UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA – UNISUL
ÂNIMA EDUCAÇÃO

BACHARELADO EM DIREITO

MARIANE FRAGA DE JESUS

MODA E PROPRIEDADE INTELECTUAL: UMA ANÁLISE JURÍDICA DO TRADE DRESS COMO FERRAMENTA DE PROTEÇÃO DE DESIGN NA INDÚSTRIA TÊXTIL

Içara - SC

2023

MARIANE FRAGA DE JESUS

MODA E PROPRIEDADE INTELECTUAL: UMA ANÁLISE JURÍDICA DO TRADE DRESS COMO FERRAMENTA DE PROTEÇÃO DE DESIGN NA INDÚSTRIA TÊXTIL

Monografia apresentada ao Curso de Direito da Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Dr. Alex Sommariva

Içara - SC

2023

MARIANE FRAGA DE JESUS

MODA E PROPRIEDADE INTELECTUAL: UMA ANÁLISE JURÍDICA DO "TRADE DRESS" COMO FERRAMENTA DE PROTEÇÃO DE DESIGN NA INDÚSTRIA TÊXTIL

Esta Monografia foi julgada adequada à obtenção do título de Bacharel em Direito e aprovada em sua forma final pelo Curso de Direito da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Içara, 27 de novembro de 2023

_____

Professor e orientador Prof. Dr. Alex Sommariva
Universidade do Sul de Santa Catarina

Aos meus avós, Flávio e Maria, de quem sinto falta todos os dias.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, expresso minha gratidão aos meus pais, responsáveis por me concederem a dádiva da vida e por me encorajarem ao longo de toda a jornada. Eles não apenas me transmitiram valores fundamentais, mas também permaneceram ao meu lado incondicionalmente, nunca permitindo que eu desistisse.

À minha mãe e padrasto, dedico todo o apoio, fortaleza e zelo que dispensaram a mim. Ao meu pai e madrasta, reconheço como minha fonte de inspiração profissional, agradeço por me ensinarem a cultivar a independência e a ser a pessoa que sou, independentemente de qualquer opinião.

Estendendo minha gratidão aos meus avós - Selma, Flávio, Maria e Valdeci, às tias Luciane e Marinalda, cujas presenças foram pilares essenciais em minha trajetória.

Não poderia deixar de expressar meu agradecimento ao meu namorado, Marcelo, pela constante cumplicidade, por compartilhar comigo uma jornada tão significativa, sempre me desafiando a ser uma versão aprimorada de mim mesma e, sobretudo, por apoiar-me nos momentos em que duvidava das minhas próprias capacidades.

À amiga Maria Eduarda, um presente valioso conquistado durante a faculdade, levo sua amizade como uma joia preciosa que guardarei eternamente.

Aos amigos que foram meu suporte ao longo desses anos, auxiliando-me nos momentos de necessidade e compartilhando alegrias, expresso minha sincera gratidão.

Por fim, estendo meus agradecimentos a todos aqueles que sempre estiveram ao meu lado, torcendo pelo meu sucesso. Suas presenças e apoio foram fundamentais, e cada gesto não passou despercebido.

RESUMO

A interseção entre moda e propriedade intelectual, com ênfase no Trade Dress, destaca-se como uma ferramenta crucial na proteção do design na indústria têxtil. Este estudo objetiva analisar a evolução histórica da moda, influência de ícones e os desafios específicos no contexto brasileiro, propondo o Trade Dress como solução inovadora para resguardar a criatividade e design na moda nacional. A pesquisa adota uma abordagem histórica, analisando a evolução da moda desde suas raízes no período neolítico até a dinâmica contemporânea. Utilizando fontes jurídicas, relatórios de mercado e casos emblemáticos, a metodologia busca embasar a discussão sobre a proteção do design na indústria têxtil. A análise detalhada das leis brasileiras de propriedade intelectual, aliada a uma revisão crítica das lacunas existentes, compõe a base metodológica. Os resultados destacam a necessidade de ferramentas jurídicas inovadoras na proteção da moda no Brasil. O Trade Dress emerge como resposta eficaz, evidenciando sua aplicabilidade na preservação do design. A análise revela desafios na diferenciação entre cópia ilegal e inspiração, exemplificados por casos judiciais, como o da Hèrmes. A complexidade na dinâmica da indústria têxtil, caracterizada por ciclos rápidos de tendências, ressalta a urgência na implementação de estratégias robustas de proteção. A interconexão entre moda e propriedade intelectual, explorada no contexto do Trade Dress, oferece uma visão aprofundada das complexidades do setor. A análise jurídica destaca a necessidade de adaptação das estruturas legais para atender às demandas únicas da indústria da moda. Este estudo contribui para a compreensão das potencialidades e limitações das relações entre moda e propriedade intelectual, fornecendo uma base sólida para a evolução contínua das práticas legais neste setor dinâmico.

Palavras-chave: Trade Dress. Propriedade Intelectual. Proteção do Design na Moda. Direito Autoral. Trade Dress Têxtil.

ABSTRACT

The intersection between fashion and intellectual property, with an emphasis on Trade Dress, stands out as a crucial tool in protecting design in the textile industry. This study aims to analyze the historical evolution of fashion, the influence of icons, and specific challenges in the Brazilian context, proposing Trade Dress as an innovative solution to safeguard creativity and design in the national fashion industry. The research adopts a historical approach, analyzing the evolution of fashion from its roots in the Neolithic period to contemporary dynamics. Using legal sources, market reports, and emblematic cases, the methodology seeks to substantiate the discussion on the protection of design in the textile industry. A detailed analysis of Brazilian intellectual property laws, combined with a critical review of existing gaps, forms the methodological foundation. The results highlight the need for innovative legal tools in protecting fashion in Brazil. Trade Dress emerges as an effective response, demonstrating its applicability in preserving design. The analysis reveals challenges in differentiating between illegal copying and inspiration, exemplified by legal cases such as the one involving Hermès. The complexity of the textile industry dynamics, characterized by rapid cycles of trends, underscores the urgency of implementing robust protection strategies. The interconnection between fashion and intellectual property, explored in the context of Trade Dress, provides an in-depth understanding of the sector's complexities. The legal analysis emphasizes the need to adapt legal structures to meet the unique demands of the fashion industry. This study contributes to understanding the potential and limitations of the relationships between fashion and intellectual property, providing a solid foundation for the continuous evolution of legal practices in this dynamic sector.

Keywords: Trade Dress. Intellectual Property. Protection of Fashion Design. Copyright. Textile Trade Dress.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANC	Assembleia Nacional Constituinte
CC	Código Civil
CRFB	Constituição da República Federativa do Brasil
CUP	Convenção da União de Paris
EC	Emenda Constitucional
GATT	Acordo Geral de Tarifas e Troca
LDA	Lei nº 9.610, de 1998
LPI	Lei nº 9.279 de 1996
OMC	Organização Mundial do Comércio
OMPI	Organização Mundial da Propriedade Intelectual
PI	Propriedade Intelectual
PMDB	Partido do Movimento Democrático Brasileiro
RE	Recurso Extraordinário
Resp	Recurso Especial
SCOTUS	Supreme Court of the United States
STF	Supremo Tribunal Federal
STJ	Superior Tribunal de Justiça
TRIPs	Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property
USPTO	United States Patent and Trademark Office
USSC	United States Supreme Court
WIPO	World Intellectual Property Organization

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Figura 1 – Maisena vs Alisena.....17
Figura 2 - Engov vs Pos Drink 17
Figura 3 - Lei da propriedade Industrial.....18
Figura 4 - Imagem visual de produtos exibidos em desfile de moda 23
Figura 5 - Propriedade Intelectual Tribo Massai 25
Figura 6 - Designs da marca Yves Saint Laurent 34
Figura 7 - Designs da marca Loubotin.....35
Figura 8 - Izabel Goulart no desfile da Victoria's Secrets.....39
Figura 9 - Izabel Goulart no desfile Monange Fashion Tour.....39
Figura 10 - Sandálias Acrianas.....42
Figura 11 - Sandálias Havaianas.....43
Figura 12 - Sandalias Aquiri.....44
Figura 13 – Peça Loungerie e Hope.....45
Figura 14 - Camisola linha "Embrace Lace" da Loungerie.....46

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 10
2 TRADE DRESS NA MODA: UMA JORNADA HISTÓRICA E JURÍDICA PELA PROTEÇÃO DO DESIGN TÊXTIL 14
2.1 CONTEXTO HISTÓRICO DA MODA NO TRADE DRESS 14
2.1.1 Propriedade Intelectual na Indústria da Moda 15
2.1.1.1 Conceito e Componentes do Trade Dress 16
2.1.1.1.1 Legislação de Propriedade Intelectual Aplicável 19
3 TRADE DRESS NA INDÚSTRIA DA MODA 22
3.1 RELEVÂNCIA DO TRADE DRESS NA MODA 22
3.1.1 O Mercado de Luxo e suas relações com o Trade Dress 23
3.1.1.1 Protegendo a Criatividade: Uma Abordagem sobre Propriedade Industrial e Direito Autoral na Indústria Têxtil de Luxo 24
3.1.1.1.1 Estratégias de Proteção de Design Distintivo 26
3.1.1.1.2 Trade Dress e as Práticas Desleais na Concorrência 29
4 DESAFIOS NA PROTEÇÃO DO TRADE DRESS NA MODA 31
4.1 AMBIGUIDADES CONCEITUAIS 31
4.1.1 Requisitos de Registro 32
4.1.1.1 Limites de Proteção 36
5 CASOS PRATICOS DE TRADE DRESS NOS TRIBUNAIS BRASILEIROS 38
5.1 VICTORIA'S SECRET VS MONANGE 38
5.2 HAVAIANAIS VS ACRIANAS 42
5.3 LOUNGERIE VS HOPE 45
6 CONCLUSÃO 49
REFERÊNCIAS 54

1 INTRODUÇÃO

Em uma análise jurídica do "*trade dress"* como ferramenta de proteção de design na indústria têxtil, é crucial compreender a evolução histórica da moda e sua influência na sociedade. Como mencionado por Frings (2012), a moda tem raízes profundas, que remontam ao período neolítico, quando as vestimentas eram essenciais para proteção e status social. A Revolução Industrial do século XVIII transformou a indústria têxtil, tornando a moda mais acessível e igualitária em termos de acesso e preço. No entanto, a moda continuou a ser um símbolo de status e poder.

O campo do Direito é dinâmico e deve evoluir em consonância com a globalização, o avanço das interações humanas e da tecnologia, bem como com as questões emergentes ao longo do tempo. Diante desse cenário, novas áreas específicas têm sido criadas no âmbito do Direito brasileiro para permitir pesquisas mais especializadas e atendimento mais preciso. Exemplos notáveis dessas áreas são o Direito Digital e o Direito da Moda.

Ao longo dos anos, inúmeros estilistas se tornaram ícones na indústria da moda, deixando um impacto significativo. Coco Chanel, em 1924, redefiniu o conceito de moda ao criar o "pretinho básico," enquanto Christian Dior, em 1947, introduziu novas tendências, indo de encontro ao que Coco Chanel preconizava. A moda se tornou caracterizada pela rapidez das coleções e tendências, com ciclos que incluem a introdução de um estilo, aumento de popularidade, pico de popularidade, declínio de popularidade e rejeição de um estilo (FRINGS, 2012).

Essa evolução histórica nos leva a compreender a importância do Direito na indústria da moda. O Direito já desempenha um papel vital em várias áreas, desde a formulação de contratos até a distinção entre cópia e inspiração, além de abordar questões como plágio, licenciatura, locação, tributação e exportação. O mercado de moda, ao longo dos anos, tornou-se altamente competitivo, e o mercado de luxo da moda exerce uma influência significativa na definição de tendências e na dinâmica da indústria. No entanto, essa competição acirrada levou ao surgimento do mercado de contrafação, destacando a necessidade de abordar desafios jurídicos específicos no mundo da moda.

No Brasil, como em outros lugares, a compreensão do Direito da Moda, ou Fashion Law, está em ascensão. Atualmente, ele se baseia no uso mais eficaz de institutos jurídicos já existentes, como a Lei N°9.279, de 1996, referente à propriedade industrial, e a Lei Nº 9.610, de 1998, que regulamenta o Direito Autoral. No entanto, essas leis estão em descompasso com

a dinâmica da moda, tornando essencial a exploração de ferramentas jurídicas inovadoras, como o "*trade dress"*, para proteger a criatividade e o design no setor.

Embora o Brasil seja reconhecido como a única cadeia têxtil completa no ocidente e destaque mundial em moda praia, é notável que o país está consideravelmente atrasado em termos de proteção jurídica para as criações no âmbito da moda em comparação a outras nações.

Essa afirmação se fundamenta na ausência, até o momento, de uma tutela específica no nosso ordenamento para esse segmento, que claramente demanda uma regulamentação diferenciada devido às suas características singulares. Essas particularidades incluem a alta competitividade, a sazonalidade, o elevado índice de cópias e imitações - agravado pelo surgimento das redes de *fast fashion* - e a complexa questão da tendência.

Dentro desse contexto, a nossa Lei de Propriedade Industrial parece estar estagnada no tempo, incapaz de fornecer uma proteção efetiva às criações de moda, uma vez que frequentemente seus objetos esbarram em limitações impostas pela legislação vigente.

Considerando que a indústria da moda é a quinta maior do país, com estilistas internacionalmente renomados e semanas de moda de destaque no circuito, é inaceitável que a tutela desse setor dependa predominantemente da atuação do judiciário para garantir direitos que, idealmente, já deveriam estar claramente estabelecidos - algo que é observado em países que tratam o negócio da moda com seriedade, como a França e os Estados Unidos.

O instituto "*trade dress"*, que abrange os sinais que identificam produtos e serviços de uma marca, pode ser uma ferramenta eficaz para proteger o design na indústria têxtil (FRINGS, 2012). Casos nacionais e internacionais demonstram os desafios enfrentados pelas grifes de moda, não apenas devido à cópia de produtos, mas também à competitividade desleal, em que marcas copiam produtos e os vendem a preços muito inferiores aos custos de produção, prejudicando a concorrência justa.

Complementarmente, ao explorar a interseção entre a indústria da moda e o campo jurídico, torna-se imperativo analisar o fenômeno do Trade Dress, um elemento crucial no âmbito do Direito da Moda. Este ramo emergente, apesar de não constituir uma disciplina autônoma, revela-se essencial para compreender as complexas questões legais que permeiam o mundo fashion (HENRIQUES, 2018).

O termo Fashion Law, cunhado pela advogada norte-americana Susan Scafidi em 2010, ganhou destaque ao abordar questões judiciais e de negócios específicas da indústria da moda. O Fashion Law Institute, vinculado à Fordham University em Nova York, surge como uma resposta à necessidade de tratar questões legais que emergem em meio às dinâmicas desse setor diversificado (FRINGS, 2012). No contexto mais amplo, o Direito da Moda, como ramo recente

e ainda não plenamente reconhecido, busca avaliar as implicações jurídicas que permeiam a indústria da moda. Suas particularidades ecoam em diversas áreas do Direito, com ênfase especial no campo da propriedade intelectual, onde a proteção das criações da moda se torna uma preocupação central (HENRIQUES, 2018).

A história da moda, desde as influências das grandes casas de alta costura até a democratização do processo a partir de 1960, contextualiza a evolução desse fenômeno cultural e econômico. Diante da ausência de proteção legal adequada para o Direito da Moda, a discussão se concentra na influência do mercado de luxo, destacando a importância do instituto do Trade Dress e sua aplicação pelos tribunais. Essa análise visa não apenas garantir a segurança do setor, mas também reconhecer o valor e o esforço dos criadores de moda no Brasil (ENRIQUES, 2018).

A pesquisa exploratória realizada, baseada em métodos bibliográficos e referenciais, revelou a necessidade de uma legislação mais assertiva para proporcionar segurança ao setor da moda. O método dedutivo, partindo de premissas gerais para conclusões lógicas, permitiu abordar casos reais, jurisprudências e exemplos concretos que demonstram a urgência de uma abordagem legal mais abrangente e adaptada às complexidades desse ramo em constante evolução (FRINGS, 2012).

O presente trabalho tem como objetivo geral: "Analisar as implicações legais e os desafios enfrentados por designers, marcas e empresas de moda na proteção de seu "*trade dress"* no contexto da propriedade intelectual". E como objetivos específicos:

- Identificar os principais desafios legais enfrentados por designers e marcas de moda ao buscar a proteção do "*trade dress"*, incluindo a ambiguidade conceitual, requisitos de registro e limites de proteção.
- Analisar estudos de caso de litígios envolvendo "*trade dress"* no setor de moda, com ênfase nas questões legais e nas decisões judiciais.
- Explorar as estratégias de diferenciação e inovação usadas por designers e empresas para criar "*trade dress"* distintivo e com maior proteção.

A pesquisa proposta se justifica devido à notável relevância da moda como um fenômeno cultural e econômico. Com a indústria da moda caracterizada por mudanças rápidas nas tendências e concorrência acirrada, a proteção do design é crucial. A investigação analisará a aplicação do *"trade dress"* na proteção do design têxtil no mercado brasileiro, considerando a legislação atual. O crescente interesse em Fashion Law e a necessidade de soluções jurídicas

eficazes são evidentes, destacando a urgência de lidar com casos de cópia e concorrência desleal na moda. Essa pesquisa contribuirá para o desenvolvimento do campo do Fashion Law no Brasil, beneficiando estilistas, marcas e consumidores, promovendo um ambiente de moda mais equitativo e sustentável no país.

2 TRADE DRESS NA MODA: UMA JORNADA HISTÓRICA E JURÍDICA PELA PROTEÇÃO DO DESIGN TÊXTIL

Este capítulo mergulha no cenário intricado do "trade dress" como uma ferramenta crucial para proteção de design na indústria têxtil, destacando a interconexão essencial entre Fashion Law e as leis de propriedade intelectual. Desde suas raízes nas leis suntuárias da Roma Antiga até o reconhecimento constitucional no Brasil, o direito da moda é contextualizado historicamente. O texto explora, detalhadamente, o conceito e os componentes do "trade dress," originado nos Estados Unidos, e sua aplicação na proteção da imagem global de produtos.

A abordagem legal à concorrência desleal e suas implicações no contexto brasileiro, marcado por lacunas legais, também é cuidadosamente examinada. Além disso, a legislação de propriedade intelectual aplicável, incluindo patentes e direitos autorais, é minuciosamente analisada em relação à proteção do "trade dress." O capítulo destaca a necessidade de abordagens específicas no âmbito da propriedade industrial para preservar integralmente a identidade comercial em uma indústria têxtil dinâmica, onde a estética desempenha um papel central nas decisões de compra dos consumidores.

2.1 CONTEXTO HISTÓRICO DA MODA NO TRADE DRESS

O processo de desenvolvimento da moda ao longo da história é um fascinante reflexo das transformações sociais, econômicas e culturais. A necessidade inicial de vestimentas, datada por volta de 600 mil anos a.C., decorreu da busca por proteção contra as intempéries e a expressão de identidade. No entanto, foi durante o Renascimento europeu, nos séculos XIV e XV, que a moda como a conhecemos hoje começou a se delinear, em meio a um cenário de decadência do poder eclesiástico e ascensão da burguesia (FRINGS, 2012).

A evolução da moda, antes restrita aos nobres, deu um salto significativo com a Revolução Industrial no século XVIII, quando a produção têxtil em larga escala permitiu a disseminação de tendências e a acessibilidade das roupas para além das classes privilegiadas. A moda, então, tornou-se mais democrática, refletindo a vontade das classes mais pobres de imitar as classes mais ricas (HENRIQUES, 2018).

A indústria da moda, ao longo dos anos, tornou-se uma força econômica significativa, gerando empregos e incidindo tributos em larga escala. O mercado de luxo, em particular, desempenha um papel crucial na ditadura de tendências e na movimentação do cenário da moda,

sendo não apenas sobre design e qualidade, mas também sobre status, poder e influência (DIAS, 2019).

No âmbito legal, o Direito Empresarial, historicamente contextualizado, é fundamental para compreender a proteção do trade dress, cujas preocupações remontam ao século XIX, com atos decisórios visando combater a concorrência desleal por confusão na vestimenta comercial (HENRIQUES, 2018). A formação e expressão da identidade empresarial são cruciais em um mercado competitivo, levando à necessidade de proteger o trade dress como um "conjunto-imagem" (DIAS, 2019).

O estudo do Fashion Law e do design das criações de moda sob a ótica do Direito de Propriedade Intelectual aprofunda ainda mais essas considerações. Inicialmente, são abordadas a história da moda e o surgimento do mercado de luxo, com referências ao reinado de Luís XIV na França absolutista. Em seguida, são exploradas as diversas espécies da Propriedade Intelectual, incluindo a Propriedade Industrial e o Direito Autoral, com suas particularidades específicas (DIAS, 2019). O fenômeno do trade dress e a concorrência desleal são destacados como elementos críticos, exemplificados no caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent (DIAS, 2019).

2.1.1 Propriedade Intelectual na Indústria da Moda

Em uma análise jurídica do *"trade dress"* como ferramenta de proteção de design na indústria têxtil, é fundamental compreender o contexto em que o Fashion Law se insere. De acordo com Henriques (2018), o direito da moda é uma especialidade que abrange a proteção das criações dos estilistas e das empresas do setor, interligando-se com áreas como o direito empresarial e a propriedade intelectual. A relação entre direito e moda não é recente, remontando à Roma Antiga, onde as leis suntuárias regulamentavam o consumo e a vestimenta. O marco histórico da Convenção de Paris em 1883 estabeleceu a consideração dos bens imateriais como propriedade privada.

No contexto brasileiro, o direito da moda está respaldado na Constituição Federal, que assegura a proteção da propriedade intelectual e industrial como direito fundamental (CF/88, art. 5º, incisos IX, XXVII e XXIX). A moda não se restringe ao ato de vestir, sendo uma expressão cultural que molda costumes e comportamentos ao longo do tempo. As roupas têm raízes na necessidade de proteção contra os elementos e no desejo de demonstrar status, como visto na era do feudalismo.

Os séculos XVIII e XIX testemunharam a Revolução Industrial e o crescimento da produção têxtil em massa, tornando a moda acessível às classes sociais mais baixas. O século XX trouxe figuras icônicas como Gabrielle Chanel, cujas inovações, como o "pretinho básico," revolucionaram a moda. A relevância econômica global da moda exige que o Direito apresente mecanismos legais para sua proteção, destacando as leis de Propriedade Industrial e Direito Autoral como os principais instrumentos disponíveis no ordenamento jurídico brasileiro para a preservação das criações na indústria têxtil.

2.1.1.1 Conceito e Componentes do Trade Dress

O conceito de Trade Dress, originado do direito norte-americano, visa assegurar a proteção da imagem global de um produto ou serviço, relacionando-se ao direito à propriedade industrial e autoral, fundamentando-se no direito de propriedade intelectual (REDECKER, 2022). O trade dress é a "imagem total do negócio", representando o "ver e o sentir" do produto perante o mercado (SOARES, 2004). É destacada a necessidade de distintividade e a possibilidade de confusão do produto para assegurar a proteção do trade dress (ANDRADE, 2019).

A busca pela proteção do trade dress envolve aspectos do direito à propriedade industrial e autoral, consolidando-se no combate à concorrência desleal. A violação do trade dress ocorre quando uma empresa cópia ou imita elementos específicos da identidade visual de outra marca, prejudicando a livre concorrência e causando confusão entre os consumidores (ABUD, 2022).

No Brasil, os casos envolvendo o trade dress muitas vezes são julgados com base no conhecimento comum e instinto natural do julgador, que presume o risco de confusão do conjunto-imagem apenas através da semelhança visual dos bens. A marca, para se destacar e atingir seus objetivos, utiliza o trade dress como um meio pelo qual os consumidores visualmente distinguem seus produtos dos concorrentes, elevando sua imagem perante a sociedade e contribuindo para maiores rendimentos (DIAS, 2019).

Figura 1 – Maisena vs Alisena

Fonte: Albertacci (2023)

Figura 2 – Engov *vs* Pos Drink

Fonte: Migalhas (2023)

Na indústria da moda, o Trade Dress desempenha um papel crucial, pois o fator estético influencia significativamente a decisão de compra. Daniela Henriques destaca que os

consumidores buscam mais do que uma peça de roupa; desejam demonstrar elevado estatuto econômico ou social, fenômeno conhecido como *conspicuous consumption* (HENRIQUES, 2018).

A proteção ao Trade Dress varia internacionalmente, com respaldo legal nos Estados Unidos através do Lanham Act, na Lei da Contrafação no Reino Unido e na repressão à concorrência desleal na Itália (REDECKER, 2022). No entanto, no Brasil, não há amparo legal específico para o Trade Dress, criando uma lacuna na legislação e possibilitando casos frequentes de contrafação, prejudicando empresas e marcas (ABUD, 2022).

O Trade Dress, ou "conjunto-imagem do produto", compreende as características visuais de um produto que indicam sua origem para os consumidores. Apesar de não ser passível de registro próprio, as marcas proporcionam proteção às suas características distintivas. A violação do Trade Dress, segundo a legislação brasileira, configura erro ao consumidor e concorrência desleal (HENRIQUES, 2018).

Figura 3 - Lei da propriedade Industrial

Fonte: Modelo Inicial (2023)

A concorrência desleal é caracterizada como uma prática ilícita de mercado, na qual uma empresa influencia a clientela do concorrente de maneira desonesta e fraudulenta, violando os princípios da boa-fé e livre concorrência (HILLIARD, 2012). No contexto das marcas de luxo, a criação de uma experiência única para o consumidor é um desafio, pois é necessário garantir que o consumidor associe elementos específicos do trade dress à marca (PIVA, 2015).

A legislação brasileira, no artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial, prevê a concorrência desleal como crime, possibilitando indenização em âmbito civil. A análise do trade dress deve considerar o conjunto de elementos que compõem a identidade visual do produto ou serviço, conforme (MINADA, 2014).

O trade dress é compreendido como um arranjo sensorial que forma a personalidade do negócio, serviço ou produto, incluindo cores, formas, decoração, aparência externa e interna, cheiro e música. É destaque que a identidade visual é o conjunto de elementos gráficos que formalizam a personalidade de um nome, ideia, produto ou serviço (STRUNCK, 2001). O uso do termo "roupagem comercial" e "vestimenta comercial" é preferido para expressar a diversidade sensorial do trade dress (ANDRADE, 2019).

2.1.1.1.1 Legislação de Propriedade Intelectual Aplicável

A Legislação de Propriedade Intelectual Aplicável é um conjunto de normas e diretrizes que visam proteger os direitos dos criadores e inovadores, garantindo-lhes a devida recompensa por suas contribuições. No contexto da Propriedade Industrial, a Lei 9.279/96 desempenha um papel fundamental, sendo regida também pelo respaldo constitucional previsto no artigo 5º, inciso XXIX da Constituição Federal. Esta legislação, nascida da necessidade de proteção internacional após eventos marcantes como a Revolução Industrial e a Revolução Francesa, tem evoluído ao longo da história para abranger diversas formas de propriedade intelectual.

Uma das principais vertentes da Propriedade Industrial é a proteção conferida às invenções e modelos de utilidade por meio de patentes. Conforme estabelecido na Lei 9.279/96, a patente é um instrumento econômico que concede ao inventor propriedade temporária, mediante o atendimento de requisitos como novidade, atividade inventiva e aplicação industrial (ANDRADE, 2019). A patente de invenção abrange todo o processo criativo e inovador, permitindo sua exploração econômica.

Os modelos de utilidade, por sua vez, são objetos de uso prático passíveis de aplicação industrial, que apresentam nova forma ou disposição, envolvendo ato inventivo e resultando em melhoria funcional em seu uso e fabricação (REDECKER, 2022). Essas categorias de propriedade intelectual são fundamentais para fomentar a inovação e o progresso tecnológico.

Além disso, a proteção do trade dress, compreendendo a identidade visual de negócios, serviços e produtos, ganha destaque na legislação. Stephen Ladas destaca que essa salvaguarda pode ser alcançada por meio do direito autoral, do desenho industrial, da proteção de marcas mistas e tridimensionais, e da repressão à concorrência desleal (CURY, 2018). A valorização da identidade comercial, reconhecida cada vez mais, suscita o interesse jurídico em proteger o trade dress contra práticas desonestas.

Ao explorar a aplicação do Direito Autoral, a Lei nº 9.610 é crucial para proteger obras intelectuais destinadas à estética, literatura, arte ou ciência, desde que atendam ao requisito da originalidade (PIVA, 2015). Elementos do trade dress, como projetos de ambientação, objetos de decoração e uniformes, podem encontrar amparo nesta legislação, resguardando a criatividade e originalidade envolvidas.

No entanto, é importante considerar as limitações do direito autoral em relação ao trade dress como um todo. A proteção conferida por esse instituto pode ser eficaz para os fragmentos isoladamente, mas insuficiente para o conjunto, uma vez que o reconhecimento de direitos autorais às pessoas jurídicas é restrito (MELLO, 2005). Essa limitação destaca a necessidade de abordagens específicas para proteger integralmente a identidade comercial.

No âmbito da propriedade industrial, é crucial compreender que o trade dress, embora inserido no mesmo ramo que as criações industriais, deve ser tratado de maneira distinta. A moda, por exemplo, vai além de uma forma de comunicação ou vestuário, sendo um fenômeno social que influencia costumes e comportamentos (ANDRADE, 2019). A proteção do trade dress, enquanto expressão da personalidade do negócio, serviço ou produto, demanda abordagens específicas que vão além dos institutos tradicionais da propriedade industrial.

No cenário da moda, a proteção do trade dress, abrangendo a identidade visual de negócios, serviços e produtos, ganha destaque na legislação. A valorização da identidade comercial motiva o interesse jurídico em proteger o trade dress contra práticas desonestas, utilizando meios como direito autoral, desenho industrial, proteção de marcas mistas e tridimensionais, e repressão à concorrência desleal, conforme destacado por Stephen Ladas (ANDRADE, 2019).

Ao aplicar o Direito Autoral, a Lei nº 9.610 desempenha um papel crucial na proteção de obras intelectuais relacionadas à estética, literatura, arte ou ciência, desde que atendam ao

requisito de originalidade. Elementos do trade dress, como projetos de ambientação, objetos de decoração e uniformes, podem encontrar proteção nesta legislação, preservando a criatividade e originalidade envolvidas (ANDRADE, 2019).

Entretanto, é vital considerar as limitações do direito autoral em relação ao trade dress como um todo. A proteção fragmentada pode ser eficaz para partes isoladas, mas insuficiente para o conjunto, destacando a necessidade de abordagens específicas para proteger integralmente a identidade comercial (ANDRADE, 2019).

No contexto da propriedade industrial, é essencial compreender que o trade dress, embora inserido no mesmo ramo que as criações industriais, demanda abordagens distintas. A moda, como fenômeno social que vai além do vestuário, influenciando costumes e comportamentos, exige proteção específica para o trade dress como expressão da personalidade do negócio, serviço ou produto, indo além dos institutos tradicionais da propriedade industrial (ANDRADE, 2019).

3 TRADE DRESS NA INDÚSTRIA DA MODA

O capítulo dedicado ao "Trade Dress na Indústria da Moda" proporciona uma análise abrangente e interdisciplinar sobre a relevância do trade dress, destacando sua natureza complexa na indústria têxtil. Desde a evolução histórica da moda até as práticas contemporâneas de contrafação, o texto explora a importância estética do trade dress, suas lacunas legais no Brasil e implicações para a indústria de luxo. Ao abordar a proteção da criatividade na moda, são examinadas as nuances entre propriedade industrial e direitos autorais, exemplificadas por casos emblemáticos. A discussão sobre estratégias de proteção de design distintivo destaca a relevância do trade dress diante do fenômeno de contrafação. Concluindo, o capítulo explora os desafios da competição desleal na indústria da moda, enfatizando o papel crucial do trade dress e as ramificações legais para garantir uma experiência singular ao consumidor.

3.1 RELEVÂNCIA DO TRADE DRESS NA MODA

A importância do trade dress na indústria da moda transcende a mera vestimenta, sendo uma interação complexa de elementos que moldam costumes e comportamentos ao longo do tempo e na sociedade. De acordo com Ruth Joffily (1999) a moda é um fenômeno social e cultural, cuja vitalidade decorre da necessidade de conquistar ou manter uma determinada posição social. Desde o surgimento das roupas, ligado à proteção contra os elementos e ao desejo de aumentar o status, a moda evoluiu progressivamente, refletindo a busca por pertencimento e identidade.

Os séculos XVIII e XIX testemunharam a primeira Revolução Industrial, facilitando o acesso à moda para diversas classes sociais. No século XX, Gabrielle Chanel revolucionou a moda com inovações como o "pretinho básico," evidenciando a importância econômica global desse setor. A moda não é apenas um fenômeno estético; é uma força econômica relevante que gera empregos, renda e riqueza, como demonstrado pelo crescimento da cadeia têxtil brasileira.

No contexto do trade dress na indústria da moda, Daniela Henriques (2018) destaca que o fator estético é crucial para influenciar as decisões de compra. O trade dress, definido como "a total image of a product," engloba características visuais como tamanho, forma, combinações de cores e texturas (PERRY, 1992). O caso Two Pesos, Inc. versus. Taco Cabana, Inc. nos Estados Unidos estabeleceu o conceito de trade dress, reconhecendo a importância da imagem visual na diferenciação de produtos.

Figura 4 - Imagem visual de produtos exibidos em desfile de moda

Fonte: Porto (2022)

A marca, enquanto componente essencial do trade dress, desempenha um papel significativo na indústria da moda. A proteção ao trade dress existe em vários países, incluindo os Estados Unidos, onde o Lanham Act assegura a proteção da aparência do produto. No entanto, no Brasil, essa lacuna legal permite a ocorrência regular de contrafação, causando prejuízos às marcas originais (PERRY, 1992).

Diante desse cenário, torna-se imperativo abordar as leis de Propriedade Industrial e Direito Autoral como mecanismos essenciais para preservar a criação do designer de moda no contexto brasileiro. A ausência de amparo legal específico para o trade dress no país ressalta a necessidade urgente de abordar essa lacuna legislativa, a fim de proteger a originalidade e a identidade visual na indústria têxtil brasileira.

3.1.1 O Mercado de Luxo e suas relações com o Trade Dress

A indústria do Luxo transcende a mera ostentação de riqueza, sendo uma expressão cultural e social que remonta aos primórdios da sociedade. Desde tempos antigos, as Leis

Suntuárias regulavam o consumo, restringindo o luxo e a extravagância, fortalecendo hierarquias sociais (FERRAZZA, 2017). Na Roma Antiga, essas leis delineavam os hábitos de consumo, evidenciando a divisão entre as classes sociais. A história de Joana d'Arc exemplifica como as Leis Suntuárias eram aplicadas, influenciando até mesmo casos de condenação à morte (SILVA, 2023).

O século XVII marcou a França como o epicentro do luxo, especialmente durante o reinado de Luís XIV, conhecido como "Rei Sol" (BURKE, 1994). Esse período, com sua monarquia absoluta, definiu a elegância e os artigos de luxo, destacando a importância do monarca como representante direto de Deus na Terra (BURKE, 1994). O fascínio de Luís XIV por sapatos de salto vermelho influenciou a moda e, de maneira contemporânea, a marca Christian Louboutin, reconhecida pelos solados vermelhos, destaca-se como herdeira desse legado (CARACIOLA, 2019).

O luxo, hoje, permeia diversas categorias de produtos e serviços, destacando-se na moda pela perfeição, excelência e originalidade. Castilho e Oliveira (2019), afirmam que a moda vai além de roupas e acessórios, sendo uma influência cultural que atribui identidade e estilo de vida. No Brasil, o mercado de luxo experimentou um crescimento significativo, mesmo durante crises, refletindo a busca por superioridade social (CASTILHO, 2019).

A relevância do luxo na moda é evidenciada pelas semanas de moda, que ditam tendências e influenciam marcas, inclusive as de fast fashion. No entanto, a prática comum de copiar e reproduzir peças idênticas às apresentadas nos desfiles levanta questões de concorrência desleal (PINHEIRO, 2017). Nesse cenário, titulares de produtos de luxo tornam-se alvos de comportamentos desleais, nos quais concorrentes buscam associar e confundir seus produtos com marcas mundialmente conhecidas.

Apesar do valor intrínseco de materiais e técnicas aprimoradas na fabricação de produtos de luxo, é a marca e seu peso no mundo da moda que potencializam seu valor de mercado. No entanto, a inacessibilidade para alguns consumidores impulsiona a busca por falsificações, financiando a pirataria e desconsiderando a logística e estudo por trás das marcas legítimas.

3.1.1.1 Protegendo a Criatividade: Uma Abordagem sobre Propriedade Industrial e Direito Autoral na Indústria Têxtil de Luxo

A indústria do Luxo, marcada por sua história de elegância e sofisticação, tem na moda um de seus pilares mais expressivos. Ao longo do tempo, a relação entre direito e moda ganhou

contornos jurídicos, especialmente no que diz respeito à propriedade intelectual, uma salvaguarda vital para proteger as inovações e designs únicos na indústria têxtil. A proteção legal das criações na moda encontra respaldo na propriedade intelectual, um conjunto de diretrizes destinado a assegurar ao criador o direito exclusivo sobre suas obras, garantindo retorno financeiro e fomentando a concorrência baseada em diferenciação (WILSON, 2020).

No Brasil, a Lei nº 9.279/96 regulamenta esses direitos, abrangendo patentes, desenhos industriais, marcas e repressão à concorrência desleal. E a criação do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) que em 1970 solidificou a gestão desses direitos no Brasil, refletindo o compromisso do país em proteger a propriedade intelectual (BRASIL, 1988). A Constituição de 1988, em seu artigo 5º, XXVII, reconhece a propriedade intelectual como garantia fundamental (BRASIL, 1988).

No contexto da moda, a propriedade intelectual se desdobra em duas vertentes: a propriedade industrial e os direitos autorais (OMPI). Essas categorias oferecem meios distintos de proteção, mas algumas combinações são proibidas pela Lei de Propriedade Intelectual, enquanto outras são objeto de debate. A moda, marcada por ciclos de popularidade, enfrenta desafios decorrentes da cópia e reprodução não autorizada de designs. A inspiração, quando autêntica, difere da cópia, mas o mercado enfrenta o fenômeno dos produtos "inspired", que mantêm a mesma estrutura, mesmo que com traços diferentes do original (CARDOSO, 2016).

Figura 5 - Propriedade Intelectual Tribo Massai

Fonte: Lilian Pacce (2017)

A imagem acima demonstra, a tribo Masai, conhecida por suas vestimentas e ornamentos simbólicos, enfrenta apropriação cultural na indústria da moda, como evidenciado por designers como John Galliano e marcas como Missoni e Louis Vuitton. O MIPI (Maasai Intellectual Property Initiative) foi criado para proteger os direitos da tribo, que vive majoritariamente abaixo da linha da pobreza, enquanto diversas marcas lucravam anualmente sem retorno para a comunidade. Algumas iniciativas, como a parceria da Vivienne Westwood em Nairobi, destacam exemplos positivos de colaboração e sustentabilidade, questionando a fronteira entre apropriação cultural e intercâmbio cultural na indústria da moda (MIPI, 2023).

Os ciclos de moda envolvem um complexo processo de criação, que começa meses antes do lançamento da coleção para venda (CARDOSO, 2016). O sucesso de uma peça frequentemente leva à sua reprodução, muitas vezes por meio da cópia exata por empresas especializadas em contrafação (BOZINOSKI, 2018). A contrafação, fenômeno em crescimento exponencial, causa prejuízos significativos às marcas originais. O relatório da Global Brand Counterfeiting Report 2018-2020 estimou que os prejuízos em 2017 atingiram US$ 30,3 milhões, projetando um aumento para US$ 1,82 bilhões em 2020 (BOZINOSKI, 2018).

Um caso emblemático envolvendo contrafação ocorreu no Brasil em 2010, quando a Village 284 lançou uma coleção reproduzindo modelos icônicos da Hermès em tecido de moletom, provocando discussões sobre os limites da inspiração e cópia na indústria da moda. Diante desse cenário, a propriedade industrial, em particular o trade dress, emerge como uma ferramenta essencial na proteção do design na indústria têxtil de luxo.

3.1.1.1.1 Estratégias de Proteção de Design Distintivo

A indústria do Luxo, marcada por sua história de elegância e sofisticação, tem na moda um de seus pilares mais expressivos. Ao longo do tempo, a relação entre direito e moda ganhou contornos jurídicos, especialmente no que diz respeito à propriedade intelectual, uma salvaguarda vital para proteger as inovações e designs únicos na indústria têxtil. Antes de adentrar na questão da proteção do design propriamente dita, é importante destacar o que é entendido como design.

Nas palavras de Micaela Ferreira (2012), "o design refere-se a características distintivas, mas essencialmente ornamentais de bens (produtos físicos) como o aspecto geral do artigo, o desenho de um rótulo ou a forma de uma embalagem. O design é, portanto, uma forma de

comunicação da empresa embutida nos seus produtos, equipamentos de apoio ou merchandising. O design dota de identidade visual a oferta, conferindo novas qualidades ao produto com o objetivo de atrair atenções e reter afetividades" (FERREIRA, 2012).

O termo tem como base o latim designare (designar) e signum (sinal), sendo que a expressão design surgiu no século XVIII, na Inglaterra, como tradução do termo italiano disegno, mas somente com o progresso da produção industrial que esta expressão passou a caracterizar uma atividade específica no processo de desenvolvimento de produtos .

Feita essa consideração inicial, passaremos a analisar a propriedade industrial, uma das espécies que compõem a propriedade intelectual. Conforme falado anteriormente, a Lei 9.279/1996 define quais são os bens que compõem a propriedade industrial, que são protegidos por meio de patentes ou de registros. São eles: a invenção, o modelo de utilidade, a marca e o desenho industrial.

A invenção e o modelo de utilidade, bens patenteáveis, protegem a criatividade humana, evitando que terceiros enriqueçam a partir de esforços alheios. Isso significa dizer que ter a patente de um produto é ter o direito de impedir terceiros de produzir, usar, colocar à venda ou importar o objeto de patente sem o consentimento de seu titular. Para serem patenteáveis, é necessário atender aos requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial.

A proteção contra a crescente ameaça do fenômeno de contrafação exige estratégias eficazes, especialmente diante do rápido aumento desse problema. Conforme destacado no relatório da Global Brand Counterfeiting Report 2018-2020, a magnitude das contrafações atingiu impressionantes 1,2 bilhões de dólares americanos em 2017, projetando-se para alcançar a marca de 1,82 bilhões de dólares americanos até 2020. Os números evidenciam a gravidade desse cenário global (GBCR, 2018).

Os impactos financeiros sobre as empresas detentoras das marcas originais são substanciais. Em 2017, o prejuízo registrado foi alarmante, totalizando 30,3 milhões de dólares, conforme revelado pelo mesmo relatório (GBCR, 2018). Esses números ressaltam não apenas a escala do problema, mas também a urgência na implementação de estratégias robustas de proteção.

Um exemplo emblemático de contrafação ocorreu no Brasil em março de 2010, quando a empresa brasileira Village 284 lançou uma coleção intitulada "I'm not the original" ("Eu não sou a original", em tradução livre). Essa coleção ousada reproduziu modelos de bolsas da renomada marca francesa de luxo Hermès, especificamente as famosas bolsas Kelly e Birkin, utilizando tecido de moletom. Este caso evidencia como a contrafação pode assumir formas inesperadas e impactar marcas de prestígio (SILVA, 1998).

Sob a ótica do design das criações da moda, considerando o fato de que se utilizam de elementos já conhecidos, mas em novas formas, seria improvável que fossem qualificadas para o registro como uma patente, já que na prática é muito difícil que um design de roupas alcance a originalidade, tendo em vista que a maioria das roupas são feitas seguindo padrões, golas, golas de mangas, botões, bolsos, costuras, entre outros.

Passaremos agora a analisar os bens registráveis, ou seja, a marca e o desenho industrial, que também devem cumprir alguns requisitos para as respectivas concessões de seus registros. Fabio Ulhoa Coelho destaca que "qualquer rótulo que esteja envolto em significado e associações pode ser considerado marca" (COELHO, 2013). A identificação de uma marca pode ir além do logotipo e do slogan que ela apresenta, podendo criar uma identidade através de um atendimento diferenciado ou por meio de linhas de produtos com características exclusivas (CURY, 2018).

No Brasil, o registro de uma marca é válido inicialmente pelo período de 10 (dez) anos, podendo ser prorrogado sucessivamente, sendo o único direito de propriedade intelectual que tende a se eternizar, se a marca se mantiver em uso e se o seu registro for reiteradamente prorrogado (SANTOS, 2020).

Em setembro de 2010, a empresa Hèrmes abriu um processo contra a marca brasileira 284, alegando violação de seus direitos autorais ao reproduzir modelos das bolsas Birkin e Kelly. O processo foi julgado pela 24ª Vara Cível de São Paulo, que condenou a empresa a indenização por danos morais e materiais à marca francesa, além de proibir a produção e comercialização das bolsas. Esse caso foi crucial para formar jurisprudência em situações de violação de proteção à propriedade intelectual e direitos autorais na indústria da moda (SILVA, 2020).

Allen Schwartz, conhecido como o "rei das cópias", afirma que "A palavra 'original' não existe na moda. Tudo começa a partir de algum tipo de inspiração" (WILSON, 2006). A linha que difere uma cópia de uma inspiração é tênue e pode, por muitas vezes, ser ultrapassada com facilidade. A prática ilegal da cópia de um artigo de moda imita quase que perfeitamente a peça original e deve induzir o consumidor ao erro. Os produtos "inspired" são peças inspiradas e, segundo Mônica Rosina e Maria Cury (2018), buscam ser criativos para recriar alguns conceitos, fazendo com que lembrem a peça inspiradora, mas não são considerados iguais ou confundíveis.

Nesse sentido, a teoria da agregação e diferenciação, elaborada por C. Scott Hemphill e Jeannie Suk (2009), defende que, da mesma forma que as pessoas buscam se inserir em um contexto social, buscam se destacar a partir do que vestem, imprimindo personalidade e

particularidades através da moda e, com isso, formam uma tendência. Essa teoria pode explicar a repercussão de peças inspiradas no setor da moda.

Não há uma legislação específica que proteja os designs dos produtos "inspired", o que acontece quando uma empresa utiliza desse meio para suas criações é um julgamento conforme entendimento das partes envolvidas. Para Rosina e Cury (2018), poderia ser criada uma lei específica que garantisse uma proteção sui generis ao design das criações de moda. Contudo, esse modelo tem pouca diferença com o que o sistema atual já adota e, se adotado, levaria as empresas a enfrentarem fatores como aumento nos custos de inovação e possivelmente o não surgimento de novas tendências. Além disso, outro fator que dificulta a criação de uma legislação específica é a velocidade que o sistema de vestuário adota; existe uma alta rapidez na criação de coleções.

3.1.1.1.2 Trade Dress e as Práticas Desleais na Concorrência

Os desafios encontrados na indústria da moda, especialmente no que tange à competição desleal, refletem a complexidade do cenário onde marcas de luxo buscam proporcionar uma experiência singular ao consumidor. Essas marcas, reconhecidas por um atendimento de alta qualidade e detalhes nos produtos, enfrentam a necessidade de garantir que elementos distintivos de seu trade dress sejam lembrados pelo público (RESEARCH, 2019).

A concorrência desleal, caracterizada como uma prática ilícita de mercado, ocorre quando uma empresa influencia a clientela de seu concorrente por meios desonestos, fraudulentos, violando princípios fundamentais como boa-fé, bons costumes e livre concorrência (RESEARCH, 2019). A proteção contra essa prática é regulamentada pelo artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial (Lei 9.279/1996), que, em seu inciso IV, considera crime o uso de expressão ou sinal de propaganda alheios, ou a imitação destes, de modo a criar confusão entre produtos ou estabelecimentos.

O referido artigo estabelece que a concorrência desleal é crime, sujeito a sanções penal e civil, assegurando ao prejudicado a possibilidade de buscar indenização em âmbito civil. Esta indenização abrange perdas e danos decorrentes de violações de propriedade industrial e atos de concorrência desleal que possam prejudicar a reputação e os negócios alheios, criando confusão entre estabelecimentos comerciais ou produtos no mercado.

Na busca pela compreensão da concorrência desleal e sua influência no instituto trade dress, observa-se que a livre concorrência é um princípio fundamental na ordem econômica constitucional brasileira, oferecendo liberdade para a competição no mercado, desde que

equilibrada, preservando a atividade empresarial e a sociedade. As normas concorrenciais são essenciais para a organização do sistema econômico, garantindo que as situações de competição sejam lícitas e de boa-fé.

De acordo com Silva (1998, p.876) a livre concorrência é uma manifestação da liberdade de iniciativa e que a lei deve reprimir o abuso de poder econômico visando à dominação dos mercados, à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros. Esses dispositivos legais visam tutelar o sistema de mercado, protegendo a livre concorrência contra tendências monopolistas e concentradoras de capital.

Visando positivar a atuação estatal no cenário econômico e garantir a proteção do mercado, o direito brasileiro, especificamente na Lei de Propriedade Industrial (LPI - nº 9.279/96), estabelece previsões infraconstitucionais relacionadas à concorrência desleal. O artigo 195 dessa lei define a concorrência desleal como um ato ilícito, penalizando aqueles que empregam meios fraudulentos para desviar, em proveito próprio ou alheio, a clientela de outrem (RESEARCH, 2019).

Porto expõe três requisitos para configurar a concorrência desleal, ressaltando que esta deve ser atual, ou seja, os concorrentes devem estar no mercado ao mesmo tempo. Essa abordagem contribui para a compreensão detalhada das práticas e nuances envolvidas na competição desleal na indústria da moda, destacando a importância do trade dress como ferramenta essencial na proteção do design na indústria têxtil.

4 DESAFIOS NA PROTEÇÃO DO TRADE DRESS NA MODA

O capítulo aborda três desafios principais na proteção do trade dress na moda. Primeiramente, as ambiguidades conceituais surgem devido à complexidade da moda e propriedade intelectual, complicando a definição jurídica do design. Em segundo lugar, requisitos de registro, especialmente no Direito Autoral, enfrentam desafios ao considerar a predominância da utilidade nas criações da moda. O caso de Christian Louboutin destaca a complexidade na proteção legal. Por fim, os limites de proteção, agravados pela falta de regulamentação específica no Brasil, dependem de interpretações subjetivas, destacando a necessidade de parâmetros claros. A adesão ao Acordo TRIPS evidencia a influência das normas internacionais na proteção do trade dress na indústria têxtil. O capítulo sublinha a demanda por estratégias jurídicas mais claras na preservação da inovação na moda.

4.1 AMBIGUIDADES CONCEITUAIS

As ambiguidades inerentes à moda e à propriedade intelectual, particularmente no que concerne ao trade dress, revelam-se como desafios significativos na indústria têxtil. A complexidade dessas questões se reflete em diversas perspectivas, desde a definição do próprio design até as nuances jurídicas envolvidas. O trade dress, como ferramenta de proteção de design, emerge como um elemento crucial nesse cenário (CURY, 2018).

No âmbito jurídico, a definição de design, sobretudo no contexto do trade dress, apresenta desafios significativos. Uma visão holística destaca que o design está mais relacionado a um processo ou meio evolutivo de criação do que a um produto, abrangendo valores estéticos, emoções e considerações de mercado. A interdisciplinaridade da moda, conforme observado por Sproles (1974), resulta em diversas definições amparadas por diferentes perspectivas, adicionando uma camada de ambiguidade ao entendimento do design na indústria têxtil.

A ambiguidade é ressaltada quando se considera a moda como um processo heterogêneo, contínuo e dinâmico. Okonkwo (2016), destaca o papel relevante da moda, especialmente quando associada a elementos de luxo, na ordem social e econômica. A ambiguidade conceitual do luxo é explorada por vários autores, indicando que sua definição está enraizada em aspectos como sensualidade, esplendor e extravagância (YEOMAN, 2006).

A evolução do conceito de luxo, conforme observado por Roper (2013), destaca a transformação nas características e significados atribuídos a marcas de luxo. A ambiguidade no

mercado de luxo é resultado da fragmentação do mercado, onde diferentes funções coexistem no consumo contemporâneo (ARMITAGE, 2014).

Dion e Borraz (2017) enfatizam que a ambiguidade do luxo está enraizada em atributos sociológicos distintos do mercado de massa. Diante dessa ambiguidade, a indústria da moda e a proteção jurídica do trade dress enfrentam desafios consideráveis. A multidimensionalidade da moda, a evolução do conceito de luxo e as diferentes perspectivas sobre design complicam a definição e a proteção efetiva do trade dress na indústria têxtil.

4.1.1 Requisitos de Registro

A proteção contra violação de propriedade intelectual, especialmente no âmbito do Direito Autoral, é um tema de grande relevância e complexidade. Originado na Inglaterra no ano de 1710, com o Estatuto da Rainha Ana, o Direito Autoral constitui a base para o surgimento do sistema de copyright saxônica, predominantemente adotado em países que seguem o sistema do common law (FRANÇOLIN, 2019).

O Direito Autoral tem como objetivo primário a salvaguarda das obras, concentrando-se nos direitos patrimoniais em detrimento dos direitos morais do autor. Regido pela Lei 9.610/98, esse instituto estabelece uma relação estreita entre o criador da obra intelectual e a própria criação. Os direitos autorais abrangem não apenas o aspecto econômico, ligado à publicação ou exibição da obra, mas também o âmbito moral do autor, relacionado ao seu senso criativo e personalidade, manifestos no ato da criação (BRASIL, 2018).

No contexto da indústria da moda, onde criações como desenhos, estampas e roupas são consideradas manifestações artísticas, o Direito Norte Americano, pautando-se na legislação de copyright, utiliza um "teste de separabilidade" para determinar a tutela pelo Direito Autoral. Esse teste busca separar elementos úteis dos artísticos em uma peça, analisando a obra como um todo para avaliar sua natureza artística.

Contudo, a maioria dos desenhos na indústria da moda é considerada utilitária e, portanto, não é passível de proteção pelos Direitos Autorais destaca que:

> *ausência de tipificação legal* e o fato de não ser passível de registro, a ocorrência de imitação e a *conclusão pela concorrência desleal* deve ser feita caso a caso. Imprescindível, para tanto, o auxílio de perito que possa avaliar aspectos de mercado, hábitos de consumo, técnicas de propaganda e marketing, o grau de atenção do consumidor comum ou típico do produto em questão, a época em que o produto foi lançado no mercado, bem como outros elementos que confiram identidade à apresentação do produto ou serviço (BRASIL, 2018).

A proteção almejada pelo Direito Autoral visa salvaguardar o interesse cultural depositado na obra. De acordo com a Lei de Direitos Autorais, uma pessoa jurídica pode ser titular desses direitos a partir da criação da obra intelectual ou mediante a transferência dos direitos a ela referentes. Para que a obra seja efetivamente protegida pela lei, é necessário que esteja dentro do prazo de proteção legal, seja original e exposta por qualquer meio ou suporte (ARROSI, 2019). Ao tratar da originalidade, em comparação aos requisitos para o registro de direitos de propriedade industrial, a originalidade no Direito Autoral é mais flexível e evidencia que:

> A originalidade na obra, ou seja, deve ser integrada de componentes individualizadores, de tal sorte a não se confundir com outra preexistente. Há que ser, intrínseca e extrinsecamente, diferente de outras já materializadas. Deve revestir-se de traços ou de caracteres próprios, distintos de outras já componentes da realidade. Entretanto, esse conceito deve ser entendido em termos objetivos: a identificação de elementos criativos próprios faz entender-se original a obra. A tendência, a propósito, é a da proteção de toda e qualquer obra estética, desde que individualizada por essência própria. Ademais, apresenta a originalidade caráter relativo, não se exigindo, pois, novidade absoluta, eis que inexorável é, de um ou outro modo, o aproveitamento, até inconsciente, do acervo cultural comum. Basta a existência, pois, de contornos próprios, quanto à expressão e à composição, para que a forma literária, artística ou científica ingresse no circuito protetor (BITTAR, 2015).

Enquanto a originalidade exige que a obra não reproduza ou replique demais obras já existentes, a novidade, que se refere à propriedade industrial, requer algo inexistente no estado da técnica (ABUD, 2022). Um exemplo emblemático dessa complexidade jurídica na proteção de propriedade intelectual é o caso envolvendo Christian Louboutin (LOUBOUTIN, 2023). Em 2011, Louboutin ingressou com uma ação judicial nos Estados Unidos, alegando violação de marca pela marca Yves Saint Laurent, que lançou um sapato monocromático vermelho. Destaca-se que:

> The term “trade dress” refers to the appearance of a product when that appearance is used to identify the producer. To function as an identifier, the appearance must be distinctive by reason of the shape or color or texture or other visible or otherwise palpable feature of the product or its packaging. If it isn't distinctive, it won't be associated in the mind of the consumer with a specific producer. If it is distinctive, and if as a result it comes to identify the producer, the danger arises that the duplication of this appearance, this “trade dress,” by a competing seller will confuse the consumer regarding the origin of the product; the consumer may think it the product of the producer whose trade dress was copied. Trade dress thus serves the same function as trademark,

> and is treated the same way by the Lanham Act and the cases interpreting it. Two Pesos, Inc. v. Taco Cabana, Inc., 505 U.S. 763, 773, 112 S.Ct. 2753, 120 L.Ed.2d 615 (1992); Blau Plumbing, Inc. v. S.O.S. Fix-It, Inc., 781 F.2d 604, 608 (7th Cir.1986); 1 J. Thomas McCarthy, on Trademarks and Unfair Competition § 8:1, pp. 8-3 to 8-4 (4th ed.1998) [1].

O caso culminou em um teste judicial que questionou a possibilidade de uma cor ser apropriada como marca na indústria da moda. A decisão do tribunal de segunda instância reconheceu Louboutin como titular do "solado vermelho," mantendo seu registro, mas autorizando Yves Saint Laurent a comercializar sapatos de solado vermelho, desde que fossem monocromáticos como podemos notar a partir da figura 6.

Figura 6 - Designs da marca Yves Saint Laurent

Fonte: VOGUE (2012)

[1] Em tradução livre: “O termo ‘trade dress’ se refere à aparência de um produto quando essa aparência é usada para identificar o produtor. Para funcionar como um identificador, a aparência deve ser distinta em razão da forma, cor ou textura ou outro recurso visível ou palpável do produto ou de sua embalagem. Se não for distintivo, não será associado na mente do consumidor a um produtor específico. Se for distinto e, como resultado, identificar o produtor, corre-se o risco de que a duplicação dessa aparência, esse ‘trade dress’ de um vendedor concorrente confunda o consumidor com relação à origem do produto; o consumidor pode pensar que é o produto do produtor cuja imagem comercial foi copiada. Portanto, a imagem comercial tem a mesma função que a marca registrada e é tratada da mesma forma pelo Lanham Act e pelos casos que a interpretam. Two Pesos, Inc. v. Taco Cabana, Inc., 505 U.S. 763, 773, 112 S.Ct. 2753, 120 L. Ed.2d 615 (1992); Blau Plumbing, Inc. v. Fix-It, Inc., 781 F.2d 604, 608 (7a Cir.1986); 1 J. Thomas McCarthy, McCarthy sobre Marcas e Concorrência Desleal § 8: 1, pp. 8-3 a 8-4 (4a ed.1998).” FINDLAW. No. 98-1490. **PUBLICATIONS INTERNATIONAL, LTD**., **Plaintiff-Appellant, v. LANDOLL, INC., Defendant-Appellee**. Acesso em 23 nov. 2023.

Figura 7 - Designs da marca Louboutin

Fonte: VOGUE (2012)

De acordo com o disposto no artigo 95 da Lei de Propriedade Industrial, o desenho industrial trata da proteção à:

> [...] forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial.[2]

Esse litígio entre marcas renomadas demonstra a complexidade dos desafios legais enfrentados no setor da moda, culminando na expressão "Fashion Law," que ganhou relevância pela ausência de regulamentação específica para lidar com as nuances e questionamentos que permeiam essa indústria (DIAS, 2019).

Em relação ao instituto do trade dress, historicamente associado à forma como um produto é apresentado ao mercado, sua definição e delimitação são desafiadoras devido à sua amplitude. Embora não haja um registro legislativo específico sobre o trade dress em nenhum país, sua conceituação baseia-se na imagem total de um produto, incluindo tamanho, forma, cor, textura e até mesmo as técnicas de venda (REDECKER, 2022).

---

[2] Cf. Art. 95. Lei n. 9279/1996.

Diante dessa complexidade, a doutrina norte-americana destaca a abrangência do *trade dress*, considerando-o como a imagem total de um produto e sua embalagem. McCarthy (2015) afirma que, na linguagem moderna, o trade dress engloba a aparência completa de um produto, incluindo design e forma[3]. Essa visão é compartilhada por outros estudiosos, como Lee e Sunder, que afirmam que, nos dias atuais, elementos como forma, cor e embalagem podem receber proteção sob as leis de marcas registradas como parte do trade dress[4].

No contexto jurídico português, Carlos Olavo reforça a ideia de imagem total do trade dress, ampliando o conceito ao associar a noção de "sensorial," envolvendo outros sentidos além da visão, criando a imagem visual ou sensorial da marca (ANDRADE, 2019).

4.1.1.1 Limites de Proteção

Os limites de proteção na interseção entre moda e propriedade intelectual, particularmente no contexto do trade dress, apresentam desafios significativos na indústria têxtil. A ausência de proteção específica do trade dress pelas leis brasileiras contribui para a complexidade do cenário, onde não existem requisitos formais para seu registro, ao contrário das marcas, violação do trade dress ocorre muitas vezes quando uma empresa imita o conjunto-imagem da embalagem de um produto já estabelecido no mercado (PAESANI, 2015).

Carlos Olavo destaca que o aspecto exterior característico de um produto, representado pelo trade dress, não goza da proteção inerente do direito privativo, mas isso não concede liberdade irrestrita para imitação. Embora não haja uma previsão legal específica contra o uso não autorizado do trade dress, ele ressalta que a proteção não deve ser limitada apenas pela ausência de uma regulamentação explícita (OLAVO, 2002).

No entanto, a proteção do trade dress é vulnerável e sujeita à apreciação subjetiva dos julgadores, já que não há disposições claras no ordenamento jurídico brasileiro. Esse vácuo legal deixa espaço para ações de imitadores, e as decisões judiciais tornam-se cruciais na resolução de conflitos relacionados ao tema (PAESANI, 2015). Ao traçar limites precisos entre a concorrência legítima e a fraudulenta, é essencial realizar uma análise criteriosa do conjunto-

---

[3] Em tradução livre: “na linguagem moderna, o trade dress inclui a aparência total de um produto e sua embalagem e até o design e a forma do produto em si”. MCCARTHY, J. Tomas. **McCarthy on Trademarks and Unfair Competition**. 4. ed. Nova Iorque: Thomson Reuters, 2015, §8:4.

[4] Em tradução livre: “hoje, tudo, desde o formato (como a garrafa da Coca Cola) até a cor (considere a famosa caixa azul da Tiffany) até a embalagem e a "imagem total" de um produto ou serviço podem receber proteção sob as leis de marcas comerciais como "trade dress". LEE, Peter; SUNDER, Madhavi. The Law of Look and Feel. **Southern California Law Review**. Los Angeles, p. 1-49. fev. 2023. Disponível em: http://ssrn.com/abstract=2733780. Acesso em: 15 nov. 2023.

imagem. A garantia do direito à livre concorrência, assegurado constitucionalmente, requer a consideração cuidadosa desses limites, evitando casos de direitos exclusivos que possam ser interpretados como anticompetitivos (PAESANI, 2015).

A proteção legal do design na indústria têxtil não é uma tarefa simples, e a análise jurídica é fundamental para estabelecer parâmetros claros. Se a criação é técnica, a patente de invenção ou de modelo industrial pode ser aplicada; se for puramente estética, sem aplicação a produto industrial, a proteção pelo Direito Autoral é uma opção, especialmente para obras de arte aplicada, enquadrando-se no domínio do desenho industrial (ZANOTTA, 2010). Além das considerações nacionais, o papel do direito concorrencial assume um papel relevante na legislação brasileira, protegendo o mercado e, por conseguinte, o consumidor. Apesar de tutelar o mercado, a defesa direta da concorrência contribui para a defesa indireta do consumidor, promovendo a livre concorrência (ZANOTTA, 2010).

A adesão do Brasil ao Acordo TRIPS (Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio) ampliou as normas para a proteção mínima de várias matérias, incluindo a concorrência desleal. Essa vinculação internacional possibilita a aplicação de sanções aos países signatários em caso de descumprimento das obrigações (SILVA, 2013). Assim, a proteção do trade dress na indústria têxtil não se restringe apenas ao âmbito nacional, mas é influenciada por normas internacionais que buscam assegurar padrões mínimos de proteção.

5 CASOS PRATICOS DE TRADE DRESS NOS TRIBUNAIS BRASILEIROS

Como mencionado ao longo deste trabalho, é notório que o trade dress não conta com uma previsão legal explícita no ordenamento jurídico brasileiro. Portanto, quando necessário, recorre-se a jurisprudências, doutrinas e legislações específicas que guardam relação com o caso em questão. É relevante observar que, apesar da abundante jurisprudência existente, o entendimento sobre esse instituto nem sempre é claro para juízes e tribunais.

Dessa forma, neste tópico, serão examinados três casos julgados em tribunais brasileiros nos quais ficou estabelecida, ou não, a ocorrência de violação ao trade dress. Além disso, será investigada a presença de práticas de concorrência desleal e, consequentemente, o possível enriquecimento ilícito de marcas no universo da moda.

5.1 VICTORIA’S SECRET VS MONANGE

O primeiro caso a ser examinado refere-se à demanda judicial instaurada pela renomada grife internacional Victoria's Secret Stores Brand Management contra as empresas Hypermarcas S/A, Globo Comunicações e Participações S/A e Mega-Marcus, Eli & Gustavo Associados - 35 Mega Models e Agency LTDA, julgado pelo Tribunal do Rio de Janeiro.

Na petição inicial da ação ordinária, a Victoria’s Secret, como autora, argumentou sobre a prática de atos de concorrência desleal durante o evento "Monange Dream Fashion Tour", promovido pelas rés. Elas foram acusadas de utilizar um dos símbolos distintivos da Victoria's Secret, as asas de anjo, comumente associadas às supermodelos. Além disso, a autora ressaltou que as rés também reproduziram semelhanças na combinação de música, passarela e no desfile em si, uma vez que algumas modelos que desfilaram no evento das rés eram vinculadas à Victoria's Secret.

Figura 8 - Izabel Goulart no desfile da Victoria’s Secrets

Fonte: Vogue (2014)

Figura 9 - Izabel Goulart no desfile Monange Fashion Your

Fonte: Lilian Pacce (2011)

Em resposta, as rés alegaram a inexistência de prática de concorrência desleal, destacando que não houve cópia da identidade visual da autora e nenhuma confusão entre os consumidores. Argumentaram, ainda, a ausência de proteção específica em relação às asas de anjo. A decisão em primeira instância reconheceu a existência de lesão ao trade dress da autora, resultando na concessão de tutela antecipada que proibia temporariamente as rés de utilizarem os objetos identificadores pertencentes à autora em seus desfiles. Na sentença proferida, o juiz fundamentou que, embora as asas de anjos fossem consideradas um elemento comum e não estivessem registradas, a análise adequada deveria considerar a totalidade das características. Em outras palavras, o exame do objeto deveria ser realizado levando em conta o conjunto integral do evento, não se restringindo apenas às asas de anjos:

> Não se trata apenas de questionar o uso de asas de anjos isoladamente consideradas, pois isto pode ocorrer, afinal, os anjos têm asas mesmo. O problema é o contexto em que o foram no evento organizado pelas rés, pois aí fica evidente a associação proposital com o distintivo da autora. O formato adotado pelas rés é parecidíssimo com o do desfile da VICTORIA'S SECRET, principalmente pela utilização de 37 modelos vestindo asas de anjos, exatamente como nos desfiles da autora. Trata-se de uma característica tão marcante e com tanto apelo de marketing, que nem todas as modelos que desfilam usam as asas, mas apenas as 11 supermodelos indicadas pela autora no item 29 da inicial. (BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, Processo no 0121544- 64.2011.8.19.0001, Juíza Maria da Penha Nobre Mauro. Rio de Janeiro, RJ, 29 mar. 2012.)

Insatisfeitas, as rés recorreram ao Tribunal buscando a reforma da sentença. O Tribunal, por meio de um desembargador, reformou a sentença ao argumentar a inexistência de cópia do trade dress da autora e que os elementos utilizados não eram passíveis de proteção O Desembargador sustentou que elementos como trajes, adereços e o próprio desfile, pelos quais a autora buscava proteção, não poderiam ser objeto de registro, pois serviram apenas como meio de divulgação dos produtos. Ele esclareceu que, na petição inicial, a autora argumentou que algumas modelos eram as mesmas, sugerindo uma cópia do seu desfile. Contudo, o Desembargador contestou esse ponto, indicando a ausência de contratos de exclusividade entre as modelos e a autora. Além disso, destacou que a combinação de música, passarela e desfile é comum a todos os desfiles, salientando as diferenças, como a disposição do público (sentado no desfile da autora e em pé no das rés), concluindo que não havia cópia do método da autora:

> Com efeito, o uso de todos esses elementos (objetivos) tais como plumas, adereços, esplendores, fantasias, asas e afins, que e com escusas pela repetição são elementos (objetos) de uso comum, que podem perfeitamente ser utilizados por qualquer um do povo em festas populares, em espetáculos de dança, em apresentação de desfiles de moda, passou então a ser dito, pela sentença, como objetos passíveis de proteção legal. Isso tudo deve ser entendido com elevado grau de cuidado, haja vista a que não se pode confundir o que seja marca com aquilo que seja o meio de divulgação de produtos concorrentes, especialmente quando se tem que os elementos utilizados pela 'Victoria's Secret' não podem ser apropriados para uso exclusivo, e mundial, da mesma. Tampouco aqui seria de se aplicar o fato de um comerciante copiar o modo de apresentação de seu concorrente quanto à exposição de seus produtos. Essa prática, vinda do direito norte americano, foi apresentada pelo conceito de 'trade dress', acolhido no País sob a designação de concorrência desleal, (4), ao caso em discussão, ou seja, a maneira como determinada linha de produtos se apresenta ao público.(BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro - 6a Câmara Cível do Rio de Janeiro, RJ, Apelação no 0121544-64.2011.8.19.0001, Relator: Desembargador 38 Pedro Raguenet. Rio de Janeiro, RJ, 12 nov. 2012.)

Diante dessa revogação, a autora apresentou embargos infringentes, que foram analisados pela 14ª Câmara Cível do Rio de Janeiro. O relator concordou com a alegação de que, apesar da ausência de previsão legal para o registro das asas de anjo, elas merecem proteção com base na concorrência desleal. Além disso, ele destacou que a análise dos elementos presentes nos shows deve ser realizada considerando o conjunto. Assim, a sentença foi restabelecida.

Posteriormente, as rés recorreram ao Superior Tribunal de Justiça (STJ) e ao Supremo Tribunal Federal (STF), mas seus recursos foram inadmitidos. Diante dessa decisão, elas interpuseram agravos aos recursos especiais, obtendo provimento, e esses recursos ainda estão em fase de julgamento.

O caso em questão assume relevância para este trabalho ao abordar a lesão ao conjunto-imagem, desvinculando-se de produtos ou estabelecimentos comerciais, situação mais comum. Em três decisões no mesmo Tribunal, observamos argumentações tanto favoráveis quanto contrárias ao reconhecimento da violação. Esses casos analisados destacam a importância do tema nos ambientes acadêmicos, enfatizando a necessidade de uma previsão específica para o instituto do trade dress como sinal distintivo e ilícito.

5.2 HAVAIANAIS VS ACRIANAS

O segundo estudo de caso explora a controvérsia judicial entre a empresa Alpargatas S/A, fabricante das sandálias Havaianas, e o empreendedor Jonas Cruz, responsável pelas sandálias Acrianas. Jonas Cruz concebeu a marca "Acrianas" em janeiro de 2014, centrada na produção e venda de sandálias de borracha no Acre. Contudo, a Alpargatas S/A, conhecida pelos chinelos Havaianas, alegou que as sandálias de Jonas Cruz tinham uma forma semelhante às suas.

Consequentemente, a Alpargatas solicitou que Jonas Cruz interrompesse imediatamente a fabricação, divulgação, comercialização e distribuição das sandálias Acrianas, alegando que estavam infringindo e imitando os produtos da Havaianas. Jonas Cruz defendeu-se, afirmando que as palmilhas possuíam um design diferenciado, inspirado principalmente em modelos japoneses, e os "grãos" em alto relevo eram de tamanhos diferentes das sandálias consideradas "originais" pela Alpargatas.

Figura 10 – Sandalias Acrianas

Fonte: 61 (2014)

Figura 11 – Sandalias Havaianas

Fonte: Havaianas (2023)

Apesar da notificação extrajudicial, Jonas Cruz decidiu não interromper suas atividades, levando a Alpargatas S/A a mover uma ação judicial em setembro de 2014. O juiz inicialmente indeferiu a tutela de urgência, mas, após alguns meses, concedeu o pedido da Alpargatas S/A, autorizando a busca e apreensão das sandálias. Em resposta, Jonas Cruz modificou o nome para "Aquiri" e reformulou as sandálias, alterando palmilhas e tiras.

Figura 12 – Sandalias Aquiri

Fonte: G1 (2014)

O processo tramitou em 1ª Instância até 2016 e foi encaminhado à 1ª Câmara Reservada de Direito Empresarial do Tribunal de Justiça de São Paulo, que julgou a favor da Alpargatas S/A, alegando

> A forma da palmilha, o desenho das tiras e os elementos visuais, como um todo, comprovam as alegações formuladas na petição inicial, havendo risco de desvio de clientela e da prática de concorrência desleal, no sentido de ser utilizada a fama e a reputação já auferida pelas sandálias fabricadas pela apelada. (BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Apelação Cível no 1084725-08.2014.8.26.0100. Relator: Desembargador Fortes Barbosa. São Paulo, SP, 29 mar. 2012.)

Dessa forma, o empreendedor foi sentenciado a indenizar a empresa fabricante das Havaianas por danos morais e materiais, assim como pelos lucros obtidos com a desvio de clientela. Isso se deu em virtude do entendimento do Tribunal de que a marca Havaianas detém o reconhecimento de alto renome pelo INPI.

Portanto, o caso específico evidencia a importância do estudo no contexto da moda, pois o Tribunal decidiu a favor da empresa Alpargatas S/A devido à Havaianas ser uma marca de alto renome no Brasil. Isso resulta em uma proteção abrangente pela Lei de Propriedade Industrial. Vale r essaltar ainda que as Havaianas detêm a patente de Modelo Industrial da palmilha, uma

categoria adicional protegida pela Propriedade Industrial. Diante do exposto, destaca-se o valor e a necessidade de salvaguardar as criações no campo da moda, permitindo que o autor, em circunstâncias semelhantes, tenha seu direito reconhecido de maneira mais eficaz.

5.3 LOUNGERIE VS HOPE

O mais recente caso decidido pela Terceira Turma do Supremo Tribunal Federal (STJ) em 19 de outubro de 2021 envolveu a disputa entre Wacoal America INC. e Loungerie S/A contra a Hope do Nordeste,. A Loungerie alegou que a Hope estava comercializando imitações não autorizadas dos produtos da linha Embrace Lace, desenvolvida pela Wacol e comercializada pela Loungerie. Além disso, sustentou que a Hope divulgou declarações falsas sobre uma parceria comercial imaginária, induzindo a crença de que seus produtos eram legítimos.

Figura 13 – Peça Loungerie e Hope

Fonte: Jota (2021)

A parceria entre Loungerie e Wacoal resultou na criação da linha Embrace Lace, reconhecida pelo investimento em tecnologia e design diferenciados no mercado de lingerie.

Figura 14 – Camisola linha “Embrace Lace” da Loungerie

Fonte: Loungerie (2023)

A ação foi ajuizada em maio de 2017 na 27ª Vara Cível da Comarca de São Paulo. Na sentença inicial, a Loungerie solicitou que a Hope cessasse a comercialização dos produtos supostamente falsificados, destruísse os produtos e pagasse danos materiais e imateriais. À sentença inicial foi parcialmente favorável à autora:

> Ante o exposto, JULGO PARCIALMENTE PROCEDENTE a ação de procedimento comum com pedido de tutela antecipada requerida em caráter antecedente que WACOAL AMERICA INC e LOUNGERIE S/A moveram em face de HOPE DO NORDESTE LTDA para confirmar a liminar concedida com a consequente condenação da ré para: (i)em caráter definitivo, se abster de comercializar os produtos objeto desta demanda ou que incorporem os elementos distintivos da linha Embrace Lace, sob pena de multa diária no valor de R$50.000,00 (cinquenta mil reais); (ii)no prazo de 60 (sessenta dias) promover a

> destruição de todos os produtos objeto desta demanda ou que incorporem os elementos distintivos da linha Embrace Lace, certificando a sua guarda em depósito, sob pena de multa diária no valor de R$50.000,00 (cinquenta mil reais), limitado a 30 (trinta) dias; (iii) o pagamento dos danos materiais pelos ilícitos praticados, a serem calculados em procedimento de liquidação de sentença. Em razão da maior sucumbência da ré, arcará esta com as custas judiciais e despesas processuais, bem como com os honorários advocatícios que fixo em 20% (vinte por cento) do valor da causa, com base no art. 85, §2o do Código de Processo Civil. (BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Apelação nº 1043901-02.2017.8.26.0100. Apelantes: Wacoal America INC. e Outro. Recorrida e Hope do Nordeste LTDA. Apeladas: as mesmas. Sentença em Primeiro Grau. São Paulo, SP, Ano 2020, p. 3, 15 dezembro de 2020)

A sentença reconheceu que a proximidade entre os produtos poderia gerar confusão visual e desvio de vendas. No entanto, em recurso, a Hope conseguiu alterar a sentença, alegando que a lei de direitos autorais não se aplicava à indústria da moda, apesar da conclusão inicial que caracterizou a violação do trade dress da autora em Primeira Instância, o julgamento da apelação interposta pelas partes, revelou uma perspectiva divergente por parte da maioria dos desembargadores. Estes afirmaram a ausência de evidências que atestem a difusão efetiva da marca Loungerie entre o público consumidor brasileiro, bem como a falta de adesão significativa devido às particularidades contidas em sua linha Embrace Lace. Nesse contexto, sustentaram a tese de que, apesar da notável semelhança, que por si só emerge da tendência intrínseca ao mercado de moda íntima, não se configuraram ações que caracterizassem concorrência desleal capaz de induzir confusão no público consumidor. Este posicionamento ressalta a complexidade da análise jurídica, questionando não apenas a similaridade visual, mas também a penetração efetiva e a influência no gosto do consumidor como critérios determinantes na avaliação de infrações ao trade dress, conforme ementa:

> Direito autoral. Alegação de reprodução indevida de linha de lingerie. Inaplicabilidade da Lei de Direitos Autorais à indústria da moda. Propriedade industrial. Desenho industrial não registrado e que se encontra no estado da técnica. Semelhança nos produtos que retrata tendência do segmento mercadológico. Tradedress. Alegação de violação do conjunto-imagem do design das autoras. Descabimento. Ausência de demonstração de que a Linha Embrace seria a vestimenta das marcas das acionantes e que, em tese, teria sido reproduzida pela ré. Improcedência decretada. Recurso da ré provido, prejudicado o das autoras. (BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível 1043901-02.2017.8.26.0100. Relator: Araldo Telles. São Paulo, SP, ano 2020. Data do Julgamento: 15/12/2020)

Nesse contexto, é relevante recordar o caso em andamento entre Victoria's Secrets e Monange. Nessa situação, a decisão foi no sentido de que, mesmo que os elementos utilizados (plumas, vestimentas, modelos e músicas) fossem comuns a todos, caracterizou-se uma violação ao trade dress da autora.

Portanto, pode-se compreender que, se naquele caso a reprodução das asas dos anjos e de todos os demais elementos configurou a cópia do trade dress, no caso da Loungerie também deveria ter sido considerada a infração, dado que as camisolas são quase, senão, idênticas. Em outras palavras, apesar de as rendas e bordados serem comuns devido à época, assim como as plumas, esse fato não impediu o reconhecimento da infração ao trade dress da Victoria's Secrets.

Contudo, é crucial recordar que a Loungerie ganhou uma proeminência ainda maior entre a população quando a peça copiada foi destacada em uma novela de grande sucesso na época, cativando o público brasileiro. Isso significa que a marca autora está efetivamente difundida entre os consumidores deste país, e a camisola representa um produto distintivo da marca. Dessa maneira, é possível inferir que a parte adversa, ao utilizar essa peça, estaria se beneficiando do esforço e da reputação conquistada pela marca autora.

A Loungerie apresentou recurso contra a sentença, que, posteriormente, foi indeferido pelo STJ. Alegou-se uma suposta violação dos artigos 7º, 8º, 18 e 29, I e VI da Lei de Direitos Autorais, bem como do artigo 2º, V, 86 e 195, III da Lei de Propriedade Industrial. A argumentação destacou que a enumeração contida no artigo 7º da Lei de Direitos Autorais não possui caráter taxativo, considerando inegável a proteção de direitos autorais para design, estampas de vestuário e afins.

Adicionalmente, ressaltou-se a decisão que afirmou a impossibilidade de excluir a proteção contra a concorrência desleal, mesmo diante da inaplicabilidade da lei de direitos autorais ou da ausência de registro de um desenho. O requerente sustentou o direito inerente de toda criação intelectual ser protegida contra o uso não autorizado do produto desenvolvido.

Na conclusão do processo, constatou-se que os requisitos essenciais para a alegação de violação do trade dress não foram satisfeitos. Isso se deve à necessidade de evidenciar a existência de confusão ou associação indevida entre os produtos, o uso prévio da imagem específica e sua diferenciação em relação aos produtos concorrentes. Nesse contexto, ratificou-se a inexistência de práticas de concorrência desleal, uma vez que os demandantes não haviam registrado o desenho industrial de seus produtos, incumbindo a eles a responsabilidade de comprovar o uso prévio no que tange ao caráter distintivo do conjunto de imagens.

> Assim, dado o contexto dos autos – em que as recorrentes deixaram de pleitear o registro de desenho industrial para seus produtos –, era ônus que lhes incumbia comprovar tanto a anterioridade do uso quanto a distintividade do conjunto-imagem, na medida em que, ausentes tais circunstâncias, não se pode falar que a utilização de elementos estéticos semelhantes, que se presume estarem em domínio público, configure concorrência desleal. (REsp n. 1.943.690/SP, relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 19/10/2021, DJe de 22/10/2021.)

Diante do exposto, observa-se que, de fato, o trade dress emerge como um componente essencial para a marca, uma vez que seus elementos distintivos são cruciais para diferenciá-la no mercado e conferir valor aos seus serviços/produtos. Contudo, é evidente que a ausência de legislação específica sobre o tema proporciona uma ampla gama de interpretações para o conceito do trade dress.

Nesse contexto, compreende-se que a concorrência desleal desempenha um papel crucial na caracterização da violação do trade dress. Quando as práticas comerciais comprometem o adequado funcionamento do mercado e geram confusão entre os consumidores, surge a identificação da concorrência desleal. O infrator se beneficia ao capitalizar sobre os elementos distintivos da marca alheia para atrair consumidores, aproveitando-se do sucesso conquistado por outrem. Ao fazer isso, o infrator obtém ganhos patrimoniais sem justificativa, à custa da marca original.

É importante ressaltar que, se o produto reproduzido for de qualidade inferior, isso pode comprometer a imagem do produto original, resultando em uma diminuição progressiva dos lucros para a marca original. A concorrência desleal, ao se valer da reputação alheia, não apenas prejudica a marca original em termos financeiros, mas também pode afetar negativamente a percepção do consumidor em relação à qualidade e autenticidade do produto original. Portanto, a proteção do trade dress torna-se crucial para preservar a integridade das marcas no mercado, assegurando que a concorrência ocorra de maneira justa e leal.

6 CONCLUSÃO

O entendimento do Fashion Law, conforme delineado por Henriques (2018), revela-se crucial para proteger as criações dos estilistas e empresas no cenário dinâmico da moda, integrando-se de maneira íntima com o direito empresarial e a propriedade intelectual. De acordo com o embasamento histórico, desde as leis suntuárias da Roma Antiga até os marcos como a Convenção de Paris em 1883, destaca a longa relação entre direito e moda, reforçada no contexto brasileiro pela proteção constitucional da propriedade intelectual e industrial (CF/88, art. 5º, incisos IX, XXVII e XXIX).

A moda, além de ser um ato de vestir, emerge como uma expressão cultural que molda costumes ao longo do tempo, apresentando raízes desde a necessidade de proteção contra os elementos até o desejo de demonstrar status (HENRIQUES, 2018). A Revolução Industrial nos séculos XVIII e XIX e as inovações do século XX, exemplificadas por Gabrielle Chanel, ilustram a transformação da moda em uma força econômica global. A relevância econômica desse setor impõe a necessidade de mecanismos legais robustos, sendo as leis de Propriedade Industrial e Direito Autoral identificadas como pilares fundamentais para a preservação das criações na indústria têxtil.

No âmbito da Propriedade Industrial, a Lei 9.279/96 desempenha um papel central, proporcionando proteção a invenções e modelos de utilidade por meio de patentes. Essas categorias de propriedade intelectual, conforme estabelecido na legislação, não apenas fomentam a inovação, mas também contribuem para o progresso tecnológico. No entanto, a análise revela a necessidade de uma abordagem mais abrangente para proteger aspectos estéticos e visuais, destacando o papel crucial do "trade dress" como um elemento distintivo.

O "trade dress," conforme delineado por Henriques (2018), abrange características visuais como tamanho, forma, combinações de cores e texturas, influenciando as decisões de compra na indústria da moda. A importância da marca como componente essencial do "trade dress" é evidenciada, especialmente quando contrastada com a lacuna legal existente no Brasil, propícia à contrafação e prejuízos às marcas originais.

Já em relação a concorrência desleal, existe uma ameaça à integridade do "trade dress" e à reputação das empresas. A legislação brasileira, em particular o artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial, estabelece sanções contra práticas desonestas que possam criar confusão entre produtos ou estabelecimentos. A busca pela compreensão da concorrência desleal revela a importância da livre concorrência equilibrada, fundamental para a ordem econômica constitucional brasileira.

O papel do Direito Autoral, regido pela Lei 9.610/98, surge como um elemento crucial na salvaguarda das obras na indústria da moda, onde criações são consideradas manifestações artísticas. O "teste de separabilidade" utilizado pelo Direito Norte Americano destaca a complexidade na definição do design, adicionando camadas de ambiguidade ao entendimento do design na indústria têxtil (SPROLES, 2009).

A interconexão entre moda e propriedade intelectual, centrada na análise jurídica do "trade dress" como ferramenta de proteção de design na indústria têxtil, oferece uma visão aprofundada das dinâmicas complexas que permeiam a relação entre criação artística, inovação e proteção legal. A presente pesquisa destaca potencialidades e limitações dessa interação no contexto jurídico, promovendo uma compreensão mais holística das questões enfrentadas pela indústria da moda, particularmente no segmento de luxo.

O histórico das Leis Suntuárias, que remontam à Roma Antiga, evidencia a longa tradição de regulamentação do consumo luxuoso para fortalecer hierarquias sociais (ENRIQUES, 2018). Ao longo dos séculos, o luxo evoluiu, tornando-se uma expressão cultural e social fundamental na moda contemporânea. O papel de Luís XIV na França do século XVII, com seu apreço por detalhes como os sapatos de salto vermelho, influenciou não apenas a moda de sua época, mas também deixou um legado que se reflete na marca Christian Louboutin atualmente (LOUBOUTIN, 2023).

A modernidade trouxe uma ampliação do conceito de luxo na moda, transcendendo roupas e acessórios para se tornar uma influência cultural que atribui identidade e estilo de vida (CASTILHO, 2008). No Brasil, o mercado de luxo enfrenta desafios e oportunidades, refletindo a busca contínua por superioridade social, mesmo em períodos de crise econômica. No entanto, a prática comum de contrafação nesse setor destaca a necessidade de estratégias legais eficazes para proteger as marcas de produtos de luxo da concorrência desleal (SILVA, 1998).

A proteção legal das criações na moda, enfatizada por Ferreira (2012), encontra respaldo na propriedade intelectual, notadamente na Lei nº 9.279/96 brasileira, que abrange patentes, desenhos industriais, marcas e repressão à concorrência desleal. A criação do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) solidificou a gestão desses direitos no Brasil, refletindo o compromisso do país em proteger a propriedade intelectual (CARDOSO, 2016).

O design, como destacado por Ferreira (2012), desempenha um papel crucial na comunicação da identidade visual da empresa, conferindo novas qualidades aos produtos para atrair atenção e criar afetividade. A propriedade industrial, incluindo patentes e desenhos industriais, emerge como uma salvaguarda vital contra a cópia ilegal, especialmente no contexto

do fenômeno da contrafação, que atingiu cifras alarmantes nos últimos anos (FERREIRA, 2012).

A análise do caso envolvendo a marca Hèrmes e a brasileira 284 destaca a importância de jurisprudência consistente em situações de violação de propriedade intelectual e direitos autorais na indústria da moda (CURY, 2013). A tênue linha entre inspiração e cópia ilegal, como apontado por Allen Schwartz, ressalta a complexidade na diferenciação entre peças autênticas e suas reproduções (WILSON, 2020).

A teoria da agregação e diferenciação, elaborada por C. Scott Hemphill e Jeannie Suk, oferece uma lente interessante para compreender como as pessoas buscam se inserir e se destacar socialmente por meio da moda. Essa teoria lança luz sobre a repercussão de peças inspiradas e a formação de tendências na moda contemporânea (HEMPHILL, 2009).

Este trabalho proporcionou uma análise aprofundada sobre a interseção entre moda e propriedade intelectual, com ênfase na proteção jurídica do "trade dress" como ferramenta crucial na preservação do design na indústria têxtil. A investigação percorreu o complexo terreno do Direito Autoral, destacando sua origem na Inglaterra em 1710 e sua aplicação na salvaguarda das obras artísticas, abrangendo tanto aspectos econômicos quanto morais do criador (FRANÇOLIN, 2019).

No cenário específico da indústria da moda, onde cada criação é uma manifestação artística, os desafios na interação entre moda e propriedade intelectual, especialmente no contexto do trade dress, tornam-se evidentes. O sistema de copyright, predominantemente adotado em países de common law, estabelece uma relação próxima entre o criador e sua obra, mas as limitações de proteção se tornam aparentes quando se considera a complexidade do comércio de moda (FRANÇOLIN, 2019).

A ausência de proteção específica do trade dress nas leis brasileiras intensifica esses desafios. A falta de requisitos formais para registro, em contraste com as marcas, contribui para a vulnerabilidade do trade dress, sujeito à subjetividade nas decisões judiciais. Este vácuo legal cria oportunidades para imitadores, tornando as decisões judiciais cruciais na resolução de conflitos nesta área (PAESANI, 2015).

A proteção legal do design na indústria têxtil é apresentada como uma tarefa complexa, exigindo uma análise jurídica meticulosa para estabelecer parâmetros claros. As opções de patente de invenção, modelo industrial ou proteção pelo Direito Autoral são apresentadas, cada uma aplicável em contextos específicos de criação técnica ou estética. A abordagem do direito concorrencial, protegendo o mercado e o consumidor, também é explorada como parte integrante da análise (WILSON, 2020).

Contudo, é crucial reconhecer as limitações do direito autoral em relação ao trade dress como um todo. A proteção fragmentada oferecida pode ser eficaz para elementos isolados, mas insuficiente para o conjunto. A restrita concessão de direitos autorais a pessoas jurídicas destaca a necessidade de abordagens específicas para proteger integralmente a identidade comercial (MELLO, 2005).

Na propriedade industrial, a distinção do trade dress como expressão da personalidade do negócio, serviço ou produto é crucial. A moda, entendida como um fenômeno social, demanda abordagens que vão além dos institutos tradicionais da propriedade industrial. Essa consideração é fundamental para a compreensão da complexidade e da necessidade de adaptação das estruturas legais às dinâmicas únicas da indústria da moda (ABUD, 2022).

Por fim, este estudo oferece uma visão abrangente das potencialidades e limitações das relações entre moda e propriedade intelectual, particularmente no que diz respeito ao trade dress na indústria têxtil. As contribuições aqui apresentadas fornecem uma base sólida para a compreensão dessas interações, destacando a necessidade de evolução contínua nas práticas legais para sustentar a inovação, a criatividade e a concorrência justa neste setor dinâmico.

REFERÊNCIAS

ABIT. **Perfil do Setor**. ABIT, 2022. Disponível em: <https://www.abit.org.br/noticias/industria-textile-de-confeccao-faturou-r-194-bilhoes-em-2021\>. Acesso em: 05 nov. 2023.

ALBERTACCI. Disponível em: <**https://albertacci.com.br/blog/trade-dress-o-que-e-trade-dress-e-aproveitamento-parasitario-proteja-sua-empresa-de-concorrentes**\>. Acesso em: 20 nov. 2023.

ANDRADE, C. C. O. ***Fashion Law: a tutela da propriedade intelectual e o confronto entre inspiração e contrafação.*** Recife, 2019. p. 16, 49.

ARMITAGE, J; ROBERTS, J. **Luxury new media: euphoria in unhappiness.** *Luxury, v. 1, n. 1*, p. 113-132, 2014.

BARBOSA, D. B. **Da proteção do trade dress com ou sem direitos exclusivos.** [S.l.: s.n.], 2009. p. 04-05. Disponível em: <https://pucrj.academia.edu/denisborgesbarbosa/Papers\>. Acesso em 12 out. 2023.

BARBOSA, Denis Borges. ***O fator semiológico na construção do signo marcário.*** Rio de Janeiro: UERJ, 2006. Tese (Doutorado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2006.

BOZINOSKI, Mónica. **Can't afford a Balenciaga.** ***Vogue****, [s.l.]*, 27 ago. 2018. Disponível em: <https://www.vogue.pt/moda-contrafacao\>. Acesso em: 08 out. 2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Apelação Cível no 1084725-08.2014.8.26.0100. Relator: Desembargador Fortes Barbosa. São Paulo, SP, 29 mar. 2012. Disponível em: < https://www.tjsp.jus.br/>. Acesso em: 20 de novembro de 2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível 1043901-02.2017.8.26.0100. Relator: Araldo Telles. São Paulo, SP, ano 2020. Data do Julgamento: 15/12/2020. Disponível em: < https://www.tjsp.jus.br/>. Acesso em: 20 de novembro de 2023

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 1.943.690/SP. Relatora: Ministra Nancy Andrighi. Terceira Turma. Julgado em 19 de outubro de 2021. Diário da Justiça Eletrônico, 22 de outubro de 2021. Disponível em: < https://www.tjsp.jus.br/>. Acesso em: 20 de novembro de 202

BRASIL. **[Constituição (1988)].** *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.* Brasília, DF: Presidência da República, [2022]. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.html\>. Acesso em: 10 nov. 2023.

BRASIL. **Lei n. 5.648**, de 11 de dezembro de 1970. Brasília, DF: Presidência da República, [2000]. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5648.htm\>. Acesso em: 04 out. 2023.

BRASIL. **Lei n. 9.279**, de 14 de maio de 1996. Brasília, DF: Presidência da República, [2022]. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm\>. Acesso em: 29 set. 2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Apelação nº 1043901-02.2017.8.26.0100. Apelantes: Wacoal America INC. e Outro. Recorrida e Hope do Nordeste LTDA. Apeladas: as mesmas. Sentença em Primeiro Grau. Disponível em: https://www.tjsp.jus.br/ Acesso em: 20 de novembro de 2023.

BURKE, Peter. ***A fabricação do rei: a construção da imagem pública de Luís XIV.*** Tradução: Maria Luisa X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.

CAMELIER DA SILVA, Alberto Luís. ***Concorrência desleal: atos de confusão***. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2013. 215p.

CAPITAL RESEARCH. ***Entenda o que é concorrência desleal e conheça alguns exemplos sobre o assunto. Capital Now***, 02 out. 2019. Disponível em: <https://capitalresearch.com.br/blog/concorrencia-desleal/\>. Acesso em: 04 out. 2023.

CARACIOLA, Carolina Boari. ***A Evolução do Mercado de Luxo: de Luís XIV à Contemporaneidade.*** In: SOARES, Renata Domingues Balbino Munhoz Soares. *Fashion Law. Direito da Moda.* São Paulo: Almedina, 2019.

CARDOSO, Gisele Ghanem. ***Direito da moda: uma análise dos produtos inspireds.*** Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016. p. 36.

CASTILHO, K; DE OLIVEIRA, A C. ***Corpo e moda.*** São Paulo: Estagio das Letras e Cores, 2008. p. 69-74.

COELHO, Fabio Ulhoa. ***Manual de Direito Comercial: direito de empresa.*** 25. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. p. 135.

CURY, Maria Fernanda; ROSINA, Mônica Steffen Guise (Org.). ***Fashion Law, Direito e Moda no Brasil***. São Paulo: Revista dos tribunais, 2018. p. 45-49.

CURY, Maria Fernanda; ROSINA, Mônica Steffen Guise (Org.). ***Fashion Law, Direito e Moda no Brasil***. São Paulo: Revista dos tribunais, 2018. p. 36-37.

CURY, Maria Fernanda; ROSINA, Mônica Steffen Guise. ***Fashion Law, Direito e Moda no Brasil.*** São Paulo: Revista dos tribunais, 2018. p. 156.

DANZIGER, Pamela. ***Let them eat cake: Marketing luxury to the masses-as well as the classes.*** dearborn trade publishing, 2004.

DIAS, Layse Rhayana Marcelino. ***Para Além do Conjunto-Imagem: A Proteção do Trade Dress no Ordenamento Jurídico Brasileiro.*** Monografia apresentada ao curso de graduação em Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. RN, 2019.

DION, Delphine; BORRAZ, Stéphane. **Managing status: How luxury brands shape class subjectivities in the service encounter.** ***Journal of Marketing,*** *v. 81, n. 5,* p. 67- 85, 2017.

Etiqueta Unica. ***Um Giro Pela Fascinate Historia Da Moda.*** Etiqueta Unica, 2018. Disponivel em <https://www.etiquetaunica.com.br/blog/um-giro-pela-historia-da-moda/\>. Acesso em: 15 out. 2023.

FERRAZZA, Laura. ***A história por trás do traje. Estado da Arte, São Paulo,*** 19 maio 2017. Disponível em: <https://estadodaarte.estadao.com.br/a-historia-por-tras-do-traje/\>. Acesso em: 05 nov. 2023.

FERREIRA, Micaela Costa. ***Design como indicador de inovação: estudo sobre as atividades de Design na economia portuguesa.*** 2012. 107 f. Dissertação (Mestrado em Economia Portuguesa e Integração Internacional) - Departamento de Economia, Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2012.

FRINGS, Gini Stephens. Moda: do conceito ao consumidor. Tradução: Mariana Belloli. Porto Alegre: Bookman, 2012. p. 6, 16, 241. Function, Art and Fashion: Do We Need the EU Design Law?, Queen Mary University of London School of Law. Legal Studies Research Paper Nº 88/2011, disponível em <http://ssrn.com/abstract=1945142\>.

HAVAIANAS. Chinelo Havaianas Brasil Logo. [S. l.], 2023. Disponível em: https://havaianas.com.br/p/chinelo%20havaianas%20brasil%20logo-4110850_1740i.html. Acesso em: 20 nov. 2023.

HEMPHILL, C. Scott; SUK, Jeannie. **The law, culture and economics of fashion**. 2009.

HENRIQUES, Daniela Oliveira. ***Fashion Law e a Propriedade Intelectual. O Trade Dress na Indústria da Moda.*** Lisboa, 2018. p. 19.

HILLIARD, David C.; WELCH, Joseph Nye; WIDMAIER, Uli. ***Trademarks and Unfair competition.*** Chicago: Lexisnexis, 2012, p.214. <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.html\>. Acesso em: 10 nov. 2023.

IRIS. ***A origem do termo design.*** IFD, 22 jul. 2004. Disponível em: <https://www.ifd.com.br/design/a-origemdo-termo-design/\>. Acesso em: 31 out. 2023.

JOTA. *Loungerie x Hope: a batalha judicial das lingeries.* Disponível em: <**https://www.jota.info/justica/loungerie-hope-tjsp-08022021>**. Acesso em: 20 de novembro de 2023.

JOFFILY, R. ***O Brasil tem estilo?*.** Rio de Janeiro: Senac Nacional, 1999. p.27. Apud.

LILIAN PACCE. Disponível em: < **https://www.lilianpacce.com.br/moda/monange-dream-fashion-tour-2011-desfile/**>. 2011. Acesso em: 20 nov. 2023.

LILIAN PACCE. Disponível em: <**https://www.lilianpacce.com.br/e-mais/tribo-masai-e-seu-direito-de-propriedade-intelectual-na-moda**\>. 2017. Acesso em: 20 nov. 2023.

LOUNGERIE. Camisola curta renda Embrace Lace Wacoal preto. 2023. Disponível em: <**https://www.loungerie.com.br/camisola-curta-renda-embrace-lace-wacoal-preto-35-05-0018-002/p>**. 2023. Acesso em: 20 nov. 2023.

MASIH ABUD, Tifany Abdul. ***O Fashion Law sob a Ótica da Propriedade Intelectual: O Design das Criações de Moda.*** Trabalho de conclusão de curso em Direito. Universidade Presbiteriana Mackenzie. SP, 2022. Disponível em: <file:///C:/Users/Windows%2010T/Downloads/TRABALHO%20chat%20gpt/CLIENTES/1-Cliente%20->. Acesso em 10 nov.2023.

MELLO, D F; LUGARINHO, M C P. ***O luxo democrático: um estudo sobre o equilíbrio entre ampla demanda e exclusividade.*** 2005. 80 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação em Publicidade e Propaganda) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

MIGALHAS, Disponível em: <**https://www.migalhas.com.br/quentes/316354/engov-ganha-acao-contra-posdrink-por-concorrencia-desleal**>. Acesso em 27 de nov. de 2023.

MINADA, Luciana Yumi Hiane. ***O instituto do trade dress no Brasil – a eficácia da repressão à concorrência desleal enquanto mecanismo da proteção. Revista Eletrônica do IBPI****, n. 09,* p. 86- 101, 2014. p. 100. Disponível em: <http://ibpibrasil.org/ojs/index.php/Revel/issue/view/27\>. Acesso em 10 de out. 2023.

MODELO INICIAL. Disponível em: <**lei-propriedade-industrial-4970.gif/plune.com.br**>. 2023. Acesso em: 20 de Nov de 2023.

NATANI, Rayssa. Fabricante das Havaianas quer sandálias 'Acrianas' fora do mercado. G1 Acre, Rio Branco, 22 jul. 2014. Disponível em: <**http://g1.globo.com/ac/acre/noticia/2014/07/fabricante-das-havaianas-quer-sandalias-acrianas-fora-do-mercado.html.>** Acesso em: 20 nov. 2023.

OKONKWO, Uche. ***Luxury fashion branding: trends, tactics, techniques.*** Springer, 2016.

OLAVO, Carlos. ***Direito industrial.*** Coimbra: Almedina, 2002. p. 66.

PAESANI, Liliana Minardi. ***Manual de Propriedade Intelectual: Direito do Autor, Direito da Propriedade Industrial e Direitos Intelectuais Sui Generis***. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015. p. 61.

PINHEIRO, D. ***COPIA + IMITA + PLAGIA = ROUPA NOVA***. Piaui, 2007. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/copiaimitaplagiaroupa-nova/\>. Acesso em: 17 nov. 2023.

PIVA, F. ***A Imitação Do Trade Dress: Concorrência Desleal.*** 2015. Fls.17. (Mestranda em Direito Comercial) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015.

PORTO, Disponível em**: https://www.porto.pt/pt/noticia/industria-da-moda-volta-a-vestir-se-do-adn-do-porto**. Acesso em 21 nov. 2023.

REDECKER, Ana Cláudia; MAGNANTI, Isabela. **O direito de propriedade intelectual e o trade dress na indústria da moda: um estudo do caso louboutin**. *Revista Jurídica Luso-Brasileira, n. 03,* 2022. Disponível em: <file:///C:/Users/Windows%2010T/Downloads/TRABALHO%20chat%20gpt/CLIENTES/1-Cliente%20>. Acesso em 10 nov. 2023.

RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Processo no 0121544-64.2011.8.19.0001, Juíza Maria da Penha Nobre Mauro. Rio de Janeiro, RJ, 29 mar. 2012. Disponível em: https://www4.tjrj.jus.br/ejud/ConsultaProcesso.aspx?N=201300500177. Acesso em: 29 out. 2023.

RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Apelação nº 0121544-64.2011.8.19.0001, Relator: Desembargador Pedro Raguenet. Rio de Janeiro, RJ, 12 nov. 2012. Disponível em: < http://www1.tjrj.jus.br >. Acesso em: 29 out. De 2023

CASTRO, Iryá. Após ação de Havaianas, sandálias 'Acrianas' mudam nome para Aquiri. G1 Acre, Rio Branco, 05 dez. 2014. Disponível em: <**https://g1.globo.com/ac/acre/noticia/2014/12/apos-acao-de-havaianas-sandalias-acrianas-mudam-nome-para-aquiri.html**.> Acesso em: 20 nov. 2023.

ROPER, Stuart et al. ***Constructing luxury brands: exploring the role of consumer discourse. European Journal of Marketing****, v. 47, n. 3/4,* p. 375-400, 2013.

MELLO, S. F.; LUGARINHO, M. C. P. **O luxo democrático: um estudo sobre o equilíbrio entre ampla demanda e exclusividade.** 2005. 80 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação em Publicidade e Propaganda) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

SANTOS, Manoel J. Pereira et al. **Direito autoral.** 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2020.

SILVA, Daniel Neves. **Joana d'Arc. Brasil Escola**. Disponível em: <https://brasilescola.uol.com.br/historia/joanadarc.htm\>. Acesso em: 25 nov. 2023.
SILVA, J. A. Curso de Direito Constitucional Positivo. 15. ed. São Paulo: Malheiros, 1998. p. 876.

SOARES, J. C. T. **Concorrência Desleal Vs. Trade Dress ou Conjunto-Imagem.** São Paulo: Edição Tinoco Soares, 2004. p. 213.

SOARES, J. C. T. **O emprego inadequado do termo trade dress. Portal Intelectual**, 2017. Disponível em: <https://portalintelectual.com.br/portal/o-emprego-inadequado-do-termo-trade-dress/\>. Acesso em: 19 out. 2023.

SPROLES, George B. Fashion theory: **A conceptual framework**. ACR North American Advances, 1974. Stanford Law Review, v. 61, p. 102-130, 2009. Disponível em: <http://www.law.harvard.edu/programs/olin_center/papers/pdf/Suk_627.pdf\>. Acesso em: 14 out. 2023.

STRUNCK, Gilberto. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores.** Rio de Janeiro: Rio Books, 2001, p. 56-57.

TREPTOW, D. **Inventando moda: planejamento de coleção.** Brusque: D. Treptow, 2005. Two Pesos, Inc. V. Taco Cabana, Inc., 505 U.S. 763, 764 (1992). FURI-PERRY, Ursula. The Little Book of Fashion Law. United States of America: American Bar.

VILELA, L. **No Brasil, mercado de luxo tem crescimento de 50% nas vendas.** Consumidor Moderno, 2021. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2021/08/02/mercado-luxo-crescimento-vendas/#:~:text=%C3%89%200%20que%20mostram%3A%20segmento,2021%2C%20em%20compara%C3%A7%C3%A3o%20com%202019\>. Acesso em: 17 nov. 2023.
WILSON, Eric. O.K., Knockoffs, This is War. The New York Times. [S.l.].

VOGUE. Yves Saint Laurent encerra batalha judicial com Christian Louboutin. Harper's Bazaar Brasil, São Paulo, 16 out. 2023. Disponível em: **https://harpersbazaar.uol.com.br/moda/yves-saint-laurent-encerra-batalha-judicial-com-christian-louboutin**/. Acesso em: 20. Nov. 2023

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION - WIPO. **O que é propriedade intelectual**?. [S.l.]: WIPO, 2020.

XAVIER, **Vinícius de Almeida. Possibilidades de proteção ao trade dress**. 2016.

YEOMAN, Ian; MCMAHON-BEATTIE, Una. **Luxury markets and premium pricing. Journal of Revenue and Pricing Management**, v. 4, n. 4, p. 319-328, 2006.

ZANOTTA, **Pedro et al. Desafios atuais da regulação econômica e concorrência.** São Paulo: Atlas, 2010. 358p.