEAMENTO DE DEFESA NÃO CONFIGURADO. INDÍCIOS DE QUE O MODELO ERA USADO ANTES DA ALEGADA INVENÇÃO. AUSÊNCIA DE MEDIDAS PARA PROTEGER A SUPOSTA AUTORIA RECURSO CONHECIDO E DESPROVIDO. A qualidade de autor de design, utilizado nos modelos de sandálias lançadas no mercado por empresa de renome nacional, deve ser comprovada, do contrário, descabe qualquer indenização pela suposta apropriação indevida da criação intelectual. E, se, a prova testemunhal é incapaz de apontar o idealizador do modelo, despicienda será sua oitiva, daí não caracterizando qualquer cerceamento de defesa. Aliás, a disposição das tiras laterais já era cogitada por especialistas de moda e consumidores muito antes da noticiada invenção, conforme reportagem veiculada em revista de renome nacional. Logo, quisesse o apelante defender eficazmente a originalidade de seu modelo, competia-lhe adotar as medidas condizentes para salvaguardar-se de qualquer embaraço. (TJSC, Apelação Cível n. 2007.052630-9, da Capital, rel. Des. Volnei Celso Tomazini, Quinta Câmara de Direito Comercial, j. 01-12-2011). (SANTA CATARINA, 2011).

Trata-se de processo em que se discutia o reconhecimento da autoria do desenho industrial, em que o autor pleiteou indenização pelo seu uso indevido. No entanto, pela falta de comprovação da autoria em relação a criação do modelo, o pedido da autora foi julgado improcedente.

Verifica-se que a qualidade de autor de design deve ser comprovada para o recebimento de indenização, em relação a apropriação da indevida da criação intelectual. Na hipótese em questão, entendeu-se que, para resguardar seu direito de autor, o design deveria verificar as providências necessárias que assim o fizessem, antes de adentrar em qualquer discussão judicial.

Com a contextualização a respeito das decisões judiciais, a seguir será apresentada a conclusão, de acordo com o referencial teórico contextualizado deste trabalho monográfico.

5 CONCLUSÃO

Inicialmente abordou-se alguns aspectos referentes a propriedade intelectual, em que foi verificado que é um instituto que visa proteger e garantir ao autor da criação intelectual o uso exclusivo da sua criação. Trata-se de um direito fundamental previsto no art. 5º, incisos XXVII, XXVIII e XXIX da Constituição da República Federativa do Brasil, e regulamentada pela Lei nº 9.610/98.

A legislação reúne um conjunto de princípios e de regras que regulam o uso e o exercício de direitos e de interesses, sobre bens intangíveis que são suscetíveis de utilização no comércio. O objeto da propriedade industrial é a proteção em face dos bens intangíveis oriundos de trabalho e da energia humana, que pode ser extraído em obras artísticas, científicas, literárias ou em produtos de invenção industrial.

Nesse sentido, tem-se como bens intangíveis aqueles criados a partir do intelecto pessoal do autor, e que permitem que seu titular faça uso exclusivo das prerrogativas que decorrem de sua criação. A violação dessas prerrogativas gera o dever de indenizar ao autor com a possibilidade de pleitear lucros cessantes, bem como os outros danos decorrentes da violação.

Ainda foi verificado acerca dos direitos da personalidade que estão diretamente ligados ao direito de propriedade, uma vez que ambos possuem natureza personalíssima. Os direitos da personalidade dizem respeito aqueles que exercem sobre os atributos da pessoa, como seu nome, honra, imagem, intimidade e privacidade. A propriedade intelectual é um ramo muito utilizado para dirimir questões jurídicas que abrangem o mundo da moda, uma vez que se trata de um ramo muito vulnerável em relação as cópias de produtos. A indústria da moda desenvolve-se com velocidade, de forma que é relevante a tutela jurídica em situações em que as criações dos designs são violadas.

Verificou-se alguns aspectos inerentes a moda e a sua evolução, em que foi demonstrada sua contextualização histórica, o conceito de moda, sua influência em face do consumidor, do mercado e da sociedade contemporânea, bem como a sua relação com o direito. A moda possui influência dentro da sociedade e do comércio, de modo que é verificada como um negócio com maior lucratividade, incidência tributária e a considerada a área que mais emprega no mundo. Trata-se de um ramo que transmite a personalidade da pessoa, por meio de sua vestimenta.

A indústria da moda traz novas tendências todos os anos, influenciando os consumidores a adquirirem novas peças e investindo em publicidade para fomentar o comércio. O consumo é, neste caso, um meio que permite que novas tendências sejam lançadas, e que o mercado e a economia obtenham números significantes. Assim, faz-se necessário que o Direito contemple as questões envolvendo o mundo da moda, de forma a proteger a criação dos produtos, os contratos, lançamentos e demais questões que envolvem essa indústria.

A propriedade industrial é o ramo que mais guarda relação com a moda, protegendo técnicas, estéticas, ornamentos e distintivos de identidade de uma determinada marca. Além de proteger os direitos do design que cria tendências. O mercado da moda influencia diretamente a economia brasileira, uma vez que são promovidos diversos eventos e lançamentos de grifes, que possuem sede instalada no Brasil. Dessa forma, através da propriedade intelectual é possível que as criações do design sejam asseguradas juridicamente, assim como as criações tuteladas pelos direitos autorais, sendo possível a indenização decorrente de sua violação. Assim, foi respondido o problema de pesquisa.

REFERÊNCIAS

ABREU, Lígia Carvalho; COUTINHO, Francisco Pereira. **Direito da moda**. Lisboa: Universidade de Lisboa, 219.

AHLERT, Ivan B; CAMARA JUNIOR, Eduardo G. **Patentes: proteção na lei de propriedade industrial**. São Paulo: Atlas, 2019.

ALBERTO, BC. **Reparação civil por danos morais**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2014. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502223233/>. Acesso em: 08 jun. 2020. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

ALVES, Vilson Rodrigues. **Responsabilidade civil dos estabelecimentos bancários**. Campinas/SP: Bookseller, 1996.

ÂMBITO JURÍDICO. Duas naturezas do dano: o dano emergente e o lucro cessante. **Jusbrasil**, 2008. Disponível em: <https://ambito-juridico.jusbrasil.com.br/noticias/70289/duas-naturezas-do-dano-o-dano-emergente-e-o-lucro-cessante#:~:text=%22Dano%20material%20%C3%A9%20o%20preju%C3%ADzo,d e%20ganhar%2C%20lucro%20cessante.%22>. Acesso em: 31 mar. 2020.

ANDRADE, Camila Emerenciano Corrêa de Oliveira. **Fashion law: a tutela da propriedade intelectual e o confronto entre inspiração e contrafação**. Monografia (Graduação em Direito) - Faculdade Damas da Instrução Cristã, Recife, 2019. Disponível em: <https://faculdedamas.edu.br/revistafd/index.php/academico/article/view/1084/861>. Acesso em: 10 maio 2020.

AZEVEDO, Álvaro Villaça. **Curso de direito civil: teoria geral das obrigações e responsabilidade civil**. 13. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

AZEVEDO, Carolina Noury; CAMPOS, Jorge Lucio de. **Reflexões acerca da autoria no design: notas sobre o nascimento do autor e as origens do direito autoral**. [2017]. Disponível em: http://uninomade.net/wp-content/files_mf/149419268600Reflex%C3%B5es%20acerca%20da%20autoria%20no%20design%20-%20Carolina%20Noury%20A%20e%20Jorge%20Lucio%20de%20Campos.pdf. Acesso em: 9 jun. 2020.

AZEVEDO, Wilton. **O que é design**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual**. São Paulo: Lumen Juris, 2010. [E-book]. Disponível em: <http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/livros/umaintro2.pdf>. Acesso em: 31 mar. 2020.

BARREIRA, Rebeca Ellen Cândido. **O direito autoral e a proteção das criações de moda: um estudo do caso village 284 vs. Hermès.** Monografia (Graduação em Direito) - Universidade de Brasília: Brasília/DF, 2014. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/8999/1/2014_RebecaEllenCandidoBarreira.pdf. Acesso em: 4 jun. 2020.

BASSO, Maristela. **A proteção da propriedade intelectual e o direito internacional atual.** Brasília, 2014. 24 p. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/965/R162-22.pdf?sequence=8&isAllowed=y>. Acesso em: 25 mar. 2020.

BAZHUNI, Fabiana Zibetti. **Sustentabilidade na indústria da moda: a propriedade intelectual como fator competitivo.** Monografia (Graduação em Direito) - Universidade Federal Fluminense, Niterói/RJ, 2017. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/7876/1/Trabalho%20de%20Conclusa%CC%83o%20de%20Curso%20-%20Fabiana%20Zibetti%20Bazhuni%20%28final%20com%20ata%29%20%281%29.pdf>. Acesso em: 09 maio 2020.

BERTONCELLO, Franciellen. **Direitos da personalidade: uma nova categoria de direitos a ser tutelada.** Dissertação (Mestrado em Direito) – Centro Universitário de Maringá, 2006.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil.** Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 30 mar. 2020.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. **Código Civil.** Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm. Acesso em: 31 mar. 2020.

BRASIL. **Lei nº 11.484, de 31 de maio de 2007.** Dispõe sobre os incentivos às indústrias de equipamentos para TV Digital e de componentes eletrônicos semicondutores e sobre a proteção à propriedade intelectual das topografias de circuitos integrados, instituindo o Programa de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico da Indústria de Semicondutores – PADIS e o Programa de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico da Indústria de Equipamentos para a TV Digital – PATVD; altera a Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993; e revoga o art. 26 da Lei no 11.196, de 21 de novembro de 2005. Brasília, DF: Presidência da República, 2007. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Lei/L11484.htm. Acesso em: 31 mar. 2020.

BRASIL. **Lei nº 13.123, de 20 de maio de 2015.** Regulamenta o inciso II do § 1º e o § 4º do art. 225 da Constituição Federal, o Artigo 1, a alínea j do Artigo 8, a alínea c do Artigo 10, o Artigo 15 e os §§ 3º e 4º do Artigo 16 da Convenção sobre Diversidade Biológica, promulgada pelo Decreto nº 2.519, de 16 de março de 1998; dispõe sobre o acesso ao patrimônio genético, sobre a proteção e o acesso ao conhecimento tradicional associado e sobre a repartição de benefícios para conservação e uso sustentável da biodiversidade; revoga a Medida Provisória nº

2.186-16, de 23 de agosto de 2001; e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 2015. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13123.htm. Acesso em: 31 mar. 2020.

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: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm. Acesso em: 30 mar. 2020.

BRASIL. **Lei nº 9.456, de 25 de abril de 1997**. Institui a Lei de Proteção de Cultivares e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 1997. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9456.htm. Acesso em: 31 mar. 2020.

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: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm. Acesso em: 30 mar. 2020.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp: 131533 SC 2013/0133747-6. Relator: Min. Mauro Ribeiro. **DJ**, Brasília, 18 out. 2017. Disponível em: <https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/511099285/recurso-especial-resp-1391533-sc-2013-0133747-6?ref=serp>. Acesso em: 8 jun. 2020.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Resp: 1708674 SP 2015/0151772-5. Relator: Min. Paulo de Tarso Sanseverino. **DJ**, Brasília, 24 out. 2018. Disponível em: <https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/641687063/recurso-especial-resp-1708674-sp-2015-0151772-5?ref=serp>. Acesso em: 8 jun. 2020.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Súmula nº 227. A pessoa jurídica pode sofrer dano moral. **DJ**, Brasília, 20 out. 1999. Disponível em: http://www.stj.jus.br/docs_internet/VerbetesSTJ_asc.txt#:~:text=S%C3%BAmula%3A%2037%20S%C3%83O%20CUMULAVEIS%20AS,UNI%C3%83O%20OU%20DE%20SUAS%20ENTIDADES. Acesso em: 8 jun. 2020.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Súmula nº 37. São cumuláveis as indenizações por dano material e dano moral oriundos do mesmo fato. **DJ**, Brasília, 17 mar. 1992. p. 3172. Disponível em: http://www.stj.jus.br/docs_internet/VerbetesSTJ_asc.txt#:~:text=S%C3%BAmula%3A%2037%20S%C3%83O%20CUMULAVEIS%20AS,UNI%C3%83O%20OU%20DE%20SUAS%20ENTIDADES. Acesso em: 8 jun. 2020.

CABRERA, Rafaela Ferreira. **Fashion law**: o direito de propriedade intelectual aplicado a moda. 2017. Disponível em: <http://docplayer.com.br/23614755-Fashion-law-o-direito-de-propriedade-intelectual-aplicado-a-moda-rafaela-ferreira-cabrera-1.html>. Acesso em: 27 mar. 2020.

CAMPOS, Antônio Carlos de; DENING, Edmila Adriana. **Propriedade intelectual**: uma análise a partir da evolução das patentes no Brasil. Paraná, 2011. 24 p.

Disponível em: [http://e-
revista.unioeste.br/index.php/fazciencia/article/view/7977/6700](http://e-
revista.unioeste.br/index.php/fazciencia/article/view/7977/6700). Acesso em: 27 mar.
2020.

CARACIOLA, Carolina Boari. A influência da moda na sociedade contemporânea. **Moda Documenta: Museu, Memória e Design**, v. 1, maio 2015. Disponível em: http://www.modadocumenta.com.br/anais/anais/5-Moda-Documenta-2015/07-Sessao-Tematica-Moda-e-Sociedade-percursos-diversos/CarolinaBoari_ModaDocumenta2015_a-influencia-da-moda.pdf. Acesso em: 09 maio 2020.

CARDOSO, Gisele Ghanem. **Direito da moda sob a perspectiva da propriedade intelectual**: análise do produto “*inspired*” perante o direito. Monografia (Graduação em Direito) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/157114>. Acesso em: 07 maio 2020.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Blucher, 2008.

CARVALHO, Daniela Pinto de. Os novos contornos do dano: o dano decorrente da perda de uma chance. **Âmbito Jurídico**, 01 dez. 2011. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-civil/os-novos-contornos-do-dano-o-dano-decorrente-da-perda-de-uma-chance/>. Acesso em: 10 jun. 2020.

CLEMENTE, Isabela Duarte. **A relevância da propriedade intelectual no direito da moda**: a aplicação do direito do autor na proteção das criações. Monografia (Graduação em Direito) – UFJF: Juiz de Fora, 2017. Disponível em: <http://repositorio.ufjf.br:8080/jspui/bitstream/ufjf/6275/1/isabeladuarteclemente.pdf>. Acesso em: 09 maio 2020.

COSTA, Bruna Emanuelle dos Santos Lavor. **A história da moda influenciando as tendências**. Monografia (Especialista em Gestão e Estética em Moda) – USP: São Paulo, 2014. Disponível em: http://www2.eca.usp.br/moda/monografias/Bruna%20Emmanuele_t.02.pdf. Acesso em: 09 maio 2020.

DEL NERO, Patrícia Aurélia. **Propriedade intelectual**: a tutela jurídica da biotecnologia. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça. **Apelação cível 2010112138212APC**. Relator: Des. Vera Andrighi, sexta turma cível. Brasília, 01 ago. 2018. Disponível em: <https://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>. Acesso em: 12 jun. 2020.

DUARTE, Melissa de Freitas. **Propriedade intelectual**. Porto Alegre: SAGAH, 2018.

FERREIRA, Natália Bonora Vidrih; OLIVEIRA, Paulo Sérgio de. Fundamentos da propriedade intelectual. **Âmbito Jurídico**, São Paulo, 2012. Disponível em:

<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-105/fundamentos-da-propriedade-intelectual/>. Acesso em: 17 mar. 2020.

GROSSI, Julio. O nome empresarial e os sinais distintivos da atividade empresarial. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, v. 19, n. 3994, 8 jun. 2014. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/28153>. Acesso em: 3 jun. 2020.

GUEDES, Luiza Helena da Silva. Modalidades de dano. **Conteúdo Jurídico**, 15 fev. 2017. Disponível em: <https://conteudojuridico.com.br/consulta/artigos/49476/modalidades-de-dano>. Acesso em: 11 jun. 2020.

KNAPIK, Tatiane. **Propriedade intelectual dos direitos autorais**. Monografia (Graduação em Direito) – Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 2009.

LIGER, Ilce. **Moda em 360 graus**: matéria-prima e produção para o mercado global. São Paulo: Senac, 2012.

LIMA, Humberto Alves de Vasconcelos. A construção do vínculo entre a propriedade intelectual e o comércio internacional e seus reflexos no Brasil. **Revista Eletrônica Direito e Política**, Itajaí: Univali, v. 9, n. 2, 2014. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica. Acesso em: 25 mar. 2020.

LINO, Larissa Pereira; MARFARÁ, Carolina; PACHECO, Marcela Lima Costa; MESSIAS, Jaddy Maria Alves. Fashion law: o direito aplicado à moda. **Migalhas**, 11 set. 2019. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/310653/fashion-law-o-direito-aplicado-a-moda>. Acesso em: 10 maio 2020.

LISBOA, Renata. Sinais distintivos, como protegê-los? **Nave intelectual [Blog]**, 4 jul. 2017. Disponível em: <https://naveintelectual.com.br/sinais-distintivos/>. Publicado em: 04 jul. 2017. Acesso em: 31 mar. 2020.

LOBO, Renato Nogueirol. **História e sociologia da moda**: evolução e fenômenos culturais. 1. ed. São Paulo: Érica, 2014.

MACKENZIE, Mairi. **Ismos**: para entender a moda. São Paulo: Globo, 2010.

MARTINS, Eliane M. Octaviano. Acordo trips: os direitos de propriedade intelectual, o comércio e o quadro normativo brasileiro. **Âmbito Jurídico**. São Paulo, 1 dez. 2009. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-71/acordo-trips-os-direitos-de-propriedade-intelectual-o-comercio-e-o-quadro-normativo-brasileiro/>. Acesso em: 31 mar. 2020.

MATOS, Ana Marta de Oliveira. **Design de autor**: conceito, relevância e aplicação no desenvolvimento de um produto na vandoma design. Dissertação (Mestrado em Design de Produto) - Escola Superior de Artes e Design (ESAD), Portugal, 2013. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/5359>. Acesso em: 10 jun. 2020.

MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. **Direito civil: responsabilidade civil.** São Paulo: Saraiva, 2015.

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de moda: a relação pessoa-objeto.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

MONTEIRO, Washington de Barros. **Curso de direito civil, 5: direito das obrigações.** 41. ed. São Paulo: Saraiva, 2014. (2ª parte).

MORAES, Dijon de. **Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem.** São Paulo: Edgar Blucher, 2005.

MOREIRA, Amanda Oliveira da Câmara. **A proteção do direito da moda sob a perspectiva do direito internacional da marca: aspectos de propriedade intelectual.** Dissertação (Mestrado em Direito) – UFRN: Natal/RN, 2018. Disponível em:

https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/26292/1/Prote%C3%A7%C3%A3o%20direitomoda_Moreira_2018.pdf. Acesso em: 08 maio 2020.

MOURA, Larissa Leal. **Moda como expressão de identidade no mundo contemporâneo.** Dissertação (Pós-graduação em Psicologia Social) – UFSE: São Cristóvão/SE, 2018. Disponível em:

https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/9290/2/LARISSA_LEAL_MOURA.pdf. Acesso em: 09 maio 2020.

NADER, Paulo. **Curso de direito civil: responsabilidade civil.** 6. ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense, 2016. v. 7.

NOVELLO, Marcus Moreira. **A indústria da moda: análise por meio da ótica de organização industrial.** Monografia (Graduação em Economia) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro: Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: http://www.econ.puc-rio.br/uploads/adm/trabalhos/files/Marcus_Moreira_Novello.pdf. Acesso em: 08 maio 2020.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (Brasil). **Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI).** Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/agencia/ompi/>. Acesso em: 21 mar. 2020.

OSMAN, Bruna Homem de Souza. **Fashion law: desconstrução do direito da moda no Brasil.** Dissertação (Pós-graduação em Direito Político) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2017. Disponível em: <http://tede.mackenzie.br/jspui/bitstream/tede/3408/5/Bruna%20Homem%20de%20Souza%20Osman.pdf>. Acesso em: 08 maio 2020.

OTONI, Sayury Silva de. Responsabilidade civil: a extensão do dano e o dilema da avaliação. **Revista Faesa**, [2017]. Disponível em: https://www.faesa.br/revistas/revistas/2007/2007_artigo10.pdf. Acesso em: 13 jun. 2020.

PAESANI, Liliana Minardi. **Manual de propriedade intelectual: direito de autor, direito da propriedade industrial, direitos intelectuais sui generis**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

PARANÁ. Tribunal de Justiça. APL: 12491762 PR 1249176-2. Relator: Luiz Cezar Nicolau, 12ª Câmara Cível. **DJ**, Curitiba, 01 dez. 2015. Disponível em: <https://tj-pr.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/262305896/apelacao-apl-12491762-pr-1249176-2-acordao/inteiro-teor-262305921?ref=serp>. Acesso em: 12 jun. 2020.

PIVA, Rui Carvalho. **Direito civil: parte geral, obrigações, contratos, atos unilaterais, responsabilidade civil, direito das coisas**. Barueri, SP: Manole, 2012.

PORTAL DA INDUSTRIA. **O que é propriedade intelectual?** [202-?]. Disponível em: <http://www.portaldaindustria.com.br/cni/canais/propriedade-intelectual-cni/propriedade-intelectual/o-que-e/>. Acesso em: 17 mar. 2020.

REIS, Cleyton. **Avaliação do dano moral**. Rio de Janeiro: Forense, 1998.

RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça. **API: 00861157020108190001**. 5 Vara Empresarial. Relator: Elton Martinez Carvalho Leme, Décima Sétima Câmara Cível. Rio de Janeiro, 09 abr. 2013. Disponível em: <https://tj-rj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/383856839/apelacao-apl-861157020108190001-rio-de-janeiro-capital-5-vara-empresarial?ref=serp>. Acesso em: 12 jun. 2020.

RONDÔNIA. Tribunal de Justiça. **Apelação nº 0002336-63.2015.822.001**. 2ª Câmara Cível. Relator: Des. Alexandre Miguel. Porto Velho, 26 fev. 2019. Disponível em: <https://webapp.tjro.jus.br/juris/consulta/detalhesJuris.jsf?cid=2>. Acesso em: 12 de jun. 2020.

ROSENVALD, Nelson. **As funções da responsabilidade civil: a reparação e a pena civil**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

SANTA CATARINA. Tribunal de Justiça. **Apelação cível n. 2002.009277-6**. Capital, Relator: Des. Nelson Schaefer Martins. Florianópolis, 14 nov. 2002. Disponível em: <http://busca.tjsc.jus.br/jurisprudencia>. Acesso em: 12 jun. 2020.

SANTA CATARINA. Tribunal de Justiça. **Apelação Cível n. 2007.052630-9**. Capital. Relator: Des. Volnei Celso Tomazini, Quinta Câmara de Direito Comercial, Florianópolis, 01 dez. 2011. Disponível em: <http://busca.tjsc.jus.br/jurisprudencia>. Acesso em: 12 jun. 2020.

SANTOS, Guilherme Rosa. **Propriedade intelectual: a eficiência no incentivo à inovação e o desenvolvimento econômico**. Monografia (Graduação em Direito) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

SANTOS, Manoel J. Pereira dos. **Direito autoral**. São Paulo: Saraiva, 2014.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça. **AC: 00029874920158260045 SP 0002987-49.2015.8.26.0045**. Relator: Ricardo Negrão, 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial, São Paulo, 13 mar. 2019. Disponível em: <https://tj->

sp.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/685068661/apelacao-civel-ac-29874920158260045-sp-0002987-4920158260045/inteiro-teor-685068698?ref=serp. Acesso em: 12 de jun. 2020.

SERPA, Flávia de Araújo. Notas introdutórias sobre a propriedade industrial. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, v. 18, n. 3536, 7 mar. 2013. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/23908/notas-introdutorias-sobre-a-propriedade-industrial>. Acesso em: 31 mar. 2020.

SILVA, José Everton da; SILVA, Marcos Vinicius Viana da. A propriedade intelectual como uma evolução história do instituto da propriedade imaterial. **Publica Direito**, 2014. Disponível em: <http://publicadireito.com.br/artigos/?cod=53c16d65d012198a>. Acesso em: 26 mar. 2020.

SILVA, Larissa Melo Domingues da. **Um estudo sobre as formas de proteção do design de moda: a demanda social entre a aplicação dos institutos – *lege lata* – e a necessidade da criação de uma lei específica: *lege ferenda***. Monografia (Graduação em Direito) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/6153/1/LMDSilva.pdf>. Acesso em: 08 maio 2020.

SILVEIRA, Newton. **Direito de autor no design**. São Paulo: Saraiva, 2017.

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

SKIBINSKI, Francielle Huss. **O fashion law no direito brasileiro**. Monografia (Graduação em Direito) - Centro Universitário Curitiba – Unicuritiba, Curitiba, 2014. Disponível em: <http://www.abapi.org.br/abapi2014/pdfs/monografias/Monografia%20Francielle%20Huss.pdf>. Acesso em: 09 maio 2020.

SOARES NETO, Paulo Byron Oliveira. A propriedade industrial segundo a legislação brasileira. **Conteúdo Jurídico**, Brasília, 23 jan. 2018. Disponível em: <https://www.conteudojuridico.com.br/consulta/artigos/51266/a-propriedade-industrial-segundo-a-legislacao-brasileira>. Acesso em: 30 mar. 2020.

SOARES, Viviane Ferreira de Lima. **Fashion law: o direito de propriedade intelectual aplicado à indústria da moda**. Monografia (Graduação em Direito) - UniCEUB: Brasília/DF, 2016. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/9211/1/21131762.pdf>. Acesso em: 05 maio 2020.

SONSEVERINO, Paulo de Tarso Vieira. **Princípio da reparação integral: indenização no Código Civil**. São Paulo: Saraiva, 2010.

SOUZA, Bruno Magrani de *et al.* **Propriedade intelectual**. Rio de Janeiro: FGV, 2011. Disponível em:

https://diretorio.fgv.br/sites/diretorio.fgv.br/files/u100/direitos_intelectuais_2014-2.pdf. Acesso em: 23 mar. 2020.

SOUZA, Bruno Magrani de *et al.* **Direitos intelectuais**. Rio de Janeiro: FGV Direito Rio, 2014. Disponível em:

https://diretorio.fgv.br/sites/diretorio.fgv.br/files/u100/direitos_intelectuais_2014-2.pdf. Acesso em: 2 abr. 2020.

STEFANI, Patrícia da Silva. **Moda e comunicação**: a indumentária como forma de expressão. Monografia (Graduação em Comunicação Social) Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora/MG, 2005. Disponível em:

<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/PSilva.pdf>. Acesso em: 07 maio 2020.

TARDIN, Bárbara. Diferença entre os direitos de propriedade industrial e os direitos autorais conexos. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, v. 20, n. 4527, 23 nov. 2015. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/44687>. Acesso em: 31 mar. 2020.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda**: planejamento de coleção. 3. ed. Brusque: Edição do autor, 2005.

VANIN, Carlos Eduardo. Propriedade intelectual: conceito, evolução histórica e normativa, e sua importância. **Jusbrasil**, [2016]. Disponível em:

<https://duduhvanin.jusbrasil.com.br/artigos/407435408/propriedade-intelectual-conceito-evolucao-historica-e-normativa-e-sua-importancia>. Acesso em: 30 mar. 2020.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito civil**: parte geral. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.