

1 ° SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE *FASHION LAW*

ANAIS

Organizadora

Juliana Oliveira Domingues

1 ° SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE *FASHION LAW*

ANAIS

Ribeirão Preto
FDRP-USP
2018

ORGANIZADORA

Juliana Oliveira Domingues (FDRP-USP)

COMITÊ CIENTÍFICO

Professora Doutora Cristina Godoy Bernardo de Oliveira (FDRP/USP)

Professor Doutor Gabriel Lochagin (FDRP/USP)

Professora Doutora Juliana Oliveira Domingues (FDRP/USP)

Professora Doutora Regina Cirino Alves Ferreira de Souza (FASM)

Professora Doutora Renata Domingues Balbino Munhoz Soares (Mackenzie)

Professor Doutor Rogério Alexandre de Oliveira Castro (FDRP/USP)

Professor Mestre Gustavo Marin

Mestrando Aluísio de Freitas Miele (FDRP/USP)

Mestrando Breno Fraga Miranda e Silva (FDRP/USP)

APOIO

Departamento de Direito Público FDRP/USP

OAB/SP Comissão de Direito da Moda

More Brands and Fashion

Mansur Murad Advogados

L. O. Baptista

Sampaio Ferraz Advogados

NEDIRP

INPI

EDITORAÇÃO

Juliana Oliveira Domingues

Aluísio de Freitas Miele

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PULICAÇÃO (CIP)

S612a Simpósio Internacional de Fashion Law (1 : 2018: Ribeirão Preto, SP)

Anais [recurso eletrônico] / I Simpósio Internacional de Fashion Law da Faculdade de Direito de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo / Organizado por Juliana Oliveira Domingues - - Ribeirão Preto: FDRP-USP, 2018.

ISBN: 978-85-62593-28-4

82 p.

1. Fashion law. 2. Propriedade Intelectual. 3. Dumping social. 4. Sustentabilidade. 5. Indicação geográfica. I. Título.

Elaborada pela Biblioteca da Faculdade de Direito de Ribeirão Preto da
Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

A PROTEÇÃO LEGAL AOS DESIGNS DE MODA NO DIREITO BRASILEIRO 6

Lara Costa Andrade

DUMPING SOCIAL E TRABALHO ANÁLOGO AO ESCRAVO NA INDÚSTRIA DE VESTUÁRIO: UMA ANÁLISE À LUZ DO DIREITO CONCORRENCIAL 13

Fernanda Lopes Martins

Gabriel Loretto Lochagin

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E PATRIMÔNIO CULTURAL: ANÁLISE DAS POSSIBILIDADES DE PROTEÇÃO DA RENDA RENASCENÇA DE POÇÃO E PESQUEIRA (PE) 20

Deborah Portilho

Júlia Arrais Fortaleza de Lima e Sá

Marcela Beatriz de Oliveira

A BUSCA PELA MODA MAIS SUSTENTÁVEL: A EFETIVIDADE DA GOVERNANÇA E DOS PADRÕES PRIVADOS 26

Patricia Silva Zanella

Ananda Pórpura Fernandes

A BAIXA TUTELA JURÍDICA DA MODA: DO EQUILÍBRIO BENÉFICO À ADVERSIDADE 35

Angélica Rosa Fakhouri

Pietra Marques Moreira

FASHION LAW E AS CRIAÇÕES AUTORAIS DOS DESIGNS DE MODA: COMO PROTEGER DA PRÁTICA DO PLÁGIO SOB A ÓTICA DO DIREITO BRASILEIRO.. 46

Daniela Cristina Favaretto Toledo

O PREÇO DA EXCLUSIVIDADE: QUANDO A MODA ULTRAPASSA OS LIMITES SOCIOAMBIENTAIS 533

Felipe Augustos dos Santos

Gabriele Cristina David

FASHION LAW: A RELEVÂNCIA DA PROTEÇÃO JURÍDICA DAS CRIAÇÕES DA MODA FRENTE AO PARADOXO DA PIRATARIA 600

Ana Paula Pita

Liliane Vieira Martins Leal

O REGIME DE ESCALAS NO FASHION LAW E AS NOVAS REGRAS TRABALHISTAS 777

Aline Cristina Galvão Leandro

A PROTEÇÃO LEGAL AOS DESIGNS DE MODA NO DIREITO BRASILEIRO

Lara Costa Andrade*

Resumo: A moda caracteriza-se por ser um importante setor presente no Brasil, fazendo necessária a existência de amparo jurídico para elucidar os conflitos e proteger os designs de moda. Assim, o direito, pela sua dinamicidade em acompanhar as mudanças sociais, atrelou-se à moda, fazendo surgir o Fashion Law, importante ramo mercadológico que cresce em esfera global. Todavia, o Brasil ainda não possui uma lei própria para legislar sobre o Fashion Law, o que ocasionou a busca por dispositivos que versassem, de forma análoga, sobre questões da moda, como a Lei de Propriedade Industrial e da Lei de Direitos Autorais, essencialmente.

Palavras-chave: Fashion Law. Propriedade industrial. Direitos autorais. Moda.

1 INTRODUÇÃO

A acessibilidade tem se tornado uma expressiva característica da moda nos últimos tempos, comprovando que seu espectro vai muito além das roupas apresentadas nas passarelas. Ademais, é evidente que a moda atua como importante elemento na individualidade das pessoas, de modo que possam expressar-se no mundo externo. Ressalta-se, nesse sentido, que a “moda é percebida como linguagem e seus produtos como signos ou símbolos, que comunicam diversos conteúdos, especialmente os relacionados com aspectos sociológicos e histórico-culturais” (SOUSA; GOMEZ; CAMPOS, 2013, p. 35).

Além do aspecto cultural da moda, esta engloba várias outras modalidades, possuindo também efeitos na esfera econômica e jurídica. Neste caso, a moda, como qualquer outro setor, demanda amparo jurídico necessário para que possa ter a segurança jurídica para desenvolver-se e proteger-se de eventuais vicissitudes.

Nesse sentido, o Fashion Law nasce visando atingir essa finalidade de amparo, fenômeno expoente no mundo todo, não somente nos “países da moda”, consolidando um sistema jurídico voltando especialmente para os temas relacionados à área, esta que expande-se cada dia mais.

* Discente do curso de direito da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP - Franca; laracostandrade@gmail.com

O Fashion Law também se mostra presente no Brasil, acentuando-se progressivamente. No entanto, o país ainda não tem previsão em seu ordenamento jurídico sobre o assunto, sendo necessário valer-se da aplicação de outras leis do país, para que assim haja a devida proteção legal aos designs de moda no Brasil.

2 FASHION LAW E PROTEÇÃO AOS DESIGNS DE MODA

A moda caracteriza-se por ser uma extensa área, na qual, raramente, abala-se pela crise, além de representar grande expoente na indústria do Brasil. Sejam pelos seus aspectos criativos, inovadores e expressivos, a moda abrange um mundo além das peças de vestuários que as pessoas vestem no dia a dia. Trata-se de uma cadeia milimetricamente pensada, que percorre desde o desenho de moda, ou seja, um croqui, até a confecção de tal criação.

Observa-se, portanto, a existência de inúmeros profissionais que trabalham para criar e produzir um tipo de produto para uma determinada clientela. Desse modo, torna-se essencial uma proteção legal aos designs de moda dentro do ordenamento jurídico brasileiro.

Nesse sentido, o Fashion Law surge como um ramo mercadológico capaz de abranger e elucidar as questões e as demandas existentes na indústria da moda e que não são sanadas pelo direito comum. É importante ressaltar que a moda se torna íntima ao mundo do direito, relacionando-se com o direito empresarial e direito penal, por exemplo, que neste último caso, visa a suprimir os casos de pirataria e falsificação (PLÁCIDO, 2015).

Assim sendo, verifica-se um grande crescimento do Fashion Law, o qual justamente visa reivindicar todo esse aparato jurídico, em que deve ser observada a propriedade intelectual de modo a proteger os designers e, conseqüentemente, proteger as marcas de eventuais falsificações, tendo em vista que a falsificação é um dos fatores que mais geram prejuízos no mercado fashion (PLÁCIDO, 2015).

Ademais, é evidente que área de abrangência do Fashion Law expande-se de acordo com a dinamicidade das demandas, necessitando de uma interdisciplinaridade de áreas do direito, como o direito civil, direito do trabalho, direito constitucional, dentro outros. Inclusive, verificou-se demanda pela criação de um “Criminal Fashion Law”, o qual englobaria tanto a Lei nº 9.279/96 (Lei de Propriedade Industrial), a Lei nº 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais), como o Código Penal brasileiro (IBAIXE JR; SABÓIA, 2014).

3 REFLEXOS DO DIREITO DA MODA NAS LEIS BRASILEIRAS

Como mencionado anteriormente, o Brasil não possui ainda uma lei específica que discorre acerca do direito da moda no país. Desse modo, diante das lacunas para abordar as questões atuais de Fashion Law e para garantir a proteção jurídica as demandas no âmbito da moda, faz-se necessária a aplicação análoga das leis do ordenamento jurídico do país.

A problemática dentro do Fashion Law aborda, fundamentalmente, a proteção para com os produtos frutos de réplica do produto original e a proteção para que não haja cópia futura do original (CABRERA, SILVA, 2011, pp. 31-32). Tal embate faz com que busque-se formas de solucionar a problemática.

Diante dos conflitos entre empresas de moda, é necessário analisar as especificidades das demandas, considerando que, neste caso, já há o aspecto do valor econômico da criação do produto que deve ser ponderado, além da análise de outros aspectos, como a originalidade, por exemplo (CABRERA, SILVA, 2011, p. 26).

Nesse perspectiva, destaca-se a atuação da Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/96) e a Lei de Direitos Autorais (Lei n. 9.610/98) e de dispositivos presentes na Constituição Federal de 1988 (mais especificamente no art. 5º, incisos XXVII, XXVIII e XXIX), questões que serão detalhadamente expostas a seguir.

3.1 Lei de Propriedade Industrial

A Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996 trata das questões pertinentes a propriedade industrial, ademais, esta caracteriza-se por ser um sub-ramo do direito, havendo relação com a propriedade intelectual (MEDEIROS, 2015). Notadamente, tal Lei visa garantir o uso da propriedade industrial com exclusividade. Ademais, permite-se “ao inventor produzir a invenção sozinho, garantindo alta produtividade, ou licenciar o uso, permitindo que outras empresas o produzam” (SERPA, 2013).

Dessa forma, a referida Lei atua na proteção da marca, do modelo de utilidade, do desenho industrial e da invenção. Nesse aspecto, pode-se adentrar assuntos convenientes ao Fashion Law, em que sua proteção pode ser aferida através do registro ou da patente. Essencialmente, tanto o registro, como a patente constituem formas de proteção para bens móveis, devendo ser registrados perante o INPI.

Ressalta-se, portanto, que a proteção ao designer e, conseqüentemente, ao seu design pode ser realizada por tais formas. Diante deste panorama, a Lei de Propriedade Industrial

vai proteger o designer daquele que não participou do processo de criação e que faz uso desse design, seja por cópia ou seja pela reprodução para fins comerciais, sem a devida autorização do proprietário intelectual (PLÁCIDO, 2015). Ademais, havendo essa utilização sem autorização e se o produto for patenteado, resta indenização ao criador do design (PLÁCIDO, 2015).

3.1.1 Registro

O registro pode ser definido como “o título que formaliza a proteção do desenho industrial e da marca” (SERPA, 2013). Portanto, além de versar sobre essas duas temáticas, o registro é ato constitutivo de direito, sendo necessário ser praticado perante o INPI (MEDEIROS, 2015).

O art. 2º, II e III da Lei n. 9.279/96 aborda a concessão de registro para o desenho industrial e para a marca de modo a garantir a proteção pela propriedade industrial (BRASIL, 1996).

3.1.2 Patentes

A patente está prevista no art. 2º, I da Lei n. 9.279/96, podendo ser concedida para as formas de invenção ou de modelo de utilidade (BRASIL, 1996).

Por essa forma de proteção, “os designers de moda podem patentear os seus croquis, onde estão contidos o esboço com características de suas peças, assim como os modelos de utilidade que forem criados” (PLÁCIDO, 2015).

Aponta-se também, que torna-se primordial o propósito de criar um design de moda para a comercialização, para que assim possa ser registrado, já que, não são alvos de patente os produtos essencialmente artísticos (PLÁCIDO, 2015). Nesse ponto, observa-se tal vedação no art. 10, IV da Lei n. 9.279/96.

Esse apontamento torna evidente a dificuldade na proteção dos designs de moda, visto que, os designs de moda adentram-se no aparato estético e artístico (OLIVEIRA, p. 20, 2017).

3.2 Lei dos Direitos Autorais

O direito autoral não prevê qualquer registro do design para que seja realizada a proteção, já que basta a criação do design em si, contudo, visa a proteção de produtos de caráter estético. Nesse sentido, o direito autoral abrange as criações de estampas que constam nos tecidos das roupas, que são o design em si (MEDEIROS, 2015).

Destarte, no âmbito da moda, o direito autoral pode efetuar amparo jurídico quando houver a relação entre a utilidade do produto e seu conseqüente aspecto artístico, devendo também ser evidente, ainda que de forma mínima, o prisma da originalidade, sendo este o entendimento mais aceito na doutrina do país (OLIVEIRA, 2017, p. 35).

Outro ponto de destaque no direito autoral é quanto as peças da “alta costura”, as quais não configuram o quesito da comercialização, pois acabam se caracterizando por serem uma obra de arte geralmente (MEDEIROS, 2015).

Verifica-se também a existência de sanções penais e civis para aquele que exerça fraude diante da criação de design. Todavia, faculta-se ao autor o registro formal de seu produto, conforme dispõe a Lei dos Direitos Autorais, devendo existir, pelo menos, a existência dessa criação em algum meio, como o desenho em um papel, por exemplo (OLIVEIRA, 2017, p. 30).

Ademais, a proteção jurídica pode ser almejada no Poder Judiciário com a propositura da ação de indenização por danos morais, como forma do autor do design ser amparado pela violação de sua criação (MEDEIROS, 2015).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo buscou discorrer acerca da proteção dada aos designs de moda no Brasil, buscando evidenciar o aparato jurídico existente para tratar dos temas de Fashion Law, fenômenos expoente no mundo todo, sobretudo, no Brasil.

Ressaltou-se que, em alguns casos, os designs irão ser ora protegidos pela Lei de Direitos Autorais, ora protegidos pela Lei de Propriedade Industrial, tendo em vista que não existe uma legislação que trata sobre o Fashion Law de forma específica.

Ademais, constatou-se que diante da lacuna existente no direito brasileiro para versar acerca do mercado de moda, utiliza-se muito da Lei de Propriedade Industrial para atuar nesta área, mesmo este dispositivo não abordando a criação de moda em si (PLÁCIDO,

2015). Por conseguinte, para haver proteção na forma de patente, deve-se constatar a essencialidade da existência o propósito de comercialização na criação do design

Não obstante, a proteção aos designs é também vista nas sanções civis e penais diante da fraude na criação desse design, contudo, embora não seja obrigatório o registro formal do produto em si, é essencial sua existência em algum meio.

Nesse sentido, diante de todas as leituras e da elaboração deste trabalho permitiu-se extrair um diverso conhecimento sobre a temática do Fashion Law. Inicialmente, o Fashion Law preza por um intercâmbio de áreas dentro do direito para que seja possível tutelar suas demandas. Além disso, surge a necessidade de oferecer toda a proteção ao designer, ou seja, ao criador de moda, que representa uma marca, contra qualquer uso indevido e não autorizado de sua criação. Como já ressaltado acima, é feita a aplicação análoga de dispositivos no ordenamento jurídico brasileiro para que seja realizada a proteção tão urgente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Lei Nº 9.279, DE 14 DE MAIO DE 1996.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm>. Acesso em: 13 ago. 2018.

CABRERA, Rafaela Ferreira; SILVA, Caíque Tomaz Leite da. **Fashion Law – o direito de propriedade intelectual e a indústria da moda.** Revista Jurídica Estácio/UniSEB/ Centro Universitário Estácio/UniSEB. Ano 1. n.1 (Nov. 2011). UNICOC: Ribeirão Preto, 2011.

IBAIXE JR., João; SABÓIA, Valquíria. **Criminal Fashion Law.** Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI205422,51045-Criminal+Fashion+Law>>. Acesso em: 13 ago. 2018.

MEDEIROS, Maria Clara de Miranda. As novas possibilidades jurídicas decorrentes da relação entre propriedade intelectual e direito de moda. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 20, n. 4353, 2015. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/39668>>. Acesso em: 9 ago. 2018.

OLIVEIRA, Cíntia Bell de. **Fashion Law e Propriedade Intelectual: uma análise dos métodos de proteção de ativos oriundos da indústria da moda.** Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2017. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/174630>>. Acesso em: 13 ago. 2018.

PLÁCIDO, Lucila de Castro. Fashion Law: a relevância jurídica da moda. In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XVIII, n. 134, mar. 2015. Disponível em: <http://ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=15833>. Acesso em 13 ago. 2018.

SERPA, Flávia de Araújo. **Notas introdutórias sobre a propriedade industrial**. Revista Jus Navigandi, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 18, n. 3536, 7 mar. 2013. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/23908/notas-introdutorias-sobre-a-propriedade-industrial>>. Acesso em: 12 ago. 2018.

SOUSA, Richard Perassi Luiz de; GOMEZ, Luiz Salomão Ribas; CAMPOS, Amanda Queiroz. **O sistema cultural da moda**. Alceu. v. 14, n. 27. p. 33-47. Jul./dez.2013. Disponível em: <<http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/3alceu27.pdf>>. Acesso em: 13 ago. 2018.

DUMPING SOCIAL E TRABALHO ANÁLOGO AO ESCRAVO NA INDÚSTRIA DE VESTUÁRIO: UMA ANÁLISE À LUZ DO DIREITO CONCORRENCIAL

Fernanda Lopes Martins*

Gabriel Loretto Lochagin**

Resumo: Para atender ao modelo de produção *fast fashion*, as grandes empresas de vestuário, comumente, se valem de infrações à legislação e aos direitos fundamentais dos trabalhadores, auferindo vantagens competitivas e esquivando-se dos custos trabalhistas. É possível, então, que tais condutas ofendam os princípios basilares da ordem econômica e do Direito Antitruste. Buscando encontrar um caminho para a repressão e o desestímulo destas práticas, o *dumping* social e o trabalho análogo ao escravo podem enquadrar-se como infração à ordem econômica, segundo artigo 36, inciso I da Lei 12.529/11. Assim, o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência atua como importante instrumento de intimidação das empresas infratoras.

Palavras-chave: Direito da Concorrência. Ordem Econômica. Trabalho Escravo Contemporâneo. Dumping social. Indústria de Vestuário.

1 OBJETIVOS

O presente trabalho se presta a pesquisar a respeito do *dumping* social e da utilização de mão de obra em condições análogas à escrava na indústria de vestuário nacional e sua possível configuração como infração à ordem econômica, à luz da Lei n. 12.529 de 30 de novembro de 2011.

O *dumping* social perpetrado pelas empresas do setor de vestuário, bem como a utilização de trabalho em condições análogas à de escravo traz, certamente, vantagens econômicas às grandes empresas, as quais, fragmentando diversas etapas da sua cadeia de produção, buscam aumentar sua produtividade e esquivar-se dos custos trabalhistas, o que refletirá nos preços finais das peças e no ganho de competitividade no mercado da moda.

* Bacharel em Direito pela Faculdade de Direito de Ribeirão Preto (FDRP – USP). Advogada. E-mail: fernanda.lopesm2@gmail.com.

** Professor Doutor da Faculdade de Direito de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, na área de Direito Econômico e Financeiro. Doutor (2016) e Mestre (2012) em Direito Econômico-Financeiro pela Universidade de São Paulo. Pesquisador visitante da Humboldt Universität, em Berlim, Alemanha, de 2014 a 2015. Atuação acadêmica em linhas de pesquisa que relacionam Direito e Finanças Públicas, em especial orçamento público e dívida pública. Bacharel em Direito pela Universidade de São Paulo (2009). Advogado. E-mail: gabriellochagin@gmail.com. Atuou como orientador do trabalho.

As grandes marcas desejam expandir sua eficiência para atender ao modelo veloz de produção do setor de vestuário – o *fast fashion* – visando a celeridade a baixíssimos custos, mediante a restrição dos direitos individuais trabalhistas e humanos da sua mão de obra.

A despeito da existência de um arcabouço normativo nas diferentes ceiras do direito, o qual busca regular as relações de trabalho e repelir as violações à dignidade humana, o presente trabalho examinará o impacto das mencionadas infrações cometidas pelas empresas no âmbito do Direito Antitruste.

O que se busca é levantar a possibilidade de recorrer ao Direito da Concorrência e subsumir tais comportamentos das indústrias de vestuário às infrações estabelecidas pela Lei n. 12.529/2011 (Lei Antitruste), especialmente ao artigo 36, inciso I, que é indubitavelmente amplo ao descrever a caracterização da infração à ordem econômica. Estas empresas acabam por ferir os princípios fundamentais do direito da concorrência em troca da supressão de garantias fundamentais dos trabalhadores, auferindo vantagens econômicas evidentemente ilícitas frente a concorrência do setor.

Almeja-se encontrar um outro caminho para a repressão das condutas empresariais descritas; um caminho que ultrapasse o campo penal e cível-trabalhista e alcance o âmbito da concorrência, estabelecendo assim, uma conexão imprescindível entre as duas temáticas – as infrações trabalhistas e as infrações à ordem econômica.

2 MÉTODO

A presente pesquisa inicia-se com um levantamento bibliográfico sobre as duas temáticas em evidência: o Direito da Concorrência e as violações às normas trabalhistas. Apesar de ainda não existir bibliografia extensa sobre a pretensa conexão de temas deste trabalho, foi possível encontrar artigos acadêmicos e algumas obras que fizeram a intersecção entre as duas matérias.

A primeira etapa, portanto, consistiu em traçar, a partir da leitura da bibliografia, os principais pontos a respeito da atual precarização das relações trabalhistas e da terceirização, favorecendo a exploração do trabalhador e, conseqüentemente, tornando-o mais vulnerável à ocorrência do descumprimento da lei trabalhista e do trabalho em condições análogas à de escravo.

Em um segundo momento, foram estudados os princípios da Ordem Econômica e do Direito Antitruste. Serão avaliadas as disposições constitucionais da Ordem Econômica, bem

como os artigos da Lei n. 12.529/2011 que são referentes, especialmente, à livre iniciativa e à livre concorrência. Foi feita também uma análise aprofundada dos artigos da lei acima mencionada, que dizem respeito às infrações à ordem econômica, especialmente seus elementos e conceitos de ampla interpretação.

A partir disso, foi estabelecida a correlação entre os temas explorados: as transgressões às normas trabalhistas cometidas pelas empresas e as infrações à ordem econômica, dispostas na Lei Antitruste. Aqui é a fase de análise crítica, em que serão aproximados os temas expostos. Foi analisada, então, a possibilidade de se enquadrar o *dumping* social e o trabalho escravo contemporâneo às infrações à livre concorrência, segundo artigo 36 da Lei Antitruste, abrindo-se margem para punições administrativas às empresas, sem prejuízo, evidentemente, das sanções trabalhistas e penais pela exploração dos trabalhadores.

3 RESULTADOS

Após a realização da revisão literária e a redação dos capítulos 1, 2 e 3, vislumbrou-se a necessidade de atuação do Direito da Concorrência nos casos em que as infrações aos direitos trabalhistas e fundamentais demonstram indícios de violações grosseiras aos ditames constitucionais da ordem econômica, conforme preceitua o artigo 36, inciso I da Lei Antitruste.

Não se mostra adequado o indeferimento de plano do exame destes casos (de *dumping* social e trabalho análogo ao de escravo) pelo Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC), na medida em que presente potencial prejuízo à concorrência e, portanto, potencial caracterização da conduta como infração à ordem econômica.

Assim, foi possível encontrar no Direito Antitruste um poderoso instrumento para o enfraquecimento das práticas do *dumping* social e da utilização de mão de obra escrava contemporânea pelas empresas do *fast fashion*, uma vez que, a despeito das reprimendas em outras áreas do direito, estas teriam que arcar com mais uma vultuosa indenização.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A tutela constitucional do trabalho está representada, tanto no “valor social do trabalho”, quanto na “valorização do trabalho humano”. Ambos preceitos permitem a concretização da dignidade da pessoa humana, que se desdobra no direito ao trabalho digno.

No artigo 170 da Carta Constitucional, a valorização do trabalho humano é inserida junto dos demais fundamentos da ordem econômica, dos quais destacou-se na presente pesquisa, a livre-iniciativa, a função social da propriedade, a livre concorrência e a defesa do consumidor, que coadunam com os princípios regentes da Lei de Defesa da Concorrência.

O presente trabalho se prestou, então, a investigar o *dumping* social e a utilização de mão de obra em condições análogas à escravidão na produção da indústria de vestuário nacional que utiliza do modelo de produção *fast fashion*, tendo em conta a crescente precarização da mão de obra no setor, resultado de um mercado ávido pela otimização da produtividade à baixo custo.

As vantagens econômicas colhidas pelas empresas, que se valem das infrações às garantias trabalhistas e aos direitos fundamentais dos trabalhadores, perpassam a cadeia produtiva e alcançam a grande varejista do setor, mas não são auferidas pelas empresas intermediárias de menor porte. Mas, o maior prejuízo, claro, é para o trabalhador, que perde seus direitos trabalhistas e fica suscetível a ver desrespeitadas a sua dignidade e suas liberdades, e a trabalhar em condições análogas a de escravo.

Não é incomum no Brasil, os flagrantes de trabalhadores em precários e insalubres ambientes de trabalho na cadeia produtiva desse setor. Por essa razão, a disciplina do ilícito pelo Código Penal é indispensável para a devida punição nesta esfera do direito. Também é fundamental que a reprimenda à empresa contratante venha da Justiça do Trabalho, estabelecendo a pertinente sanção cível-trabalhista.

Mas o fato é que, estas condutas perpetradas pelas empresas representam um potencial dano à concorrência, na medida em que desrespeitam os princípios basilares da ordem econômica brasileira presentes no artigo 170 da Constituição Federal.

Nessa perspectiva, a infração à legislação trabalhista e aos direitos fundamentais dos trabalhadores pode ser matéria que compete à análise do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC), mais precisamente ao CADE.

Presentes os indícios de violação aos princípios da valorização do trabalho, da livre concorrência, da livre-iniciativa, da função social da empresa e da defesa do consumidor, não é apropriado ao SBDC recusar, de pronto, o exame da conduta, já que havendo potencial dano à concorrência, poderá a prática ser caracterizada como infração à ordem econômica. Desse modo, o Direito da Concorrência atuaria como um importante e considerável desestímulo dessas práticas pelas grandes empresas do setor de vestuário.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARACHO, Hertha Urquiza; CECATO, Maria Aurea Baroni. Da função social da empresa à responsabilidade social: reflexos na comunidade e no meio ambiente. **Direito e desenvolvimento**. João Pessoa, v. 7, n. 12. 2016.

BIJOS, Leila; AGUIAR, Júlio Cesar de; SOUSA, José Heraldo de. Dumping Social trabalhista interno e o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC). **Revista PGM – Procuradoria Geral do Município de Fortaleza**, v. 25, n. 1, jun. 2017. Disponível em: <<http://revista.pgm.fortaleza.ce.gov.br/index.php/revista1/article/view/8>>. Acesso em: 26 ago. 2018.

BORGES, Paulo César (org). **Formas contemporâneas de trabalho escravo**. São Paulo, Cultura acadêmica, 2015.

BRASIL. **Código Penal**. Decreto-Lei n 2.848 de 7 de dezembro de 1940. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848.htm> Acesso em: 02 fev. 2018.

_____. Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011. **Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; altera a Lei nº 8.137, de 27 de dezembro de 1990, o Decreto-Lei nº 3.689, de 3 de outubro de 1941 - Código de Processo Penal, e a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985; revoga dispositivos da Lei nº 8.884, de 11 de junho de 1994, e a Lei nº 9.781, de 19 de janeiro de 1999; e dá outras providências**. Brasília, DF, nov. 2011. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/Lei/L12529.htm>. Acesso em: 25 jan. 2018.

CAMPOS, André; HUIJSTEE Mariëtte van; THEUWS Martje. Da responsabilidade moral à responsabilidade jurídica? As condições de escravidão moderna na cadeia global de suprimentos da indústria do vestuário e a necessidade de fortalecer os marcos regulatórios: o caso da Inditex-Zara no Brasil. **Stichting Onderzoek (SOMO) e Repórter Brasil Organização de Comunicação e Projetos Sociais**. Maio 2015. Disponível em: <<http://reporterbrasil.org.br/wp-content/uploads/2015/05/Reporter-Brasil-web-P.pdf>>. Acesso em: 05 abr. 2018.

CARISTINA, Jean Eduardo Aguiar; SAYEG, Ricardo Hasson. Dumping social: infração da ordem econômica humanista. **Lex Humana**, v. 6, n 1, jul. 2014. Disponível em: <<http://seer.ucp.br/seer/index.php/LexHumana/article/view/511> >. Acesso em: 02 mai. 2017.

CARPEGIANI, Marília Nascimento Minicucci. **O trabalho análogo ao de escravo e o dumping social na indústria da moda: uma análise à luz dos acontecimentos no estado de São Paulo**. São Paulo, 2016.

CARVALHO, Felipe Ferreira Pires de. **A terceirização na indústria têxtil e o trabalho em condições análogas às de escravo: um estudo sobre o caso Zara (Inditex)**. Brasília, 2015.

COELHO, Fábio Ulhoa (coord.). **Tratado de Direito Comercial, volume 6: estabelecimento empresarial, propriedade industrial e direito da concorrência**. São Paulo: Saraiva, 2015.

FERNANDEZ, Leandro. **Dumping Social**. São Paulo: Saraiva, 2014.

FERREIRA, Vanessa Rocha; RODRIGUES, Leonardo Nascimento. Dumping social trabalhista: a concorrência desleal e a violação aos direitos dos trabalhadores. **Cadernos de direito**, v. 14(27), jul-dez. 2014. ISSN Eletrônico: 2238-1228. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-unimep/index.php/cd/article/view/2201>>. Acesso em: 02 mai. 2017.

FORGIONI, Paula A. **Os fundamentos do antitruste**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010

GABAN, Eduardo Molan; DOMINGUES, Juliana Oliveira. **Direito Antitruste**. 4. ed. São Paulo, Saraiva, 2016

GOMES, Marcel (Organizador). **Fast-fashion e os direitos do trabalhador**. São Paulo: Repórter Brasil, jul. 2016.

GOLDENSTEIN, A.I. B.A; DUTRA, L.Z. Impactos do dumping social na ordem econômica e ao valor social do trabalho. ANIMA: **Revista Eletrônica do Curso de Direito das Faculdades OPET**. Curitiba. Ano VIII, n. 15, jul/dez 2016. ISSN 2175-7119.

GONZALEZ, Roberto; GALIZA, Marcelo; AMORIM, Brunu; VAZ, Fábio; PARREIRAS, Luiz. Regulação das relações de trabalho no Brasil: o marco constitucional e a dinâmica pós-constituente. **Políticas sociais: Acompanhamento e Análise**, v. 2, n. 17, 2009.

HASHIZUME, Maurício. **Tragédia em Bangladesh simboliza despotismo do lucro**. Maio 2013. Disponível em: <<http://reporterbrasil.org.br/2013/05/tragedia-em-bangladesh-simboliza-despotismo-do-lucro/>>. Acesso em: 02 jul. 2018.

HUIJSTEE Mariëtte van; THEUWS Martje; PAULI, Tessel; Pauline Overeem & Jos van Seters. **Fatal Fashion**. Analysis of recente factory fires in Pakistan and Bangladesh: A call to protect and respect garment workers' lives. Amsterdã: Somo, march, 2013. Disponível em: <<https://cleanclothes.org/resources/publications/fatal-fashion.pdf>>. Acesso em: 15 jun. 2018.

MARRARA, Thiago. **Sistema brasileiro de defesa da concorrência: organização, processos e acordos administrativos: de acordo com o código de processo civil de 2015**. São Paulo, Atlas, 2015.

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL; PROCURADORIA FEDERAL DOS DIREITOS DO CIDADÃO. Enfrentamento ao trabalho escravo. **Diálogos da Cidadania**. Ago. 2014. Disponível em: <<http://pfdc.pgr.mpf.mp.br/atuacao-e-conteudos-de-apoio/publicacoes/trabalho-escravo/cartilha-trabalho-escravo-pfdc>>. Acesso em: 27 jul. 2017.

TAUFICK, Roberto Domingos. **Nova lei antitruste brasileira: a lei 12.539/2011 Comentada e a Análise prévia no Direito da Concorrência**. Rio de Janeiro: Forense, 2012, p.

TENÓRIO, Fernando Guilherme (org.). **Responsabilidade Social Empresarial: teoria e prática**. São Paulo: Editora FGV, 2006.

WELLE, Deutsche. A lógica perversa de exploração na indústria têxtil. **Carta Capital**. Dez. 2017. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/economia/a-logica-perversa-de-exploracao-na-industria-textil>>. Acesso em: 25 maio 2018.

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E PATRIMÔNIO CULTURAL: ANÁLISE DAS POSSIBILIDADES DE PROTEÇÃO DA RENDA RENASCENÇA DE POÇÃO E PESQUEIRA (PE)

Deborah Portilho *

Júlia Arrais Fortaleza de Lima e Sá**

Marcela Beatriz de Oliveira***

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo investigar as possíveis formas de proteção da Renda Renascença de Poção e Pesqueira (PE). Para isso, foram analisados e comparados os instrumentos jurídicos de Propriedade Intelectual e sociais do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) que melhor se adequa ao caso. Os resultados indicam a viabilidade de proteção da mesma através dos mecanismos indicados, mostrando que, se concretizados, oferecem sensível desenvolvimento socioeconômico para os municípios em questão.

Palavras-chave: Propriedade Intelectual. Indicação Geográfica. Indicação de Procedência. Denominação de Origem. Patrimônio Cultural. Renda Renascença.

1 OBJETIVO

1.1 Objetivo Geral

Analisar possibilidades para a proteção da Renda Renascença dos municípios de Poção e Pesqueira (PE) através de uma perspectiva jurídica e sociocultural.

1.2 Objetivos Específicos

Classificar a Renda Renascença como patrimônio cultural imaterial certificado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), bem como reconhecê-la como Denominação de Origem (DO) dos municípios de Poção e Pesqueira (PE).

2 METODOLOGIA

O objeto da presente pesquisa é a Renda Renascença dos municípios de Poção e Pesqueira (PE). A opção pela Renda Renascença se deu pela sua relevância no mercado da

moda, tanto como resultado da atividade artesanal, como por produto de alto valor agregado de marcas de destaque no mercado. A delimitação espacial ocorreu pela importância histórica, econômica e cultural das cidades na confecção da renda, reconhecida através do seu alcance nacional e internacional (PERNAMBUCO, 2016).

A presente pesquisa é de caráter exploratório, com uma abordagem procedimental semi-indireta. A definição de dois objetivos específicos se justifica pela necessidade de uma proteção integral da Renda Renascença, lançando mão dos meios disponíveis no Brasil.

De início, foi feito um levantamento bibliográfico para compreender a origem da Renda Renascença, suas características, aspectos culturais, humanos e econômicos. Em seguida, a partir dos dados coletados, foi feito um estudo sobre a aplicação prática do Decreto nº 3.551, de 4 de agosto de 2000 e legislação adjacente à Renda Renascença, de maneira a enquadrá-la como Patrimônio Cultural Imaterial protegido pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Iphan.

Logo após, discutiu-se sobre a possibilidade de reconhecimento dos municípios de Poção e Pesqueira enquanto Denominação de Origem da Renda Renascença, de acordo com as regras do INPI, de modo a constatar a melhor adequação a esta espécie de Indicação Geográfica e não a diversa. Para isso, foram levantados estudos doutrinários acerca da aplicação da Denominação de Origem, considerando uma aplicação pioneira a um produto artesanal.

Por fim, foi feita uma análise sobre os impactos socioculturais, jurídicos e econômicos das consequências da concretização das esferas de proteção abordadas e viáveis à Renda Renascença de Poção e Pesqueira (PE).

3 RESULTADOS

De início, tomando como base a definição de Patrimônio Imaterial da “Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial” da UNESCO, da qual o Brasil é signatário, é possível classificar a Renda Renascença como tal.

Quanto à legislação nacional, a Renda Renascença é elegível à inscrição no Livro de Registro dos Saberes do Iphan (Decreto 3.551/2000, art. 1º, §1º, I), visto que preenche todos os requisitos objetivos elencados no art. 9º da Resolução n. 1 de 2006 da mesma instituição.

Por outro lado, a Indicação Geográfica (IG) é uma forma de proteção econômica à Renda Renascença produzida no agreste pernambucano ao se reconhecer os municípios de Poção e Pesqueira como tal. Considerando que a confecção da Renda Renascença,

historicamente, foi iniciada no município de Poção e espalhou-se para Pesqueira e pelo Cariri Paraibano (BRASIL, 2017; PERNAMBUCO, 2016), tendo apenas este último, entretanto, o registro da Indicação Geográfica (BRASIL, 2018), torna-se possível e necessário essa proteção à Poção e Pesqueira. Além disso, ambas as cidades pernambucanas não são compreendidas nos limites da indicação geográfica da Renascença do Cariri Paraibano, requisito essencial à utilização do selo do INPI.

A proteção de Poção e Pesqueira como como Indicação Geográfica da Renda Renascença ocorre devido aos fatores determinantes encontrados, dentre os quais: a função de procedência, a função distintiva, a função qualitativa, o aspecto cultural, o aspecto publicitário e o aspecto econômico (GONÇALVES, 2008).

Tomando como base a Lei de Propriedade Industrial nº 9.279/1996 (BRASIL, 1996), o objeto da presente pesquisa caracteriza-se como Denominação de Origem (DO), apesar de a Renda Renascença do Cariri Paraibano já ser reconhecida como Indicação de Procedência (IP). A Indicação de Procedência objetiva a designação de “centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço” (LPI, art. 177), de maneira que, “nesta definição, não se reporta que o meio geográfico tenha contribuído para este reconhecimento, nem fatores humanos, nem fatores naturais. Tampouco aponta qualidade que se ligue ao lugar. A Indicação de Procedência apenas situa o produto” (GONÇALVES, 2008, p. 56).

A Denominação de Origem, por outro lado, designa “produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos” (BRASIL, 1996), isto é, a “denominação de origem constitui um título de qualidade; refere-se essencialmente ou exclusivamente a uma região ou localidade específica, seja pelos fatores naturais, seja pelos fatores humanos” (GONÇALVEZ, 2008, p. 59) e, neste caso, a Renda Renascença de Poção e Pesqueira possui a qualidade e os fatores humanos inerentes à produção do produto. A história sobre como o conhecimento do saber-fazer da renda chegou a esta região e como sua transmissão se deu por gerações até a atualidade, caracteriza-se como um fator humano que se deve exclusivamente ao meio geográfico em questão.

Ademais, como já mencionado, tanto a Renda Renascença de Poção e Pesqueira quanto a do Cariri Paraibano cumprem os requisitos para integrar o Livro dos Saberes do IPHAN como patrimônio cultural imaterial. Dessa maneira, torna-se claro que um patrimônio cultural imaterial é um “fator humano” objetivo e determinante na classificação do objeto da pesquisa

como Denominação de Origem. Gonçalves (2008, p. 58) afirma que o “produto obtido pelo método de produção de forma local, leal e constante, deve possuir características distintas dos demais produtos semelhantes”, além de utilizar como exemplo o Bordado da Madeira, cuja Denominação de Origem baseia-se em fatores humanos, caso concreto da proteção de um patrimônio cultural imaterial, de modo que a reiterar a concretude da possibilidade de classificação da Renda Renascença de Poção e Pesqueira como Denominação de Origem e não Indicação de Procedência.

É importante ressaltar, ainda, que a existência da Indicação de Procedência da Renda de Renascença do Cariri Paraibano não compete na exclusão da possibilidade do reconhecimento da Renda Renascença de Poção e Pesqueira, ainda que seja o mesmo saber-fazer do conhecimento tradicional. A legislação brasileira não regulamenta conflitos entre indicações geográficas homônimas, de forma que “a proteção dada às indicações geográficas se restringe ao território que ela foi reconhecida, é possível que existam indicações geográficas homônimas [...]” (LOCATELLI, 2008, p. 253).

Assim, para o pedido de reconhecimento oficial, pelo INPI, da Denominação de Origem da Renda Renascença de Poção e Pesqueira, é necessário, com base em Gonçalves (2008): que se demonstre o nexo causal entre a renda e o meio geográfico; ocorra a descrição dos métodos de produção de forma detalhada; a fim de um controle da qualidade da renda, estabeleça-se quais serão os meios de estrutura e controle de todas as fases do método de produção por meio de um Conselho Regulador investido de poderes para exigir o cumprimento dos deveres e abusos de direitos, e haja o estabelecimento da área a fim de comprovar que as rendeiras da região cumpram suas atividades com lealdade e constância. Dessa forma, é essencial o fortalecimento da associação de rendeiras local (a exemplo da Associação Arte Rendas, já existente) para que atue como conselho regulador na fiscalização de parâmetros de qualidade estabelecidos no momento do registro da Denominação de Origem (DO).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A caracterização do saber-fazer da Renda Renascença como patrimônio cultural imaterial, portanto, permite, com base na Resolução n. 1 de 2006 do Iphan, que medidas concretas de salvaguarda sejam implementadas, como a inscrição da mesma no Programa Nacional do Patrimônio Imaterial (PNPI). Tal programa é orientado pela sustentabilidade, organização comunitária, promoção e capacitação da comunidade, de maneira a possibilitar a

proteção da comunidade rendeira mediante a perpetuação do saber tradicional de confecção da renda, além da proteção da mesma no espaço e no tempo, modo a auxiliar indiretamente no cumprimento dos princípios de localidade, continuidade e lealdade, os quais são imprescindíveis para o reconhecimento da Denominação de Origem.

Os municípios de Poção e Pesqueira possuem, portanto, os requisitos para serem reconhecidos para o pedido formal de Indicação Geográfica de Renda Renascença como Denominação de Origem pelo INPI. O reconhecimento da Denominação de Origem reflete a excelência da localidade na produção daquele produto e, assim, é uma forma de proteção frente a outros produtos da mesma categoria, uma vez que o consumidor tem consciência da qualidade de sua compra, sua origem e no caso da DO, que aquele produto cumpre com requisitos rígidos de controle.

Foi possível constatar, ainda, que, devido à maior rigidez no enquadramento dos requisitos exigidos pelo INPI para a Denominação de Origem em relação aos exigidos para a Indicação de Procedência, em razão da grande dificuldade do reconhecimento objetivo do fator humano inerente ao local, as Indicações Geográficas (IGs) de regiões produtoras de artesanato, no Brasil, são, em totalidade, Indicações de Procedência. Os princípios da DO são de difícil reconhecimento, em razão da natureza mutável do fator humano. Exemplo disso é o reconhecimento da Indicação de Procedência da Renda Irlandesa de Divina Pastora, também inscrita no Livro dos Saberes do Iphan.

Assim, o presente trabalho conclui que a Renda Renascença de Poção e Pesqueira cumpre os requisitos da Denominação de Origem e, inclusive cumpre de forma objetiva os princípios exigidos, principalmente em razão de ser um potencial patrimônio cultural imaterial. Caso não seja praticável, devido aos aspectos burocráticos, o reconhecimento desta espécie de Indicação Geográfica ao caso, é possível que se submeta ao processo de reconhecimento da Indicação de Procedência, que é mais rápido e também possui um importante respaldo econômico, sendo a alternativa mais viável à proteção da renda em curto prazo, em conjunto com a inscrição no Livros dos Saberes do Iphan.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Decreto nº 3.551, de 4 de agosto de 2000. Institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e dá outras providências. Brasília: Diário Oficial, 7 ago. 2000. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D3551.htm>. Acesso em: 11 ago. 2018.

_____. Dirce Ostroski. Fundo Internacional para o Desenvolvimento Agrícola, Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura, Agência Espanhola de Cooperação Internacional para o Desenvolvimento (Org.). **Pontos e histórias: Renda Renascença e mulheres rendeiras**. Salvador: IICA, 2017.

_____. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. **Lista das Indicações de Procedência concedidas**. Disponível em: .<<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>>. Acesso em: 12 ago. 2018.

_____. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Lei de Propriedade Industrial**. Brasília, 1996.

GONÇALVES, Marcos Fabrício Welge. **Propriedade Industrial e a proteção dos nomes geográficos**: Indicações geográficas, indicações de procedência e denominações de origem. Curitiba: Juruá, 2008.

IPHAN. Resolução nº 001, de 03 de agosto de 2006. Brasília: Diário Oficial da União, 27 mar. 2007. Disponível em: . Acesso em: 11 ago. 2018.

LOCATLLI, Liliana. **Indicações Geográficas**: A Proteção Jurídica sob a Perspectiva do Desenvolvimento Econômico. Curitiba: Juruá, 2008.

OLIVEIRA, Dario Alves de; LEAL, Alessandra; ARAÚJO, Nizete Lacerda. **Propriedade Intelectual e Patrimônio Cultural**: bases para salvaguarda. Unimontes Científica, Montes Claros, v. 8, n. 2, p. 119-136, jun. 2006.

PERNAMBUCO. Tereza Franco. Secretaria de Cultura (Org.). **Renascença - PE**. Recife: Cel Editora, 2016.

A BUSCA PELA MODA MAIS SUSTENTÁVEL: A EFETIVIDADE DA GOVERNANÇA E DOS PADRÕES PRIVADOS

Patricia Silva Zanella*

Ananda Pórpóra Fernandes**

Resumo: A busca pela moda sustentável é uma análise que questiona a efetividade da governança global ao identificar quais são os novos atores internacionais que influenciam sua prática, como o papel da sociedade civil. Partindo da discussão sociológica sobre como a mudança empírica do indivíduo é capaz de modificar a moda, o objetivo do presente trabalho é apresentar a importância de organizações da sociedade civil para criação de movimentos sociais e padrões privados de sustentabilidade, auxiliando na educação e envolvimento do indivíduo, trazendo uma responsabilidade mútua entre o Estado e o setor privado para atingir uma moda mais sustentável.

Palavras-chave: Moda sustentável, governança global, Direito Internacional.

1 INTRODUÇÃO

O entendimento da evolução do cenário internacional após a globalização e o fenômeno da governança global é essencial para compreensão da política internacional e da interconexão e interdependência dos diversos atores neste sistema.

A escolha da Indústria da Moda como objeto de análise, baseado na premissa dos impactos ambientais causados por este setor, advém da identificação de uma lacuna no campo de estudo dos setores industriais e de uma visão global para soluções. A Busca pela Moda mais Sustentável é realizada com o estudo de uma governança mais eficaz em tempos contemporâneos, apontando os padrões privados como uma rota viável para uma melhor prática. O direcionamento teórico pós-modernismo, com a visão epistemológica de Bauman, trouxe fundamentos para o desenvolvimento do trabalho, permitindo um melhor entendimento do atual mundo volátil, livre e individualista.

Neste tocante, o texto possui três seções: a primeira trata-se da governança ambiental global por meio da Agenda 2030, a qual se tornou um dos maiores destaques da governança ambiental, explanando sobre seus conceitos e aplicações; a segunda aborda a problematização existente na Indústria da Moda devido aos seus impactos ambientais; e, por fim, a última seção discorre a respeito da Agenda Ambiental Internacional para a Indústria da Moda que tem como

* Formada em Relações Internacionais e mestranda em Direito Internacional com bolsa CAPES/PROSUC, ambas pela Universidade Católica de Santos. E-mail patriciazanella@unisantos.br.

** Formada em Relações Internacionais e mestranda em Direito Internacional com bolsa CAPES/PROSUC, ambas pela Universidade Católica de Santos. E-mail anandafernandes@unisantos.br.

objetivo alcançar o desenvolvimento sustentável deste setor.

2 OBJETIVO

O trabalho tem como objetivo geral analisar as principais ações internacionais dirigidas à indústria têxtil que buscam promover o desenvolvimento sustentável e reduzir os impactos socioambientais negativos da Indústria da Moda.

O objetivo específico é verificar como o Direito Internacional e a governança global podem ser uma estratégia na redução dos impactos da Indústria Têxtil, e no alcance de um mercado mais sustentável, principalmente diante aos abusos de direitos humanos e ambientais presentes no processo de produção (facilitados nas Cadeias de Suprimentos Globais, que dificulta o monitoramento de todos os processos da cadeia produtiva); averiguar se existe atualmente uma efetividade na legislação internacional.

3 MÉTODO

O direcionamento teórico consiste no pós-modernismo, por entender que esta é a linha epistemológica mais adequada para estudar a dinâmica do Direito Econômico, do Direito Ambiental e dos Direitos Humanos na perspectiva contemporânea internacional. Levando em consideração a globalização e o novo cenário de governança global discute-se a relevância dos atores não-estatais, principalmente no tocante ligado ao desenvolvimento sustentável, (partindo de autores que dialogam a conexão destas áreas do direito, conectando-os aos debates do desenvolvimento e redução das desigualdades).

A visão epistemológica, segundo Zigmunt Bauman, apresentada em *Modernidade Líquida*, permite pensar o tema em diversas frentes, principalmente, quando se pensa o sentido de comunidade como uma formação cultural, e também, nas desconstruções e construções dos elementos da sociedade, ou dela mesma. Penar na estrutura da indústria têxtil é lembrar que, como as demais indústrias de manufaturados em alta escala, ela produz uma imensa quantidade de resíduos no processo de fabricação das roupas e o seu pós-uso tem como destino a natureza, impactando diretamente no futuro da sociedade (BAUMAN, 2001). Acrescenta-se neste contexto o período de aceleração do mercado têxtil durante a globalização e de vestuário com a onda do *fast-fashion*.

A fluidez da pós-modernidade é representada quando olhamos para a Indústria Têxtil e

o aumento no consumo com o passar dos anos, pois, o conceito de civilização e das relações sociais, após a globalização foram desconstruídas levando ao paradoxo do indivíduo *versus* sua comunidade, com a realidade que parece sólida, mas pode ser destruída a qualquer momento, já que tudo se liquida o tempo inteiro (BAUMAN, 2001).

Em paralelo, existe o aumento da preocupação com a sustentabilidade e principalmente em como sustentar a economia, considerando que a alta exploração dos recursos está causando inúmeros desequilíbrios. Ao questionar-se como a Indústria Têxtil regulamenta essa relação, identifica-se os padrões de sustentabilidades que procuram trazer uma inovação realmente sustentáveis para reduzir os impactos neste setor, envolvendo uma participação ativa do consumidor nesse processo.

Escolher um tema e abordá-lo cientificamente a partir da visão epistemológica pós-moderna está relacionado ao questionamento da sociedade a qual se faz presente no dias atuais, a maneira que o conhecimento é desenvolvido e compartilhado, formulando críticas construtivas. Segundo BAUMAN (2001): “Ameaça mais sombria atormentava o coração dos filósofos: que as pessoas pudessem simplesmente não querer ser livres a rejeitassem a perspectiva da libertação pelas dificuldades que o exercício da liberdade pode acarretar.”

É necessário entender as condições cambiantes da vida social e política, e acima de tudo estar aberto para novas perspectivas, por mais sombrias que elas pareçam.

A metodologia utilizada no trabalho consiste numa pesquisa de natureza aplicada, com abordagem qualitativa com o objetivo de desenvolver uma pesquisa exploratória compreendendo os procedimentos técnicos bibliográfico e documental. O trabalho tem como base:

- a) Fontes primárias, utilizando a: compilação que consiste na reunião sistemática do material contido em livros, revistas, publicações avulsas ou trabalhos mimeografados (LAKATOS, 2003). Como a Agenda universal da Cúpula das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável, as declarações e acordos realizados durante o processo de negociação mundial que ocorre anualmente na Conferência das Partes (COP) da ONU, das resoluções relativas ao tema disponíveis nas plataformas oficiais da ONU e da Organização Internacional do Trabalho (OIT). Natureza jurídica ou política. Transdisciplinar: trazer dado de tais áreas do conhecimento.
- b) Fontes secundárias, manuseando a: leitura interpretativa de obras de teóricos que abordam a sistemática de atuação dos atores não-estatais no sistema, reconhecimento sua importância para a manutenção e garantia dos direitos humanos e nas relações

trabalhistas.

c) Fonte secundárias complementares, aplicando a: análise e a interpretação crítica interna, ou seja, aquela que aprecia o sentido e o valor do conteúdo, de notícias de abrangência internacional sobre os impactos da Indústria Têxtil e a necessidade desse setor industrial repensar seu modelo de produção de acordo com a governança global, considerando o desenvolvimento sustentável e dos movimentos sociais ao redor do mundo em ascensão que questionam esse ciclo de produção.

Sendo assim, o tratamento geral dos dados se dará por meio da crítica do valor interno do conteúdo que consiste na apreciação da obra e forma um juízo sobre a autoridade do autor e o valor que representa seu trabalho e ideias contidas nele. Das quais correspondem as três da análise de texto, que consiste na decomposição dos elementos essenciais e a classificação, a generalização e análise crítica. Finalizando com a interpretação (LAKATOS, 2003).

4 RESULTADO

A Indústria da Moda está entre as cinco indústrias mais poluentes do mundo, e também é uma das que mais apresenta abusos e explorações trabalhistas. Ao mesmo tempo, possui um papel extremamente relevante no comércio internacional devido ao alto número de empregos e movimentação de capital, sendo uma das maiores indústrias de consumo. A Governança Global neste tocante, auxilia no entendimento da nova ordem global após a globalização, e como o cenário internacional está influenciando este setor industrial a partir de iniciativas que compõe a agenda internacional para a Indústria da Moda.

O Direito Internacional e o consumo da moda, analisados no contexto atual da globalização e do fenômeno da governança global, implica na atuação múltipla dos atores internacionais, levando a reflexões sobre o modo de produção, as violações aos direitos humanos e o uso exacerbado dos recursos naturais sem projeção de uma produção de acordo com o desenvolvimento sustentável (THORSTENSEN; VIEIRA, 2016).

Na perspectiva da comunidade, baseando-se nos estudos de Bauman (2001), a moda é a representação de que para o ser humano é necessário se sentir aceito e que estamos cada vez mais presos ao presente. Uma vez que não importa se a roupa durará para o amanhã e sim se ela faz parte do modismo atual. Contribuindo para a contínua ansiedade em relação ao presente, a qual o atual indivíduo se encontra preso as presentes condições, não é permitido viver o passado ou se preocupar demasiadamente com o futuro na sociedade líquida.

Ao interligar conceitos como lealdade, patriota e Estado (abordados em Modernidade Líquida), aos padrões de sustentabilidade, é possível exemplificar que: o Estado não é mais a fonte 100% segura, já que existe vácuo para regulamentações privadas, pois o mercado financeiro tem que circular o capital independente do Estado. O patriota vê esta situação com uma fenda, pois, acredita que o Estado regula a economia para sentir menos angústia com as possíveis ameaças.

Enquanto isso, a sociedade continua consumindo mais do que deveria, por possuir uma identidade cultural que foi construída ao longo dos anos de que o consumo é bom e necessário. Como podemos ver com o aumento das redes sociais, dos bens de consumo desejados e comunidades compostas por números incalculáveis que não passam de representações de relações fluídas que se espalham ao ponto de estarem em todos os lugares, sem estar.

Assim, intensifica-se o processo do *fast fashion*, modo de produção composto em quase sua totalidade por Cadeias de Suprimento Globais (CSG), baseados no processo de produção *just-in-time*, influenciando as relações entre capital e trabalho, como também, os impactos ao meio ambiente. Relaciona-se igualmente neste processo a cultura da terceirização, trazendo intensas demandas dos serviços terceirizados, e o desejo da obtenção de lucro por parte de empresários e fornecedores, fazendo-os arcar com “[...] o maior número possível de pedidos (e) com pouca consideração sobre sua própria capacidade de produção [...]” (LEE, 2016 - tradução nossa)

Pensar na estrutura da indústria da moda é lembrar que, como as demais indústrias de manufaturados em escala, ela produz uma imensa quantidade de resíduos no processo de fabricação das roupas e o seu pós-uso tem como destino a natureza, além da abertura para um cenário vulnerável a violações trabalhistas. Acrescentamos neste contexto o período de aceleração do mercado têxtil durante a globalização e de vestuário com a onda do *fast-fashion*. (SALVI,2014)

A indústria têxtil tem muitos desafios em comum com a Agenda 2030 para ser mais sustentável, como a questão dos resíduos sólidos, que internacionalmente temos a frente a atuação da *International Solid Waste Association* e organizações como o *Greenpeace*, devido ao impacto causado por esta indústria nos rios e mares, conforme estudos realizados neste âmbito. Durante décadas, as empresas industriais optaram por usar o meio ambiente e, em particular, nossas vias navegáveis como um terreno de despejo para produtos químicos perigosos, livre de regulamentos governamentais ineficazes. Para as comunidades locais que vivem perto das fábricas, a poluição da água se tornou uma realidade diária. Os regulamentos

nem sempre impediram a liberação de substâncias químicas tóxicas para o meio ambiente, particularmente no Sul Global, pois, para substâncias químicas persistentes e perigosas, não existe um nível "seguro".

A Indústria da Moda é considerada uma das indústrias mais poluentes do mundo, sendo a 5ª indústria mais poluente quando se trata de emissões de carbono, a responsável por 92 milhões de toneladas de resíduos sólidos por ano em todo o mundo, representando 4% dos 2.12 bilhões de toneladas de resíduos que são descartados no mundo a cada ano. Também é uma das maiores indústrias de consumo, em 2016, 1,5 trilhão foi a receita anual de vestuário e calçados. Além de sua relação com emprego, que representa cerca de 60 milhões de pessoas trabalham na Indústria da Moda ao redor do mundo, em que, 70% dos trabalhadores da indústria da moda são do sexo feminino. (GLOBAL FASHION AGENDA, 2017, p.10-12)

Porém, é preciso tomar muito cuidado com o aumento de empregados impulsionados por essa indústria. Uma característica das cadeias de suprimento globais é a sua produção fragmentada mundialmente, permitindo a produção países com legislações mais precárias (ou ausência de fiscalizações). Assim se identifica na indústria têxtil os trabalhadores regulares, como também os temporários ou ilegais, que não tem a totalidade de seus direitos garantidos.

As cadeias de suprimento globais são novos tipos de produções, mercados e investimentos, os quais compõem 80% do mercado internacional. Podem ser definidas como “relações demanda-oferta que surgem da fragmentação da produção através das fronteiras, onde diferentes tarefas de um processo de produção são realizadas em dois ou mais países” (tradução nossa), formando assim um sistema de múltiplos estágios e atores (privados, públicos e sociais) para a adição de valor no produto final (ILC, 2016; LEE, 2016).

Em alguns casos identificou-se a diminuição de regulamentações trabalhistas e ambientais, principalmente nas Zonas de Processamento de Exportação (EPZs), que podem ser definidas como “[...] área geográfica delimitada que oferece regras e políticas específicas para empresas, cria um ambiente regulatório e infraestruturas associadas ao fomento das exportações”, procurando atrair multinacionais e transnacionais para seu Estado (MORAES, 2015). Assim, atraem-se empresas estrangeiras, e aumenta a produção local em um espaço de tempo reduzido (majoritariamente nos Estados emergentes ou em desenvolvimento), aumentando a vulnerabilidade da região nas violações expostas no Direito Internacional.

Visualizar o aumento de questões relativas a indústria da moda e meio-ambiente (natureza e trabalho) nas agendas da política internacional a partir do momento que os meios de produção começam a ser considerados insustentáveis, mostra a necessidade dos Estados se

reunirem para discutirem o desenvolvimento sustentável com outros atores presentes na governança global.

A necessidade de uma indústria têxtil mais tecnológica e sustentável resultou numa agenda internacional específica para estes assuntos, como a *World Fashion Convention* da *International Apparel Federation* que reúne os principais líderes do setor têxtil do mundo, e o anual *Youth Fashion Summit* (YFS) que ocorre em parceria com a *United Nations Global Compact* (Pacto Global-ONU), responsável por reunir estudantes e profissionais da moda com o objetivo de gerar ideias para melhorar a indústria da moda e pensar soluções comuns aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Outra iniciativa que cresce internacionalmente é o movimento Fashion Revolution, que surge em resposta ao acidente de Rana Plaza, em Bangladesh, o maior acidente industrial de moda do século XXI, com mais de 2.000 feridos, com o objetivo de contribuir para uma indústria da moda transparente e justa para todos da cadeia produtiva. Numericamente, o movimento contou em 2017, com mais de 2 milhões de pessoas envolvidas, seja nas redes sociais, nos eventos presenciais, ou baixando o conteúdo disponibilizado no site. Foram cerca de 1000 eventos, com 66.000 pessoas envolvidas que contaram com desfiles, exposições de filmes, painéis de discussão e workshops. Além de 720 eventos em escolas e universidades, devido a rede de 120 embaixadores ao redor do mundo.

O *Research Paper n° 14* da Organização Internacional do Trabalho (OIT) aponta a governança global como uma solução possível para a redução dessas violações trabalhistas e ambientais nas cadeias de suprimento globais, identificando uma maior força de atuação e efetividade nos padrões privados atualmente, colocando o consumidor em um papel central para o desenvolvimento de uma moda mais sustentável. Permite-se aqui a seleção e escolha dos produtos no mercado a partir de certificações (ou “rótulo” de qualidade) que demonstram sua sustentabilidade, seja por padrões ecológicos ou de boas condições de trabalho na formulação da peça.

Isto traz uma maior atuação da sociedade civil na proteção dos direitos humanos e ambientais, podendo estes influenciar diretamente na política de produção dessas empresas, aumentando as fiscalizações e auditorias para a verificação do cumprimento das regulamentações internacionais, atribuindo-os um diferencial no mercado, e um produto de melhor qualidade de durabilidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mediante o conteúdo apresentado, conclui-se que é possível causar impactos positivos num forte setor industrial através da ação dos indivíduos, que em grande escala, se tornam ações de governança global, possibilitando que a Indústria da Moda seja reformulada para atender a nova demanda de consumidores mais conscientes e ativos.

Primeiro é preciso que o ser humano mude seus hábitos consumistas, deixando de ser influenciado pela *fast-fashion*, atribuindo reduções nas produções, já que as demandas serão menores. Permite-se aqui um aumento no tempo da produção, associado a melhorias nas condições trabalhistas, como também, um menor impacto ambiental, seja pela extração de matéria prima, ou as consequências da produção.

Assim, a governança apresenta o consumidor como elemento chave para o desenvolvimento de uma moda mais sustentável, onde este controla o mercado, selecionando produtos de qualidade, com certificações de auditorias e fiscalizações, tanto no que tange às proteções ambientais, quanto trabalhistas. Tem-se neste processo uma maior transparência do processo de produção, elemento essencial para o desenvolvimento da governança, e claro, para as devidas proteções.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Zygmunt, 1925 - **Modernidade líquida** - Rio de Janeiro: Jorge Zahar, ed. 2001.

FASHION REVOLUTION. **Fashion Transparency Index Brazil 2018**. 2018. Disponível em: <<https://www.fashionrevolution.org>>. Acesso em: 17/10/2018

GLOBAL FASHION AGENDA & THE BOSTON CONSULTING GROUP. **Pulse of the Fashion Industry 2017**. Disponível em: <http://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf>. Acesso em: 01.jun.2018.

GREENPEACE. **The Detox Catwalk Campaign 2016**. Disponível em: <<http://www.greenpeace.org/international/en/campaigns/detox/fashion/detox-catwalk/>> Acesso em: 10.jun.2018.

INTERNATIONAL LABOUR CONFERENCE (ILC). **Reports of the Committee on Decent Work in Global Supply Chains: Resolution and conclusions submitted for adoption by the Conference**. Provisional Record 14-1, 2016. Disponível em: <www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_489115.pdf>. Acesso em: 09.out.2018

INTERNATIONAL SOLID WASTE ASSOCIATION - ISWA. **Annual Review 2017**. Working Together Towards a Cleaner, Healthier Planet. Disponível em:

<https://www.iswa.org/fileadmin/galleries/Publications/ISWA_Reports/2017_ISWA_REPORT.compressed.pdf>. Acesso em: 05.jun.2018.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LEE, Joonkoo. **Global supply chain dynamics and labour governance: Implications for social upgrading**. International Labour Office (ILO), Research Paper nº14, 2016, p. 1. Disponível em: <www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---inst/documents/publication/wcms_480957.pdf>. Acesso em: 09.out.2018

MORAES, Bruno. **Zonas de Processamento de Exportações: Um instrumento defasado?**. Instituto de Relações Internacionais da Universidade de Brasília, 2015, p. 4. Disponível em: <bdm.unb.br/bitstream/10483/11386/1/2015_BrunodePaulaMoraes.pdf>. Acesso em: 13.out.2018

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Agenda 2030**. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>> Acesso em: 25.jun.2018.

SALVI; Naiane Cristina. SCHULTE, Neide. **Equívocos da Sustentabilidade e o Caso de Marcas “EcoFictícias”**. ModaPalavra e-Periódico. Ano 7, n.14, Jul-Dez 2014, p. 126 – 135.

THORSTENSEN, Vera Helena; VIEIRA, Andreia Costa. **Regulatory Barriers to Trade: TBT, SPS and Sustainability Standards**. / Vera Helena Thorstensen; Andreia Costa Vieira. / São Paulo: VT Assessoria Consultoria e Treinamento Ltda., 2016.

A BAIXA TUTELA JURÍDICA DA MODA: DO EQUILÍBRIO BENÉFICO À ADVERSIDADE

Angélica Rosa Fakhouri*

Pietra Marques Moreira**

RESUMO: O estudo foi construído a partir de análises e discussões doutrinárias de autores renomados dedicados a estudar e ampliar todo o conhecimento da área de *Fashion Law*, embrionária no universo do Direito. Tendo em especial o estudo da obra dos professores Kal Raustiala e Christopher Jon Springman “The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design”. Houve também análise de casos práticos, em especial os casos envolvendo os sapatos de sola vermelha do designer francês Christian Louboutin, que foi responsável por mover ações contra cópias de seu design realizadas por outras marcas, tendo seu caso como um dos pioneiros do *Fashion Law*. O estudo levou em conta as decisões proferidas em cortes norte-americanas e cortes europeias, a fim de averiguar a existência, ou não, de uma linha de pensamento unificada nos tribunais acerca da temática.

Palavras-chave: *Fashion Law*. *Piracy Paradox*. Cópias. Caso Loubotin. Tutela jurídica.

1 INTRODUÇÃO

Os estudos relativos ao Direito da Moda ainda são iniciais no universo do Direito, sobretudo o que envolve a discussão de cópias e patentes nas grifes, e qual seria o limite entre inspiração e plágio. Conceitos como o de *fast fashion* também são novos, este entendido como a produção em grande velocidade, baixo custo e, muitas vezes, reproduzindo produtos de altas grifes.

Assim, o presente artigo visa analisar as cópias de maneira geral no universo da moda, bem como o porque desta cadeia ainda estar em equilíbrio, apesar do baixo aparato jurídico de regulamentação. Cópias estas que ocorrem entre os mesmos estratos piramidais, ou seja, entre as altas grifes, e também aquelas que permeiam as diferentes camadas sociais, tanto na elite, como no consumidor de massa.

* Discente da Faculdade de Direito de Ribeirão Preto-USP, e-mail: angelicafak@gmail.com.

** Discente da Faculdade de Direito de Ribeirão, e-mail: pipsmoreira@gmail.com.

Ademais, o porque da defesa de um instrumento jurídico próprio para litígios envolvendo o tema. Por fim, ilustrando a discussão, o estudo do caso que deu início às discussões do *Fashion Law* de maneira mais dinâmica e incisiva no âmbito legal.

2 O EQUILÍBRIO DA BAIXA TUTELA JURÍDICA DA MODA: THE PIRACY PARADOX

É de entendimento geral que as *trademarks*, ou marcas registradas, ajudam a prestigiar e agregar valor ao produto em que estão inseridas. Partindo desta realidade, as grifes tem investido cada vez mais no policiamento do uso de suas marcas na pirataria, onde ocorre a cópia explícita. Porém, o objeto central da discussão, e que traz uma problemática maior por sua abstração, é a cópia implícita, aquela que parte da inspiração de determinado produto, remetendo ao original e utilizando de seu valor agregado para persuadir o consumidor a adquiri-lo.

O cenário global atual enfrentado pelas empresas do setor de vestuário conta com elementos como fotografia digital, plataformas de design digitais, internet, terceirização, tecnologias de manufatura mais flexíveis e menores tarifas têxteis. Essa contribuição tecnológica e tarifária é essencial para a intensificação da cópia, que corre em ritmo desenfreado, tendo como resultado a apropriação penetrante dos designs em empresas de todos os níveis e que atinge os mais diversos estratos sociais do mercado.

A visão tradicional de análise da pirataria e plágio, coloca-os como um ameaça fatal ao empenho do criador de novas tendências, o que acabaria por criar o engessamento da variabilidade dos produtos. Essa teoria possui aceção no universo da criação musical e conta com legislação de apoio para os casos envolvendo a quebra de patentes. Tal normatização poderia ser expandida ao universo do *fashion design* de maneira mais efetiva, apesar de que para os professores americanos Kal Raustiala e Christopher Sprigman, que criaram a teoria do *Piracy Paradox*, a proteção jurídica não seria benéfica nessa área, já que o regime de livre apropriação é na verdade um ciclo de equilíbrio.

Na concepção de Raustiala e Springman (2006), o baixo sistema de proteção de patente da moda não seria negativo aos inovadores desse segmento industrial, pelo contrário, eles seriam incentivados a mudar constantemente, servindo paradoxalmente aos interesses da indústria da moda de maneira maior do que o caso em que fossem protegidos. Dessa forma, “se

a moda fosse tratada como a música ou livros pela lei, a produção de novos designs seria bem mais limitada” (2006, p. 1734)¹.

Nesse sentido, a discussão cerceia a incessante obsolescência dos produtos, ponto central do consumismo. As roupas e adereços da moda possuem valoração de status e prestígio social, o que é inversamente proporcional à quantidade de público que as possuem, já que quanto mais uma tendência se espalha, ela tende a “cair”, ou seja, tornar-se ultrapassada.

O processo de dissipação do valor social do produto através da difusão ocorre por dois motivos. A difusão da cópia de produtos baratos atrela a imagem da marca original e acaba denegrindo o artigo pela associação que ocorre. Ademais, para quem aderiu anteriormente o produto, quando o *design* é amplamente difuso, este tem seu valor diminuído, pois perde a exclusividade e o status atrelado à utilização da peça desejada, por não ser mais inalcançável.

Nos ensinamentos de Domingues e Saad-Diniz (2016):

Difícilmente se pode pensar a indústria *fashion* sem questionar os fundamentos da satisfação de desejos e necessidades humanas, explorando os domínios racionais e as percepções subjetivas do egoísmo como revisão crítica da moda nos dias atuais. A necessária revisão crítica parte do pressuposto que **a geração de exclusividade do comportamento *fashion* é o que move a pirataria.** (grifo nosso)

Partindo desse pressuposto, caso a cópia fosse ilegal e protegida pelo aparato jurídico, o ciclo da moda funcionaria de maneira mais lenta, o que induziria menos o consumo. Destarte, há o benefício dos *designers* no amparo para a troca de coleções com mais fluidez, gerando vendas adicionais às empresas do mercado, tanto daquelas pirateadas quanto das que criam e reproduzem o produto original. Para as cópias que são apenas inspirações entre as marcas da *high fashion*, o topo da pirâmide da moda, o aumento do consumismo também ocorre, pois há aqueles que tem preferência às variações e, assim, são também induzidos a adquirir o novo produto que segue a tendência da estação.

Portanto, a conclusão que se ascende é que as cópias não inibem a inovação, e teriam um papel importante no efêmero ciclo de inovação da indústria da moda. Na medida em que os *designs* da *high fashion*, vão sendo copiados pelos *fast fashions*, eles perdem sua exclusividade, fazendo com que se busque novas criações como forma de afirmar o posicionamento de desejo. Dessa forma, a pirataria é vista como um catalizador do mercado da moda, alimentando a sazonalidade e o consumismo, afirmando inclusive a obsolescência programada dessa indústria.

¹ If fashion were treated like music or books by the law, the reworking of designs might be quite limited.

A moda busca se atrelar às particularidades do mercado, como por exemplo a questão financeira dos consumidores que desejam os produtos visualizados nas propagandas das altas grifes. Assim, o resultado é de um regime estável de livre apropriação. De um lado, as redes de *fast fashion*, “ajustada às tendências de moda e aos interesses de cada segmento do mercado” (HOFFMAN, 2011, p. 6) promovem a disseminação de tendências permitindo que as massas usufruam do que está em alta por um preço acessível. Na outra parte, dá-se certa projeção aos estilistas e grifes, forçando o desenvolvimento de coleções marcantes, que mesmo sendo copiadas, remetam ao criador original.

Assim sendo, a Teoria do Paradoxo da Pirataria justifica o crescimento e alto faturamento na indústria da moda, mesmo com baixos sistemas de proteção à propriedade intelectual. A necessidade de uma rapidez na criação dos modelos e tendências, para evitar que as diferentes camadas sociais se conectem por um mesmo *design*, promove um maior consumo de peças, acima do necessário, o que diminui o dano econômico gerado pelas cópias, beneficiando assim a indústria da moda como um todo, nos seus mais diversos estratos piramidais.

3 A TUTELA JURÍDICA BRASILEIRA

Em contrapartida ao analisado no item anterior, muitos estudiosos do Direito da Moda acreditam que a regulamentação legal da matéria é essencial, porquanto a pirataria, ou mera “inspiração”, representa uma ameaça ao funcionamento da indústria *fashion*. A estes direitos dá-se o nome de propriedade intelectual, instituto que estuda os bens imateriais, como é a criatividade na criação dos *designs*.

Entretanto, inicialmente é de se destacar que a prática cíclica da moda, ou seja, as transformações constantes, tornam difícil a tutela jurídica pelas vias convencionais. A grande questão é proteger e regular esse universo sem, porém, limitar esse ciclo, que é o que move a indústria.

No Brasil, a propriedade intelectual não recebeu especificidade em cada um dos campos que abrange. Ela é guiada pela Lei de Propriedade Industrial (LPI), a Lei nº 9279/96, e pela Lei de Direito Autoral (LDA), a Lei nº 9610/98. Entretanto, esses institutos legais possuem apenas alguns aspectos que são cabíveis na matéria dos *designs*, excluindo outros que são essenciais na resolução dos litígios.

A LPI trata do direito de registro da marca e do desenho industrial. O segundo é definido pelo artigo 95 na Lei como “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”. Depreende-se então a necessidade de cumprir requisitos como novidade, utilização ou aplicação industrial e a unidade do desenho industrial.

O direito autoral é instituto automaticamente protegido, ou seja, não necessita de registro, passando a valer no momento de criação da obra. Neste tópico, o principal ponto de proteção é a originalidade do ponto de vista subjetivo, que se diferencia pela impressão pessoal do autor, que normalmente tem o objetivo de criar uma identidade de produção. A LDA proíbe a reprodução de projetos, sua estrutura técnica e planejamento, mas não necessariamente suas peças. Assim sendo, a Lei não é adequada para a proteção da moda devido a aproximação do *design* e a peça em si, o que acarreta a uma lacuna legislativa que gera conflito de interpretação quando um caso desse tipo é levado ao judiciário (GONÇALVES, 2012, p. 320).

Outrossim, diferente problemática recorrente acerca da regulamentação legal na indústria da moda é encontrada no *trade dress*. Este é entendido como o conjunto-imagem, atributos não funcionais do produto, que são estéticos e obtidos após vendas constantes que permitem a associação entre o produto e quem o produz, como por exemplo a sola vermelha da Louboutin, que será analisada posteriormente. A dificuldade de seu reconhecimento se dá pela dificuldade de provar que as pessoas associam àquele produto àquela marca (GONÇALVES, 2012, p. 321). Assim, essa forma de proteção só consegue ocorrer quando é incontestável sua associação.

Neste aspecto, desenvolve-se a discussão acerca também das inspirações, que englobam os debates do próprio *trade dress*. A inspiração enfrenta uma linha tênue em relação a cópia, que se diferem, para alguns autores, pelo instituto da confusão. De toda a sorte, são difíceis de serem materializadas e, por conseguinte, regularizadas. A maioria dos casos de *Fashion Law* esbarram nesse problema.

Entretanto, tomando o exemplo da Louboutin, não parece viável uma marca tomar exclusividade de uma cor. Isto posto pelo próprio objetivo de inovação do mundo da moda, que, inevitavelmente, se pauta em inspirações, até mesmo de épocas anteriores. Dessa forma, uma legislação nesse sentido, poderia a vir engessar o ciclo de inovação, remetendo ao obstáculo estudado por Raustiala e Springman.

4 CASO CHRISTIAN LOUBOUTIN X YVES SAINT LAURENT

Muitos afirmam que o caso envolvendo as marcas de Christian Louboutin e de Yves Saint Laurent é um dos marcos para o início do direito da moda como uma disciplina jurídica. Já existiam discussões anteriores acerca de marcas, patentes e casos de plágio, mas, nesse litígio, tais discussões foram voltadas especificamente para a indústria da moda. Sendo assim, pela primeira vez uma corte americana utilizou de teorias acerca de marcas e patentes nos Estados Unidos para discutir questões envolvendo o que passou a ser chamado de *Fashion Law*.

O famoso solado vermelho do francês Christian Louboutin foi alvo de muitas discussões quando o *designer* levou a questão da exclusividade cor vermelha nas solas de seus sapatos perante os tribunais. Em 2008, nos Estados Unidos, Christian Louboutin realizou o registro marcário do solado vermelho que estava presente em todas as produções. Segundo o *designer*, esta seria sua marca registrada (*trademark*) no mundo da moda e, portanto, o diferencial de seus sapatos, sendo que a sola vermelha não exerce nenhuma outra função senão a de fazer com que o público consumidor associe os sapatos ao seu nome.

Em sua coleção Cruise de 2011, a Yves Saint Laurent, outra casa especializada em alta costura, relançou mais uma versão de seus sapatos monocromáticos, entre eles quatro modelos inteiramente vermelhos cujo solado, segundo Christian Louboutin, lembraria sua criação por apresentar um tom de vermelho igual ou muito similar ao de sua marca, tendo sido dado um maior destaque para esse aspecto do calçado. Para Louboutin, o fato de outra marca fazer uso do solado vermelho apresentava uma séria ameaça e provocação ao seu nome no mercado. O *designer* entrou com uma ação de perdas e danos no valor aproximado de um milhão de dólares contra a YSL, alegando violação marcária e pirataria, falsa designação de origem e concorrência desleal e diluição marcária, dentre outras infrações, além de apresentar a exigência de que o mesmo parasse de fabricar sapatos que continham o solado neste determinado tom de vermelho.

Tal situação acabaria por gerar um importante precedente judicial que aborda a discussão acerca da relevância da cor na determinação de uma marca. Discute-se, em suma, se uma marca pode fazer uso exclusivo de uma determinada cor, alegando esta ser o seu diferencial dentro do mercado, ou seja, se uma cor poder ser considerada a *trademark* de determinado *designer*.

Para o juiz Victor Marrero, que julgou a ação movida entre as marcas, a tentativa de Louboutin em monopolizar uma cor é incompatível com a indústria da moda. Segundo o

jugador, o registro da cor feito pelo *designer* em 2008 teria sido um erro, visto que a cor vermelha é muito importante e muito presente na indústria *fashion* e por isso seria errado permitir que uma única marca monopolizasse o seu uso na produção de sapatos. Isso levou a uma derrota de Christian Louboutin nos tribunais, tendo o juiz Marrero rejeitado a alegação de exclusividade da cor trazida pelo *designer* francês.

Considerou-se também o fato de que muitos outros sapatos haviam sido produzidos na cor vermelha, mesmo antes de Louboutin começar a utiliza-la em suas criações. A YSL alegou que vinha produzindo sapatos com o solado nesse tom desde 1970, assim como diversas outras marcas também faziam, e ainda fazem, uso da mesma cor. Posto isto, decidiu-se que não havia nenhuma violação por parte a YSL, devido à impossibilidade de se registrar uma cor como marca, o que levaria a uma proteção excessiva de uma característica que não é distintiva.

Após essa decisão, Christian Louboutin levou a sua causa para a Corte de Apelações dos Estados Unidos, que acabou por trazer apontamentos interessantes. Primeiramente, considerou que os argumentos utilizados pelo juiz de primeira instância foram levemente errôneos. O mesmo argumentava que a marca estava tentando monopolizar o uso da cor vermelha em seus sapatos, mas a questão chega a ser mais específica. A Louboutin alegava uso exclusivo de solados na cor vermelha em sapatos femininos de salto alto, e não apenas o uso da cor no aspecto geral.

Sendo assim, a corte federal reformou em parte a decisão promovida em favor da YSL ao reafirmar a marca registrada da Louboutin, visto que foi comprovado que o solado vermelho era instantaneamente associado ao nome do *designer* quando visto pelo público consumidor. No entanto, a decisão não foi inteiramente contrariada. A Corte de Apelações determinou que a marca comercial da Louboutin seria o solado vermelho em contraste com a cor da parte externa do sapato. Dessa forma, os sapatos monocromáticos produzidos pela YSL não foram considerados como violadores do registro marcário da Louboutin.

Por fim, a decisão de segunda instância acabou por dar um desfecho interessante a discussão das solas vermelhas. Ela reafirmou a marca registrada de Christian Louboutin, porém não considerou que houve uma infração por parte da YSL. Muitas outras companhias da indústria da moda que têm a sua marca associada a uma determinada cor acabaram se favorecendo dessa decisão, a exemplo da Tiffany&co.

Esse caso aborda uma importante questão dentro da indústria da moda, pois trata da possibilidade de uma cor ser objeto de um registro marcário. O juízo de primeira instância, em sua decisão, baseou-se unicamente na questão da Funcionalidade Estética. Segundo ele, a cor

vermelha da sola dos sapatos não apresentava nenhum *secondary meaning*, ou seja, não funcionaria como um identificador da origem do produto, capaz de diferenciá-lo do restante do mercado, sendo apenas um artifício estético e funcional, pois a sola diferenciada seria usada para o encarecimento do produto. Sendo assim, a sola vermelha dos sapatos não seria passível de proteção marcária, considerando que, segundo entendimento do juiz, o uso exclusivo de uma cor como registro de marca seria extremamente prejudicial para a livre concorrência no mercado da moda.

Entretanto, a corte federal trouxe apontamentos diferentes. Esta considerou que a sola vermelha nos sapatos da Louboutin não são uma característica funcional, ou seja, que apenas afetam o preço do calçado, mas a considerou como uma forma de o consumidor realizar a associação do produto para com a sua fonte. O solado vermelho não interfere na utilização do calçado, pois não traz benefícios e nem malefícios para o seu uso, então quando o público consome os solados vermelhos, eles o fazem devido a tradição que a marca Louboutin carrega. Desta forma, os solados vermelhos atuam como identificadores da marca em si, não se tratando de uma marca cromática e sim de uma marca de posição, já que o que é relevante para a marca é a cor vermelha nas solas do sapato, ou seja, não só a cor, como também a posição, são elementos essenciais para a identificação dos sapatos de Christian Louboutin.

4.1 Christian Louboutin nas cortes europeias

Os casos envolvendo as polêmicas solas vermelhas de Louboutin não se prenderam somente as cortes americanas. O *designer* possui uma série de batalhas judiciais envolvendo os seus calçados em cortes europeias, que apresentam entendimentos diferentes àqueles apresentados nos Estados Unidos.

Uma importante decisão a ser mencionada é a que foi proferida em 2012 pela *Cour de Cassation*, que é a última instância de recurso na França, em um processo envolvendo Christian Loubotin e a Zara, uma varejista de mercado de massa. Nesse caso, o *designer* francês processou a Zara em 2008 pela venda de sapatos no modelo *peep toe* com solados vermelhos, que alegava serem muito semelhantes a um modelo da Louboutin.

O caso chegou até a corte de última instância, que acabou por reafirmar todas as decisões que tinham sido proferidas até aquele momento, julgando a causa em favor da Zara. Um dos principais elementos a ser mencionado nesse caso foi o fato de que a corte considerou que a Louboutin não conseguiu provar que os sapatos comercializados pela Zara eram capazes de

gerar uma confusão na clientela, por se tratarem também de marcas que compõe segmentos distintos dentro do mercado da moda, em razão da acessibilidade de cada uma. A corte francesa ainda mencionou que o registro do solado vermelho que o *designer* detinha no país era muito simples e com termos muito vagos, o que influenciou severamente a decisão do tribunal. A partir disso, a marca se prontificou a tornar o seu registro mais completo, estabelecendo um tom específico para o vermelho utilizado na sola de seus calçados.

Outro caso importante de ser mencionado ainda não teve o seu desfecho no âmbito judicial, mas já é de enorme relevância para o *Fashion Law*. Trata-se da batalha judicial travada entre Christian Louboutin e a marca holandesa Van Haren, desde de 2012. O produtor holandês passou a produzir e comercializar sapatos que continham o solado vermelho, o que fez com que o *designer* francês acionasse a justiça da Holanda para impedir que a marca local continuasse a vender tais calçados.

O caso chegou a ser remetido para a Corte Europeia de Justiça, que ainda não proferiu a sentença. No entanto, segundo parecer do procurador geral da corte, o registro marcário da cor vermelha nas solas de sapato feito por Louboutin pode ser inválido, por não ser compatível com a legislação de alguns países em que o registro foi feito. Dessa forma, apesar de ainda não haver uma decisão definitiva do caso em questão, o registro do solado vermelho exclusivo de Louboutin pode estar ameaçado em alguns países europeus, caso a corte opte por dar a causa em favor da marca holandês Van Haren.

Em suma, a partir da breve análise dos casos apresentados, é possível perceber que os entendimentos das cortes europeias se diferenciam dos entendimentos das cortes norte-americanas. Isso se dá principalmente pela questão do registro marcário em cada país. Para determinar se um caso constitui um plágio, ou para considera-lo como uma mera inspiração, o registro marcário é de suma importância, pois ele traça a linha tênue entre as duas situações. A maneira como esse registro é interpretado em cada país apresenta-se como um empecilho para que se tenha um consenso dentro do *Fashion Law* acerca dessa problemática.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de todo o exposto, percebe-se uma dualidade de opiniões a respeito do tema. Liderados pela brilhante exposição doutrinária dos professores Kal Raustiala e Christopher Springman acerca da teoria do Paradoxo da Pirataria, há a corrente defensora das cópias e

inspirações como agentes catalizadores do campo da moda, que permitem o equilíbrio estável do ciclo *fashion*.

Há também, de outro lado, os defensores e estudiosos da regulamentação legal da matéria, que encontram dificuldades por não haver uma Lei própria do assunto e ser abarcada apenas de maneira superficial, sem citar, por exemplo, as inspirações, que são as que trazem as maiores adversidades nos casos de *Fashion Law*. Ademais, encontram barreira na dificuldade de se comprovar a influência na sociedade, já que trabalham com a subjetividade e abstração do tema.

Com a análise do caso é possível a percepção daquilo que é mais difícil de ser solucionado sem uma tutela específica. Os tribunais, por ser uma matéria recente do direito, acabam pronunciando-se de maneira mais subjetiva ou utilizando da teoria geral de marcas e patentes, que nem sempre são aplicáveis e ideais, o que tornam os casos sem decisões “padrões” e constantes mudanças de julgamento nas diferentes cortes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 15 maio 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm?TSPD_101_R0=744af3a5c391d8ddef9212d5dda41336vw8000000000000000e97927bbffff00000000000000000000000000005ae6658000ed232ff5> . Acesso em: 24 abr. 2018.

BRASIL. Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 20 maio 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9610.htm?TSPD_101_R0=bdc14b5523871f52823f28dab6c3f00fm8q0000000000000000e97927bbffff00000000000000000000000000005ae6669e00d166c4cc>. Acesso em: 24 abr. 2018.

CASTRO, Beatriz Vergaça. **Sinais distintivos não tradicionais**: o caso Louboutin. Trabalho de Conclusão de Curso - Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio De Janeiro, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <<http://www.abapi.org.br/abapi2014/pdfs/monografias/Monografia%20Beatriz%20Castro.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

DOMINGUES, Juliana; SAAD-DINIZ, Eduardo. Fashion Law: a nova moda entre o penal e o econômico. **Boletim IBCCRIM**, v. 287, p 3-4, 2016.

GONÇALVES, Aline Cirino; COELHO, Maria Clara; BARBOZA, Rafaella Torres; PRADO, Victor; PAULO, Pedro; DOBLER, Helena. A tutela Jurídica da Moda. In: **Coleção Jovem Jurista**. Nov. 2012. Disponível em:

<<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/10308/Coleção%20Jovem%20Jurista%202012.pdf?sequence=1>>. Acesso: 15 abr. 2018.

HOFFMAN, Maria Gorete. Fast Fashion: risco ou oportunidade. Relatório de Inteligência. **Sistema de Inteligência Setorial**, 2011, p. 2-5.

JIMENEZ, Guillermo C.; KOLSUN, Barbara. **Fashion Law: A Guide for Designers, Fashion Executives and Attorneys**. 2 ed. New York: Broomsbury, 2010.

JR, João Ibaixe; SABÓIA, Valquíria. Caso Louboutin contra Yves Saint Laurent: Nascimento Do Direito da Moda. In: **Migalhas**. 30 junho 2014. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI203478,91041->>. Acesso: 9 abril 2018.

LOUREIRO, Livia Murad Neffa. Fashion Law: o Direito e a Moda. In: **Jurisway**. Dez. 2012. Disponível em: <https://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=12473>. Acesso: 24 abr. 2018.

RAUSTIALA, Kal; SPRINGMAN, Christopher Jon. The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design. **Virginia Law Review**, v. 92, p. 1687-1777, 2006.

REUTERS, Carlo Allegri. Na Europa, as famosas solas Louboutin não deverão ser protegidas. 7 fev. 2018. In: **Culto**. Disponível em: <<https://www.publico.pt/2018/02/07/culto/noticia/na-europa-as-solas-de-louboutin-nao-deverao-ser-protegidas-1802294>>. Acesso: 9 abr. 2018.

US COURT OF APPEALS FOR THE SECOND CIRCUIT OPINIONS. Christian Louboutin S.A. v. Yves Saint Laurent Am. Holding. Inc., No. 11-3303 (2d Cir. 2013). Disponível em <<https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/ca2/11-3303/11-3303-2013-03-08.html>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

FASHION LAW E AS CRIAÇÕES AUTORAIS DOS DESIGNS DE MODA: COMO PROTEGER DA PRÁTICA DO PLÁGIO SOB A ÓTICA DO DIREITO BRASILEIRO

Daniela Cristina Favaretto Toledo*

RESUMO: O artigo tem como objetivo analisar a importância do processo criativo para a indústria da moda, sob a ótica do direito brasileiro, diante do crescente número de criações autorais que são constantemente plagiadas. Pretende-se, portanto, responder a seguinte problemática: Se para proteger as atuais necessidades desse nicho de mercado, o caminho é criminalizar outras condutas além das já existentes, e/ou criar uma regulamentação específica? Caso a resposta seja negativa, buscar-se-á quais são os meios e alternativas eficazes existentes na legislação brasileira para proteger as criações autorais dos designs de moda, diante do crescente número de plágio que assombra essa indústria.

Palavras-chave: Processo Criativo. Indústria da Moda. Plágio. *Fashion Law*. Contrato de Confidencialidade.

1 RESULTADO

A partir do estudo realizado ao que parece, foram poucos os estímulos que o Brasil recebeu para que pudesse desenvolver a sua própria criação, o seu estilo. Tudo que se consumia durante o período da colônia era vindo do exterior. Os autores (PRADO; BRAGA, 2011, p. 6) explicam que adotaram o subtítulo Das Influências às autorreferências no livro História da Moda no Brasil, exatamente pelo fato de termos sofrido influências, pois durante longas décadas “bebemos em fontes internacionais, especialmente a francesa, uma vez que a ideia de moda se baseava no que era criado e lançado em Paris e em algumas outras capitais de moda internacionais, como Londres, Milão e Nova York”. Ou seja, podemos assim afirmar que essas influências, de certa forma, deixaram marcas na nossa cultura de moda.

* Advogada. Atua na área de direito empresarial e propriedade intelectual com foco em contratos. Especialista em Fashion Law, pela Faculdade Santa Marcelina (FASM). Possui Master of Laws - LLM em Direito dos Contratos, pelo INSPER. Especialista em Direito Penal e Processual Penal pela Escola Paulista de Direito (EPD). Membro como sócia efetiva do Instituto dos Advogados de São Paulo (IASP). Autora do artigo Regime disciplinar diferenciado e a dignidade da pessoa humana. Atual panorama da Constituição Federal, publicado pela Editora Saraiva. Foi reconhecida como aluna destaque da turma no curso de pós-graduação em LLM em Direito dos Contratos pelo INSPER, pelo excepcional desempenho acadêmico. Obteve a 1ª colocação no 1º Simpósio Internacional de Fashion Law da FDRP/USP com o título: Fashion Law e as criações autorais dos designs de moda: como proteger da prática do plágio sob a ótica do direito brasileiro. e-mail: danielafavaretto@yahoo.com.br

No ano de 1950, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) apontou que o setor de roupas correspondia a 17,5%, porém, predominava ainda, a cópia de modelos europeus (PRADO; BRAGA, 2011, p. 252). Fomos, portanto, estimulados a achar que o que era trazido de outros territórios era melhor. Isso fez com que o estímulo à criação ficasse por muito tempo adormecido, fato este que reflete nos dias de hoje, diante do crescente número de *designs* que são constantemente plagiados.

Conforme aponta (AVELAR, 2011, p. 74), “a cópia já existia desde a legitimação da moda com Worth no século XIX, tanto em pequenas produções, como pela indústria de massa, que multiplicou a capacidade de produção e reprodução”.

Ainda, a partir do presente estudo verificou-se também que diferentemente da legislação dos EUA, onde os *designers* de moda buscam através do projeto de Lei de 2012, intitulado *Innovative Design Protection and Piracy Prevention Act (IDPPPA)*, cuja proposta é convencer os legisladores a alterarem a Lei de *Copyright*, com o fim de estender a proteção que é conferida a outros artigos de propriedade intelectual, como livros, filmes e músicas, para o universo da moda, nossa legislação possui mecanismos para proteger as criações.

Nesse sentido, a depender do objeto a ser tutelado, é possível ser valer da Lei de Propriedade Industrial – Lei nº. 9.279/1996, ou da Lei de Direitos Autorais – Lei nº. 9.610/1998. A proteção do direito autoral, independe de qualquer registro, ou seja, basta que tenha ocorrido a materialização da ideia e que o autor da obra possa comprovar que aquele trabalho é de sua autoria.

De acordo com o artigo 7º da Lei dos direitos autorais, são obras protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro. Oportuno, nesse influxo, deixar claro que a proteção dos direitos inerentes às obras, são divididos em direitos morais e direitos patrimoniais. Os direitos morais são inalienáveis, irrenunciáveis e imprescritíveis, o que significa dizer que mesmo em caso de cessão definitiva, o autor terá sempre seu nome vinculado à obra, pois os direitos morais devem ser sempre preservados.

Já os direitos patrimoniais, são aqueles que conferem ao autor da obra a sua exploração econômica. Ou seja, o autor pode licenciar a outrem, por prazo determinado ou indeterminado o uso da sua obra, ou então transferir a terceiros seus direitos. Neste caso, ocorrendo a cessão, o cessionário (adquirente da obra) passa a ter o direito exclusivo de usar, explorar, copiar, reproduzir, editar, produzir obras derivadas, incluir em outras obras, comercializar ou autorizar o seu uso por terceiros de forma gratuita ou onerosa, temporária ou definitiva, bem como pode

ceder por completo seus direitos, sem que seja necessário qualquer autorização do cedente (autor da obra), bem como sem que seja devida qualquer remuneração, além daquela prevista no contrato firmado entre as partes.

E através do artigo 2º, inciso V da Lei nº. 9.279/1996, é possível combater os atos ilegais, por meio da concorrência desleal, do aproveitamento parasitário e do *trade dress*, embora não haja previsão legal expressa acerca dos dois últimos institutos, eles já foram reconhecidos pelos Tribunais Brasileiros, como medidas aptas a protegerem o mercado da moda.

Ocorrendo a violação do direito de autor, o infrator pode incorrer em sanções de cunho cível, ou seja, poderá ser condenado a indenizar o autor da obra por danos morais e/ou materiais, bem como incorrer em sanções criminais. O artigo 184 do Código Penal, dispõe sobre as violações ao direito do autor de forma ampla.

É fato que o sistema jurídico não é perfeito, há certas medidas previstas na lei que a princípio poderiam ser aperfeiçoadas, de forma a proteger as atuais necessidades desta indústria, porém, ao nosso ver, criminalizar outras condutas além das já existentes, ou então criar uma regulamentação específica não acabará com o problema do plágio, pois, conforme vemos não intimidam infratores, haja vista o crescente número de casos, bem como pelo fato de não haver comprovação efetiva de que é possível reduzir a prática de condutas ilícitas através da criminalização.

2 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise proposta, chegou-se a conclusão de que a importância econômica da indústria da moda e o seu exponencial crescimento trouxe considerável reflexo no ordenamento jurídico gerando um grande volume de questões jurídicas únicas e complexas.

Em que pese nosso ordenamento jurídico merecer certas adaptações no que tange à proteção autoral, como forma de atender a real necessidade dessa indústria, ao nosso ver não seria o caso de pensarmos na elaboração de uma regulamentação específica para a proteção do setor, mas sim, de traçar estratégias, através de condutas preventivas.

As faculdades que ministram o curso de *designer* de moda, são ferramentas importantes no combate deste ilícito. É preciso estimular, orientar e enriquecer a bagagem, os valores e as tradições que os futuros *designers* trazem consigo. É necessário desenvolver nos alunos a chamada assinatura autoral. É preciso transformá-los em um profissional capaz de se adequar

ao mercado de trabalho, seja no chamado chão de fábrica, seja para ser um criador de coleções e não simplesmente um replicador de tendências.

Outra forma de combater o plágio, ainda no campo da graduação, seria a inserção da disciplina de ética como matéria obrigatória no curso de *designer* de moda, com o fim de conscientizar aquele futuro profissional das consequências que o ato de plagiar pode lhe trazer.

E ainda, a criação de um estatuto. Assim como a classe dos advogados possuem o código de ética e disciplina da OAB, de forma a prever o que seria permitido. Verificou-se que é necessário definir o que é tendência, inspiração e cópia, uma vez que há um limite tênue entre esses conceitos.

Se faz necessário, diante de tantos aspectos que circundam essa indústria, que os *designers*, criem formas de demonstrar que aquela criação foi desenvolvida por ele. É extremamente importante que toda a cadeia do processo criativo seja documentada, do início ao fim, como por exemplo, fotografando as várias fases de seu processo criativo, registrando seus desenhos na Biblioteca Nacional, na Escola Nacional de Belas Artes do Rio de Janeiro, ou ainda, através de ata notarial perante o cartório de notas, uma vez que esses registros servirão como prova de sua autoria em caso de plágio de sua criação.



Figura 1 – Croqui ²

²FASHION LEARN. Disponível em: <https://www.fashionlearn.com.br/blog/wpcontent/uploads/2015/10/Dollarphotoclub_73039209.jpg>. Acesso em 15 jan. 2018.



Figura 2 – Seleção do tecido (Fashion Learn, 2018)

E ainda, é fundamental que as negociações e contratações ocorridas no âmbito da indústria da moda, sejam refletidas por instrumento contratual. Porém, em razão deste mercado ser dinâmico, muitas vezes o empresário, por achar que a elaboração do contrato irá atrapalhar os seus negócios, acaba desprezando o contrato e deixa de formalizar a relação, ficando desse modo desprotegido.

Conforme bem observa (MEDENICA, 2013, p.163):

[...] Apesar de seu caráter comercial inato, a indústria da moda continua sendo incrivelmente criativa. E, como acontece com qualquer campo criativo, os contratos são evitados pelos novatos como um anátema para a arte. Talvez devido ao medo ou à ignorância, os contratos são percebidos como documentos elaborados de forma desajeitada, que não se aplicam à velocidade e à complexidade da indústria da moda [...]

Assim, antes de iniciarem as negociações, como meio de proteção das criações, os *designers* devem firmarem o contrato de confidencialidade e quando as tratativas estiverem concluídas e as partes derem início a redação do contrato definitivo, reforçar a obrigação de confidencialidade no contrato principal. Informações de cunho confidencial são um ativo extremamente importante para a empresa. Mantê-las confidenciais é de vital importância para manter a vantagem competitiva e crucial para a continuidade e o êxito do negócio.

Um exemplo, que corrobora claramente esse entendimento, é o caso da empresaria Julie Deane³, que pouco tempo depois de ter contratado uma empresa para auxiliá-la na produção de seus produtos, se deparou no mercado com bolsas idênticas as que produzia. Se, quando da celebração do contrato com a empresa fabricante, ela tivesse elaborado além do contrato de prestação de serviços, um contrato de confidencialidade, ou então, tivesse incluído no contrato de prestação de serviços a cláusula de confidencialidade, detalhando o que era considerado sigiloso naquela negociação, bem como a cláusula de não concorrência (*non-competete*), certamente não teria sofrido plágio.

De acordo com os autores (ANGARITA; NADER, p. 156), “as estipulações contratuais são um instrumento não somente para exigir que a informação se mantenha como secreta, mas para advertir a natureza jurídica de referida informação e impor obrigações para as partes”.

Desse modo, conforme se observou após esse estudo, ainda que não seja possível acabar com a prática do plágio, é possível mitigá-lo, através de condutas preventivas, bem como por meio das leis já existentes, sem que seja preciso a criação de uma legislação específica para o combate ao plágio.



Figura 3 - Bolsa Cambridge x Bolsa Zatchels ⁴

³ Conforme descrição sobre a história da marca, constante no site da empresa THE CAMBRIDGE SATCHEL COMPANY. **Hello, We're The Cambridge Satchel Company**. Disponível em: <<https://www.cambridgesatchel.com/pages/our-story>>. Acesso em 14 abr. 2018.

⁴ DIREITO FOR STARTUPS. Disponível em: <<https://direitoforstartups.com/2016/02/18/sobre-parcerias-contratos-mal-feitos-e-disputas-judiciais-case-study-the-cambridge-satchel-company-vs-zatchels/>>. Acesso em 14 abr. 2018.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANGARITA, Nelson Remolina; NADER, Gabriela Tafur. **Limitaciones de las cláusulas contractuales para determinar la naturaleza jurídica de la información y para proteger los secretos empresariales.** Disponível em: <<http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/5201>>. Acesso em: 19 fev. 2018.

AVELAR, Suzana. **Moda: globalização e novas tecnologias.** 2ª edição – São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2011, Rio de Janeiro: Editora Senac Rio.

DIREITO FOR STARTUPS. **Sobre Parcerias, Contratos Mal Feitos e Disputas Judiciais – Case Study: The Cambridge Satchel Company vs. Zatchels.** Disponível em: <<https://direitoforstartups.com/2016/02/18/sobre-parcerias-contratos-mal-feitos-e-disputas-judiciais-case-study-the-cambridge-satchel-company-vs-zatchels/>>. Acesso em 14 abr. 2018.

FASHION LEARN. Disponível em: <https://www.fashionlearn.com.br/blog/wpcontent/uploads/2015/10/Dollarphotoclub_73039209.jpg>. Acesso em 15 jan. 2018.

MEDENICA, Olivera. Fashion Licensing. Apud FAUX, David H. **Legal guide to fashion design.** Chicago: American Bar Association, 2013.

PRADO, Luís André do; BRAGA, João. **História da moda no Brasil: das influências às autorreferências.** São Paulo: Disal, 2011.

THE CAMBRIDGE SACHEL COMPANY. **Hello, We're The Cambridge Satchel Company.** Disponível em: <<https://www.cambridgesatchel.com/pages/our-story>>. Acesso em 14 abr. 2018.

LEGISLAÇÃO

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996 – Lei de Propriedade Industrial.

BRASIL. Lei nº. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998 – Lei de Direitos Autorais.

BRASIL. Decreto Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 – Código Penal.

O PREÇO DA EXCLUSIVIDADE: QUANDO A MODA ULTRAPASSA OS LIMITES SOCIOAMBIENTAIS

Felipe Augustos dos Santos*
Gabriele Cristina David**

RESUMO: Qual o preço que se paga pelas tendências de moda? Muitas vezes não se avalia o quão prejudicial podem ser as práticas da indústria da moda que preconizam a exclusividade em detrimento de políticas socioambientais. Existem lados opostos atuando na mesma indústria. Enquanto marcas surgem com ideais de consumo consciente, outras, ainda defendem a exclusividade a altos custos. A queima de mercadorias para que não sejam acessíveis a públicos sem enorme poder aquisitivo demonstram a magnitude deste problema socioambiental. Empresas valiosíssimas estão se distanciando da sua função social, em contramão às tendências de consumo sustentável.

Palavras-chave: *fashion law*, responsabilidade social, meio ambiente.

1 OBJETIVO

O objetivo central deste trabalho é verificar a relação entre o *Fashion Law*, o Direito ambiental e a função social da empresa, analisando a questão em que as empresas de luxo optam por desfazer da sua última coleção que permaneceu em estoque, promovendo a queima destes produtos ao invés de procurar soluções socioambientais.

Ao agir desta forma as empresas têxteis fogem da sua função social, já que com o procedimento de queimar as suas peças para que estas não sejam comercializadas abaixo do preço e o público não considerado alvo possa adquiri-las, cria perturbações ambientais e sociais.

* Graduado em Direito pela Faculdade de Direito de Franca (2018). Desenvolveu projeto de iniciação científica na Faculdade de Direito de Franca abordando o tema direito e a proteção de dados pessoais na era digital e *Big Data*. Apresentou artigo no I Congresso de Direito – Propriedade Intelectual e Desenvolvimento Econômico-Social promovido pela UNESP/Franca em maio de 2018 com o tema utilização de dados pessoais na era da saúde digital. E-mail: felipeaugusan@gmail.com/ Endereço postal: rua Brodósqui, n.º 415 – Franca/SP.

** Graduada em direito pela Faculdade de Direito de Franca (2018) e em administração de empresas pelo Centro Universitário de Franca (2013). Desenvolveu projeto de iniciação científica na Faculdade de Direito de Franca abordando o tema central de direito econômico e concorrencial. Apresentou trabalho em forma de resumo no I Congresso de Direito – Propriedade Intelectual e Desenvolvimento Econômico-Social promovido pela UNESP/Franca em maio de 2018 com o tema *fashion law*. Endereço eletrônico: gabriele.cdavid@gmail.com/ Endereço postal: Rua Voluntário Arnaldo de Vilhena, 281 – Franca/SP.

A indústria têxtil atualmente é uma das que mais fatura no mundo. A Associação Brasileira de Indústria Têxtil e Confecção fez um estudo em 2017 e verificou que somente em 2018 o mercado cresceria em torno de 5,5% em relação ao ano anterior alcançando expressivos 152 bilhões de reais em faturamento, o que representaria cerca de 6 bilhões de peças vendidas.

É indiscutível a importância econômica deste setor. Ademais, Lúcia de Castro Plácido destaca também o valor cultural da moda. Acredita a autora que “[a moda] também é expressão não-verbal de um tempo, cultura, grupo ou sociedade” (PLÁCIDO, 2015).

Diante de tal cenário, percebe-se como a moda exerce influência entre as pessoas, por meio de tendências e, principalmente incitando o desejo por suas peças. O jeito de se vestir identifica culturas, ideologias e até mesmo posição social.

Em tempos de globalização a moda se sobressai inter-relacionando povos de diferentes países, se fazendo presente em todo o globo, seja por meio de uma peça ou por simplesmente a criação de uma tendência, contudo, com grandes poderes vem grandes responsabilidades, e a indústria da moda não está isenta desta máxima popular.

No que tange ao Direito Ambiental, esta disciplina surgiu como sendo “a disciplina do Direito que ordena as condutas do homem, com vista à preservação do meio ambiente” (MARQUES, 2010, p.20).

Não se pode pensar em um ambiente sem degradação, já que é inerente ao ser humano degradar a natureza, no entanto, é necessário que essa degradação tenha limites toleráveis, e o que exceder deverá ter o devido ressarcimento e devidas sanções que legislações específicas possam vir a prever (ou já preveem), como por exemplo multas e indenizações.

Tratando-se de queimadas, o impacto ambiental é devastador, já que não se controla os seus efeitos. Em que pese este estudo basear-se na queima de produtos da empresa inglesa *Burberry*, os efeitos da degradação ambiental são sentidos em todo o globo.

O professor José Roberto Marques explica de forma bastante esclarecedora ao destacar o princípio da globalidade no direito ambiental, “O princípio da globalidade parte do pressuposto de que a degradação não se restringe ao local em que foi produzida, atingindo muitas vezes, áreas muito distantes” e complementa “A Terra é corpo único, e a degradação atinge-se integralmente, embora não se possa dimensionar a extensão dos efeitos, especialmente em áreas mais distantes” (MARQUES, 2010, p. 37).

Nessa esteira, é possível verificar que uma das ferramentas utilizadas pelo Direito, com a finalidade de estabelecer limites para a degradação do meio ambiente, frente a direitos difusos,

é a restrição do direito à propriedade privada, revestindo-a com a chamada função social, o terceiro pilar deste estudo.

Não se trata de um conceito criado atualmente, pelo contrário, é uma conceituação que deriva do direito canônico, com a Suma Teleológica de São Tomás de Aquino, advindo da chamada “Doutrina Social da Igreja”. Posteriormente, será visto que esse ideal de função social da propriedade será positivado em âmbito constitucional – primeiramente com a Constituição mexicana de 1917, porém a consolidação do conceito será observada com a Constituição Weimar, de 1919, na Alemanha – que se caracteriza pela imposição de deveres negativos ao proprietário, impedido deste o exercício do controle absoluto sobre a propriedade.

Em seguida, em decorrência da evolução econômica e social experimentada em decorrência, principalmente, da revolução industrial, entre os séculos XVIII e XIX, observa-se a alteração do fator gerador de riquezas, deixa de ser, primordialmente, a produção rural e a manufatura, e passa a ser a detenção e a organização dos fatores de produção provenientes da industrialização e produção em larga escala, com fito de obtenção de lucros. Atualmente, a evolução de tal modelo econômico é o que rege a sociedade.

Ante essa transição, a classificação limitada a bens móveis e imóveis se tornou ultrapassada, sendo superada por uma classificação na qual a distinção jurídica entre os bens da sociedade deve ser focada entre bens de consumo e bens de produção. Os bens de produção podem ser definidos como “móveis ou imóveis, indiferentemente. Não somente a terra, mas também o dinheiro, sob a forma de moeda ou de crédito, podem ser empregados como capital produtivo. De igual modo (...) as mercadorias, pois a atividade produtiva é reconhecida na análise econômica, não pela criação de coisas materiais, mas pela criação de valor” (COMPARATO, 1986, p. 72).

Já os bens de consumo são essas mercadorias que se destacam do fundo de comércio.

Pelas características descritas dos bens de produção, demonstra-se sua maior relevância diante os bens de consumo e, portanto, será possível revesti-los de função social, buscando conciliá-los com os interesses coletivos. Tem-se, nesse sentido, uma empresa, cuja a obtenção de lucros se dá por meio do oferecimento de produtos ou serviços como característica essencial, todavia, cabe ao Estado balizar a atuação dessa livre iniciativa empresarial.

Estará configurado através dessa adequação da atividade empresarial aos interesses difusos a função social da empresa, uma vez que: “Produtos e atividades que apresentem resultados econômicos extraordinários, gerando consumo, empregos, conforto e renda, mas são

comprovadamente, prejudiciais à saúde e deletérios para o planeta – coadunam-se com função social? Não” (PILATI, 2012, p. 72).

Nota-se que a razão econômica de uma atividade empresarial não é absoluta, devendo essa também estar alinhada com os ditames sociais, dentre esses a proteção ao meio ambiente.

Por outro lado, constata-se que as empresas, atualmente, buscam-se afastar da ideia de que seu único objetivo é a obrigação para com seus próprios interesses e maximização de sua riqueza e lucros. A partir de um conceito desenvolvido pelo contexto da *common law*, as empresas procuram reorientar, voluntariamente, seu pensamento quanto as responsabilidades dessa perante a sociedade, em um movimento conhecido por “responsabilidade social da empresa”, que visa a maior integração entre empresa e sociedade, sendo que aquela se considera parte integrante dessa.

Em um conceito que abrange tanto o nível interno quanto o externo do ambiente com o qual uma empresa se relaciona, evoluindo de acordo com atual contexto dos interesses e necessidades de consumidores, investidores, autoridades e organizações.

Contextualizando o tema, no Brasil, esse conceito se apresentou na década 1960, com o primeiro documento de utilização do termo Responsabilidade Social, com a “Carta de Princípios do Dirigente Cristão” (ADCE), em 1969. Quanto à evolução desse tema em território brasileiro, “(...) observa-se que, a partir do final da década de 1980, as empresas brasileiras compreenderam a necessidade de cumprir com sua Função Social, e também com o atendimento às novas determinações do mercado globalizado que se consolidava, submetendo-se, assim, às regras e padrões éticos internacionais. Logo, as questões voltadas à ética e à Responsabilidade Social ganharam espaço e importância no universo empresarial”. (MARTOS, 2015, p. 56).

Desta forma é inegável que o estudo tem relevância jurídica no Brasil, tanto pelo problema ambiental que a queima de peças causa em níveis imensuráveis para o planeta e para a sociedade, e também pelo fato de abordar temas atuais como o *fashion law*, direito ambiental e função social das empresas.

2 MÉTODOS

Em termos metodológicos esse estudo foi desenvolvido por meio de uma pesquisa exploratória que “propõe ao aprimoramento de ideias ou de simples intuições” e ainda

“apresentam um planejamento bastante flexível, que permite ao pesquisador considerar diferentes aspectos relativos ao tema em foco” (MONTEIRO e SAVEDRAS, 2001, p.66).

Pode-se ainda dizer que a pesquisa contará com o método bibliográfico que de acordo com Oliveira (2000, p. 59) “consiste em selecionar o material para leitura e resenha que irá contribuir para análise, síntese e conclusão sobre a situação problema”.

A presente pesquisa também é classificada como documental, já que esta “procura explicar um determinado fenômeno ou evento, a partir de referências teóricas já documentadas” (MONTEIRO e SAVEDRAS, 2001, p.69).

Foi também utilizado o método Analítico-Sintético, o qual permite partir de um texto global, aprofundar-se ao exame minucioso de suas partes, formando assim a compreensão dos fragmentos, que quando agrupados pelo processo de síntese, terá o conhecimento do texto integral.

Ademais, para exemplificar a relação entre *fashion law*, o direito ambiental e a função social da empresa, o estudo visou abordar o caso específico da empresa *Burberry*, adequando-se ao método de “estudo de caso”.

Outrossim, a pesquisa proposta visa estabelecer uma relação entre o Direito da Moda e o Direito Ambiental, sem esquecer a inter-relação entre a função social da empresa. Não tem por finalidade esgotar a reflexão sobre o tema, e que demais pesquisadores se interessem por essa discussão proposta trazendo novos estudos e contribuições para estes assuntos abordados.

3 RESULTADO

O presente trabalho busca sopesar a exclusividade de produtos de moda em relação à danos ambientais ao não cumprimento da função social da empresa. Até que ponto as empresas que prezam por um produto extremamente exclusivo podem alcançar esse objetivo violando direitos difusos?

Trata-se, então, de conflito de interesses. O interesse da empresa *versus* o interesse da coletividade.

O preço que se paga pela exclusividade, além daquele impresso nas etiquetas, envolve outros aspectos que devem ser analisados, e neste caso específico, o dano ambiental ocasionado pela queima de coleções antigas, que, para não ser vendida abaixo do preço e correr o risco de serem “acessíveis”, o empresário decide, sem avaliar maiores consequências, exterminar as peças de forma definitiva.

Esta prática esquiva do que se entende pela função social da empresa. Muitas alternativas poderiam ser utilizadas como doar as peças, utilizá-las em outras produções ou até mesmo vende-las a preços acessíveis para que uma gama maior de consumidores.

Contudo, o empresário de luxo opta por ver as peças virarem cinzas que imaginá-las em um cidadão de classe média. O quanto essa prática é prejudicial a sociedade atual, que passa por um abismo social.

Pode-se inclusive pensar em uma inversão de valores sociais, em que o *status*, a exclusividade e o luxo sobressaem a sadia qualidade de vida preconizada pelo direito ambiental e reafirmada na Constituição Federal Brasileira.

Apesar deste estudo usar como exemplo a queima de mercadorias pela empresa estrangeira *Burberry*, que em 2018 queimou cerca de 141 milhões de reais (correspondente ao estoque do ano de 2017), o impacto é inegavelmente global, como supramencionado.

Para agravar tal cenário, esta prática vem sido repetida por no mínimo 5 anos pela empresa. O dano ambiental não pode corretamente ser mensurado, mas fato é que este existe. A marca de roupas ao repensar o seu “valor social”, sugere o estudo, ao mínimo, avaliar a alternativa de diminuir a sua produção de peças, já que a prática de queima de estoque é frequente.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir deste estudo, denota-se que a empresa não deve centralizar as suas atividades em prol apenas do lucro e do crescimento econômico.

Atualmente, mais que em outros tempos, a empresa tem de se preocupar com questões mais abrangentes, principalmente nos valores perpetuados pela sociedade que está cada vez mais se preocupando com problemáticas de teor socioambiental. O valor de um empreendimento também se mede pelo o que este representa neste âmbito.

Da mesma forma que é perceptível os boicotes à consumo de produtos que fazem testes em animais, que utilizam trabalho análogo à escravo, dentre outras práticas que distanciam da função social, a poluição gerada pelas queimas, literalmente, de estoque podem (se já não forem) motivo para uma queda substancial do lucro.

Assim sendo, mesmo que as empresas priorizem o lucro acima de qualquer valor social e ambiental, podem ver este decair, pouco a pouco, por não zelarem pelo meio ambiente e pela sociedade em que estão inseridas.

Destaca-se, ao fim da pesquisa, que o estudo do *Fashion Law*, mediante tal cenário, vem conquistando a atenção dos operadores do Direito, pois, é sua incumbência tratar de problemáticas bastante complexas, que envolvem o conhecimento de diversas e amplas áreas do estudo jurídico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COMPARATO, Fábio Konder. **Função social da propriedade dos bens de produção**. Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro, n.º. 63. São Paulo. 1986.

MARQUES, José Roberto. **Lições preliminares de direito ambiental**. São Paulo> Editora Verbatim, 2010.

MARTOS, Frederico Thales de Araújo. **Responsabilidade social e sustentabilidade: os novos desafios da empresa moderna**. São Paulo: Lemos e Cruz. 2015.

MELO, Alexandre. **Faturamento do setor têxtil deve subir 5,5% em 2018, aponta Abit**. Valor econômico, São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://www.valor.com.br/empresas/5221045/faturamento-do-setor-textil-deve-subir-55-em-2018-aponta-abit>>. Acesso em: 13 ago. 2017.

MONTEIRO, Geraldo T. Moreira e SAVEDRA, Maria Guimarães. **Metodologia da Pesquisa: Manual para Elaboração e Apresentação de Monografia**. 1 ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2001.

OLIVEIRA, Claudionor dos Santos. **Metodologia Científica: Planejamento e Técnicas de Pesquisa: Uma Visão Holística do Conhecimento Humano**. 1 ed. São Paulo: LTR, 2000.

PILATI, José Isaac. **Propriedade e função social na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2012.

PLÁCIDO, Lucila de Castro. **Fashion law: a relevância jurídica da moda**. Âmbito Jurídico, 2016. Disponível em: <http://www.ambitojuridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=15833&revista_caderno=27>. Acesso em: 13 jul. 2018.

REDAÇÃO O ESTADO DE S. PAULO. **Burberry queima R\$ 141 milhões em produtos que não venderam**. Disponível em: <<https://emails.estadao.com.br/noticias/moda-e-beleza,burberry-queima-r-141-milhoes-em-produtos-que-nao-venderam,70002409239>>. Acesso em: 13 jul. 2018.

FASHION LAW: A RELEVÂNCIA DA PROTEÇÃO JURÍDICA DAS CRIAÇÕES DA MODA FRENTE AO PARADOXO DA PIRATARIA

Ana Paula Pita*

Liliane Vieira Martins Leal**

RESUMO: O *Fashion Law* trata-se de um segmento jurídico específico que se utiliza das legislações existentes, aplicando-as ao mercado da moda. O desafio central da pesquisa consiste em analisar o direito da moda e estabelecer um contraponto entre as violações à propriedade intelectual e o Paradoxo da Pirataria. Para tanto, prioriza-se a pesquisa qualitativa e exploratória, com análise de dados secundários descritiva, além das técnicas bibliográfica e documental. Constata-se que, diante das inovações tecnológicas e da ineficiência do sistema jurídico de proteção intelectual das criações de moda, a reprodução de peças torna-se uma constante, violando os direitos do autor.

Palavras-chave: *Fashion Law*. Propriedade Intelectual. Direitos Autorais. Violações. Paradoxo da Pirataria.

1 OBJETIVO

Moda é a expressão do irracional. Cria tendências, estratifica a sociedade em função dos produtos, reflete uma identidade, originalidade, representa um simbolismo arraigado em referências e inspirações, além de movimentar um mercado bilionário.

Nas últimas décadas, é nítida a expansão do campo da moda, consubstanciada na sobrevalorização da aparência como forma de categorizar a posição do indivíduo no meio social. Corroborando o dinamismo desse universo, no ano de 2017, a cadeia têxtil e de confecção no Brasil obteve um faturamento de U\$45 bilhões, apresentando um incremento de 14,5% em relação ao ano de 2016. Além disso, o setor abrange, aproximadamente, 29.000 empresas formais, colocando o país como o segundo maior produtor e terceiro maior

* Graduada em Direito pela Universidade Federal de Goiás (UFG)/Regional Jataí. E-mail: ana.paula.pita@hotmail.com

** Professora Adjunta do Curso de Direito, Universidade Federal de Goiás (UFG), Regional Jataí. Doutora em Ciências Ambientais, Universidade Federal de Goiás. E-mail: liliane.leal@yahoo.com.br

consumidor de denim do mundo (ABIT, 2018). Esses dados denotam que o mercado da moda, além de uma importante forma de expressão cultural e social, configura um setor de significativa relevância para o processo de economia global, desenvolvimento regional, que gera riquezas, rendas e empregos.

Devido ao fenômeno do crescimento potencial desse segmento no Brasil e no mundo, principalmente, após o surgimento do *fast fashion*, torna-se evidente a potencialização de questões judiciais para dirimir os conflitos inerentes à disputa pelo reconhecimento da obra criativa. Esse fato ocorre porque o direito da moda, um segmento jurídico específico, ainda, encontra-se em construção e consolidação de conceitos, teorias, teses e, sobretudo, de legislações. O que se observa é o fato de que a propriedade intelectual, nesse segmento, é constantemente violada, conforme as disposições legais vigentes.

Nesse ínterim, apresenta-se o propósito geral do trabalho, qual seja: analisar o direito da moda, com ênfase na proteção jurídica da propriedade intelectual das criações, suas características e peculiaridades, além de estabelecer um contraponto entre as violações e a teoria do Paradoxo da Pirataria.

2 MÉTODO

Para a consecução do objeto investigado, a pesquisa subsidia-se no método de abordagem indutivo, uma vez que, por meio da análise de casos particulares, é possível inferir premissas gerais, que evidenciarão uma perspectiva ampla, holística e inteligível do universo pesquisado. Acerca desse método, Marconi e Lakatos (2003, p. 86) argumentam que: “[...] o objetivo dos argumentos indutivos é levar a conclusões cujo conteúdo é muito mais amplo do que o das premissas nas quais se basearam”. A pesquisa, ainda, desenvolve-se sob os pressupostos da abordagem qualitativa e exploratória, com análise dos dados secundários, predominantemente, descritiva. Na pesquisa qualitativa, a preocupação do pesquisador prescinde da representatividade numérica do objeto de estudo, mas aprofunda-se na compreensão de fatos, fenômenos, em contraposição ao modelo positivista aplicado aos estudos sociais (GOLDENBERG, 2004). Os estudos exploratórios propiciam ao investigador potencializar sua experiência em relação ao problema de pesquisa, a partir da análise de uma realidade específica, buscando antecedentes, maiores conhecimentos para, em seguida, analisar os dados de forma descritiva (TRIVIÑOS, 1987).

Quanto à análise dos dados, a pesquisa assume a forma descritiva, em que para Cervo e Bervian (2002, p. 66): “Busca conhecer as diversas situações e relações que ocorrem na vida social, política, econômica e demais aspectos do comportamento humano, tanto do indivíduo tomado isoladamente como de grupos e comunidades mais complexas”.

Quanto às técnicas de pesquisa, priorizam-se a bibliográfica e a documental. A bibliográfica torna-se fundamental para o delineamento dos aportes teóricos, inclusive subsidiando o levantamento e a interpretação/análise dos dados secundários coletados. Utiliza-se a análise documental no levantamento de dados e informações que pudessem relevar os elementos condicionantes à propriedade intelectual e o direito da moda, a partir da análise de decisões e legislações vigentes. O levantamento de dados realiza-se em sites de instituições públicas e privadas, enquanto que o referencial teórico subsidia-se nos aportes teóricos da propriedade intelectual e da teoria do paradoxo da pirataria.

3 RESULTADOS

Inicialmente, compete destacar que a propriedade intelectual trata-se da proteção de toda criação ou invenção decorrente do intelecto humano (bens imateriais), que engloba os direitos do autor e os direitos conexos, a proteção da propriedade industrial, além do resguardo dos direitos de personalidade (imagem, nome, honra). Tem-se, inclusive, que a propriedade intelectual é gênero, do qual a propriedade industrial e os direitos autorais são espécies (MARIOT, 2016, p. 56).

Em 1994, o Brasil tornou-se signatário do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio, denominado de *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (Trips), o qual prevê sobre a proteção das marcas, dos desenhos industriais, da proibição de terceiros fabricarem produtos patenteados, entre outros assuntos relacionados ao tema (JUNGMANN; BONETTI, 2010, p. 21). Assinado tal acordo, os países signatários comprometeram-se a revisar suas leis nacionais de modo a adaptá-las ao estabelecido, além de manter um padrão mínimo de proteção à propriedade intelectual.

No mundo da moda, é proeminente a competitividade, razão pela qual a exclusividade torna-se essencial. As marcas buscam criar uma identidade, de forma a captar os clientes e transmitir uma mensagem por meio de suas peças. Diante disso, o direito configura-se em instrumento de proteção das criações e ideias e, assim, surge a Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/1996). Essa norma infraconstitucional regula os direitos e obrigações inerentes à

propriedade industrial, disciplinando sobre as criações humanas direcionadas à produção em massa, patentes de invenção e de modelos de utilidade, registro dos desenhos industriais e das marcas, exclusividade na exploração da criação, além de reprimir a concorrência desleal e as falsas indicações geográficas. Por outro lado, não são todas as criações que podem ser patenteáveis, de forma que a Lei nº 9.279/1996 atende as invenções com requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial. Enquanto que criações estéticas, entre outras, são excluídas da proteção (BRASIL, 1996).

Além dessa codificação, no ano de 1998, promulga-se a Lei dos Direitos Autorais (Lei nº 9.610), para regulamentar os direitos morais e patrimoniais do autor sobre suas obras e criações decorrentes do esforço intelectual. No entanto, percebe-se que o foco da Lei consiste na proteção dos direitos autorais referentes às obras escritas. Portanto, verifica-se que, apesar das inovações trazidas pela norma, fazem-se necessárias alterações que contemplem especificidades de outras criações como, por exemplo, os casos relacionados à indústria da moda.

A pesquisa revela que, dentre os mais variados contextos do mundo da moda, o mais controverso refere-se à aplicação do direito de propriedade industrial e a proteção do direito autoral aos casos que envolvem às criações do universo *fashion*. Apesar da Lei de Propriedade Intelectual não abranger as criações de moda em sua totalidade, é perceptível que, muitas delas, representam verdadeiras obras de arte, com originalidade, exclusividade, evidenciando, inclusive, uma identidade do próprio autor. Logo, dignas de uma proteção substancialmente específica e efetiva dos ramos protetórios da propriedade industrial e dos direitos do autor.

Ressalta-se ainda que as agências de registro, os cartórios, as autarquias do Estado são demasiadamente burocráticas e lentas, considerando o fato de que no Brasil pode-se esperar até quatro anos pelo deferimento de uma marca e até oito anos pelo deferimento de uma patente, sendo que, nesse tempo, o produto quase sempre já está obsoleto (MARIOT, 2016, p. 16).

Nesse cenário, emergem enfrentamentos judiciais, notadamente, em função das reproduções e cópias de peças não autorizadas, com finalidades comerciais ou pessoais, transcendendo os limites da esfera legal e violando os direitos inerentes ao autor e à propriedade intelectual. Isso ocorre porque o mercado das reproduções constitui um meio rápido, fácil e menos oneroso de comercializar produtos idênticos aos originais. Nesse caso, enseja a responsabilidade civil e penal, pois visualiza-se, claramente, a ilicitude da conduta. Tais impasses, por vezes, são solucionados analogicamente, diante das omissões legais, o que, no campo da moda, torna-se praticamente inviável, tendo em vista que requisitos, como

originalidade e exclusividade, são mitigados em função das referências, tendências e inspirações de épocas e períodos diversos, propiciando uma releitura da visão estética já existente, com fins comerciais ou conceituais.

Dentre os institutos protetórios, destaca-se o *trade dress* que, apesar de não estar presente entre os instrumentos da Lei de Propriedade Industrial, configura uma forma de proteção contra reproduções indevidas, a partir da aplicação das regras de repressão à concorrência desleal, previstas nos arts. 195 e 209, da referida Lei. Define-se o *trade dress* como a “[...] aparência global de determinado produto ou serviço e abrange rótulos, embalagens, configurações, recipientes, assim como a aparência visual dos mais diversos estabelecimentos comerciais” (ANDRADE, 2011 apud GIACCHETTA; SANTOS, 2018, p. 40). Entretanto, a aplicabilidade do instituto, que se relaciona aos elementos específicos de uma marca, ainda, é incipiente no ordenamento jurídico brasileiro, mas existem precedentes jurisprudenciais que reconhecem o *trade dress* como mecanismo de proteção. Cita-se o caso emblemático de disputa judicial entre a Mr. Cat contra a Mr. Foot, que tramitou na 4ª Vara Cível, da comarca de Goiânia/GO. Em trechos da sentença, visualiza-se a descrição de diversos elementos caracterizadores do *trade dress*, tais como a decoração feita com mobiliário de madeira, o logotipo estampado em saquinhos de algodão ou malha exposto no interior da loja, balcões, prateleiras, portas de acesso, em estilo boutique, e nomenclaturas semelhantes entre as marcas, que causariam confusão nos consumidores. Esses elementos contribuíram para a convicção do magistrado no sentido da caracterização da imitação, suscetível, inclusive, de reparação civil por todos os prejuízos comerciais causados à autora da ação (LIRA, 2018). Na Figura 1, visualiza-se a imagem-conjunto que caracteriza as duas marcas de calçados.

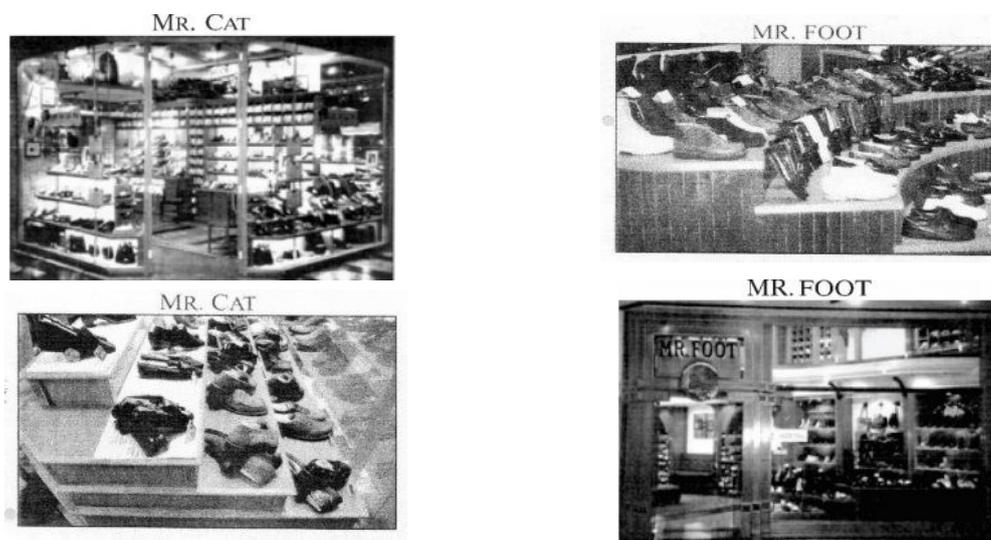


Figura 1 - Semelhanças das lojas Mr. Cat versus Mr. Foot (Fonte: Extraído de Soares, 2017).

Nas lides judiciais, deve-se considerar as peculiaridades que envolvem o mundo *fashion*, pois o valor econômico e a originalidade em relação ao concorrente podem configurar caracteres irrelevantes em determinado litígio sobre a tutela de um produto intelectual. Ilustrando, o caso da cor de um produto é insignificante em uma demanda sobre patente, mas pode ser um fator relevante na apreciação da originalidade do produto no mundo da moda (CABRERA; SILVA, 2014).

No ano de 2003, tramitou no Judiciário brasileiro uma demanda proposta pelo artesão João Batista Castilhos da Rocha contra a renomada Arezzo, em que a sentença exarada reconheceu a violação dos direitos autorais. Na oportunidade, o magistrado destacou que o trabalho do artesão caracteriza uma obra artística, por meio de uma produção intelectual própria e individual, que evidenciam a originalidade e identidade própria. O autor da ação criou manualmente peças utilizando da técnica da marchetaria em tiras de couro e a ré reproduziu os desenhos em sapatos, pulseiras e bolsas. O magistrado, ainda, reconheceu desarrazoada a alegação da requerida quando afirmou que a obra inspirou-se no estilo difundido (*hippie*). Os elementos constantes nos autos contribuíram para o entendimento da criação artística, idealizadas com originalidade e individualidade própria do artesão, concluindo pelo dever de indenizar os danos materiais (R\$30.000,00) e os morais (R\$12.000,00) causados ao autor da demanda, pelo uso não autorizado de seus produtos (RIO GRANDE DO SUL, 2009).

Outro caso emblemático refere-se a uma ação de reparação de danos interposta pela famosa marca de biquínis Poko Pano em face da C&A, em função da cópia de uma estampa da coleção. No ano de 2003, a grife autora apresentou biquínis com a estampa de bonecas na São Paulo *Fashion Week* e, no mesmo ano, a ré começou a vender peças com estampas idênticas em seus estabelecimentos, por preços absurdamente inferiores. A sentença ressalta que a boneca, obra criada pela autora, possui elementos de originalidade e criatividade, tais como cores, formato em relação aos membros, cabelos e padrão dos vestidos, que caracteriza a marca Poko Pano, portanto, inerentes ao direito autoral. Além disso, destaca que, “[...] o consumidor, que acaba optando por adquirir o produto levando em conta aquele diferencial, por preço, muitas vezes, elevado para os padrões normais, ao se deparar com o mesmo desenho, em peças de vestuário, em loja diversa e voltada para um público menos favorecido, sente-se enganado, frustrado, não sendo raro que suponha ter adquirido, em estabelecimento de grife renomada, produto copiado, por preço exorbitante, o que, por certo, acaba por denegrir a imagem da empresa”. (SENTENÇA..., 2007).

A Figura 2 demonstra o biquíni da coleção verão 2003, com a estampa da boneca com características étnicas.



Figura 2 - Biquíni Poko Pano - Coleção verão 2003
Fonte: Extraída do Portal UOL (2003).

Por fim, a ré foi condenada ao pagamento de indenização por danos materiais no valor de R\$53.700,00 (cinquenta e três mil e setecentos reais), bem como aos danos morais na importância de R\$50.000,00 (cinquenta mil reais), conforme os termos da decisão (SENTENÇA..., 2007).

No entanto, diante da análise dos casos apresentados envolvendo grandes marcas e que tramitaram no Poder Judiciário, observa-se que os tribunais têm assegurado os direitos do autor, com fundamento nas criações que revelam uma originalidade e exclusividade, com a consequente responsabilidade civil pelos prejuízos decorrentes dos danos morais e materiais. Verifica-se que, cada vez mais, os autores e as marcas têm buscado a prestação da tutela jurisdicional para assegurar suas criações e mitigar o uso indevido de suas obras, para que os direitos inerentes à propriedade intelectual sejam reconhecidos.

Não obstante a isso, o mercado da pirataria ganha destaque no cenário da moda, por meio das reproduções, distribuições e comercializações não autorizadas pelo autor da obra

intelectual. Esse fato ocorre, principalmente, em virtude da relação dialógica que se estabelece entre o desejo de consumo e a impossibilidade de aquisição. Somado a isso, indubitavelmente, têm-se os preços inferiores dos produtos pirateados. Desse modo, a atividade é mantida por consumidores que buscam produtos similares, no entanto, comercializados de forma ilegal.

Ademais, cabe destacar que o Código Penal tipifica os crimes contra a propriedade intelectual, em título e capítulo próprio, prevendo sanções para a violação dos direitos autorais, distribuição ilegal de filmes, jogos e músicas, entre outros. As violações aos direitos da propriedade intelectual são categorizadas da seguinte forma: pirataria, contrafação, plágio e concorrência desleal.

A pirataria trata-se de uma prática de reproduzir uma obra intelectual, sem a autorização do autor do produto, para fins de comercialização ilegal ou para uso pessoal. Nada mais é do que uma cópia, distribuição ou comercialização de uma obra existente não autorizada pelo autor (TOSCHI, 2015).

A contrafação, sinteticamente, é a reprodução não autorizada, conforme dispõe o art. 5º, VII, da Lei nº 9.610/1998 (BRASIL, 1998). Nesse caso, não há o interesse de violar os direitos da personalidade do autor, como é o caso do direito de paternidade. Conforme o entendimento de Zanini (2017, p. 81), o que ocorre, normalmente, é que o contrafator indica a autoria da obra, mas prejudica o autor quanto ao aproveitamento econômico. Desse modo, a contrafação relaciona-se diretamente aos aspectos patrimoniais, ao auferir indevidamente os proventos econômicos da obra, que pertencem essencialmente ao autor. Essa modalidade é mais ampla que a pirataria, pois abrange não só as reproduções não autorizadas de obras autorais, como também a propriedade industrial sobre as marcas registradas.

O plágio, por sua vez, constitui violação aos direitos da personalidade do autor, sobretudo, ao reconhecimento da paternidade. A conduta do plagiador está intimamente ligada ao reconhecimento e fama em função dos direitos da personalidade do verdadeiro autor (ZANINI, 2017). Por isso, no plágio, ocorre a apresentação de um trabalho alheio como próprio, por meio do aproveitamento disfarçado de parte ou total da obra e elementos criativos alheios (CHAVES, 1983 apud ZANINI, 2017). Em síntese, reproduz elementos criativos da obra intelectual de outrem, fazendo crer que a obra é de autoria daquele que plagiou. Interessante destacar que, no plágio, não há necessidade de uma reprodução fiel, mas apenas a apropriação de elementos característicos da obra original.

A página @diet_prada existente na rede social *Instagram* expõe, lado a lado, o plágio cometido por marcas renomadas no mundo da moda. O nome da conta faz referência à famosa marca Prada, e o termo “*diet*” refere-se às cópias, que são versões mais acessíveis.

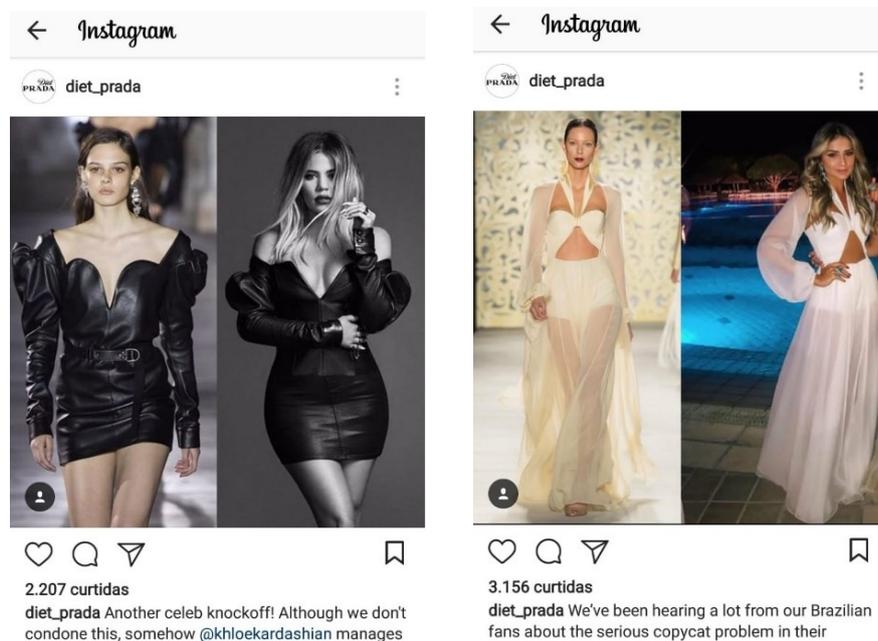


Figura 3 - Publicações no *Instagram*, na página @diet_prada - 2017
Fonte: Extraídas do *Instagram* (2017a, 2017b).

As publicações apresentadas na imagem (Figura 3) demonstram plágios notórios cometidos por marcas da indústria da moda, que são comercializados com valores absurdamente inferiores e, geralmente, alcançam um público maior, já que atendem diferentes classes de consumidores.

A busca pelo novo e pelo sucesso no mundo da moda são as principais causas do plágio nesse universo. As marcas desejam ser associadas ao que causa desejo e, diante disso, podem copiar produtos de autoria de outros designers.

Nesse ano, comprovando a atualidade do assunto, por meio da rede social *Instagram*, a designer britânica Katie Jones acusou a marca carioca *Farm* de plágio, visto que copiou uma peça de tricô colorido, conforme a Figura 4 abaixo.



Figura 4 - Publicação no *Instagram* da designer britânica Katie Jones
Fonte: Extraída do *Instagram* (2018).

Por fim, na concorrência desleal, há uma prática industrial ou comercial desonesta, na tentativa de confundir ou induzir o consumidor ao erro, utilizando para tanto, da cópia ou imitação de símbolo distintivo ou produto criado pelo autor (CARDOSO, 2016). A Lei de Propriedade Industrial (Lei 9.279/1996), no art. 2º, V, prevê que os direitos à propriedade industrial são assegurados mediante repressão à concorrência desleal (BRASIL, 1996). E o art. 195, da mesma codificação legal, elenca os atos que configuram o crime de concorrência desleal.

Uma disputa judicial brasileira sobre a concorrência desleal envolveu a marca brasileira Monange e a gigante do mercado *Victoria's Secret*. A primeira realizou o *Monange Dream Fashion Tour*, com elementos semelhantes ao *Victoria's Secret Fashion Show*, desfile anual de *lingeries*, em que as modelos são caracterizadas como anjos (Figura 5).



Figura 5 - Comparação dos desfiles da *Monage Dream Fashion Tour* e *Victoria's Secret Fashion Show*
Fonte: Extraída de Studio Della Moda (2011).

A imagem comparativa (Figura 5) demonstra a conduta da ré subsumida na caracterização da concorrência parasitária. É necessário fazer um adendo à diferenciação da concorrência desleal com a concorrência parasitária: na primeira, as marcas concorrem diretamente no mercado e, na segunda, as marcas não necessariamente concorrem diretamente (por exemplo, uma marca de alta costura francesa e uma rede de loja de departamentos brasileira). A decisão de primeira instância corroborou a concorrência desleal, eis que a infratora utilizou, indevidamente, do prestígio e da fama da concorrente, que se trata de uma marca mundialmente conhecida de produtos de cosméticos, acessórios, roupas, etc., além de produtora de famosos desfiles, em que as modelos são conhecidas como “Angels” (RIO DE JANEIRO, 2012). O Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro confirmou a decisão de primeira instância e condenou os organizadores do evento *Monage Dream Fashion Tour* à indenização no valor de R\$100.000,00 (cem mil reais) e a obrigação de não fazer, caracterizada na conduta de se abster de utilizar os elementos característicos do evento do *Victoria's Secret Fashion Show*, notadamente, as asas de anjo e as plumas, determinando uma pena de multa diária no valor de R\$50.000,00 (cinquenta mil reais) (RIO DE JANEIRO, 2013).

Nesse cenário de violações à propriedade intelectual, surge a teoria do Paradoxo da pirataria, proposta pelos professores Raustiala e Sprigman (2006, p. 1.718, tradução nossa), da Universidade da Califórnia e de Nova York, respectivamente. Os autores escreveram um artigo no ano de 2006, intitulado “*The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in*

Fashion Design”⁷, em que dissertam acerca dessa teoria e alegam que a cópia fomenta a moda, visto que criam tendência e propagam a marca (regime de livre apropriação). A tese subsidia-se nos pressupostos de que as cópias estimulam a inovação, estabelecendo um ciclo de criação constante, tendo em vista que o estilista e a marca são diferentes perante o mercado (RAUSTIALA; SPRIGMAN, 2006, p. 1.689, tradução nossa).

A teoria do Paradoxo da Pirataria possui dois conceitos, quais sejam, o da obsolescência induzida (*induced obsolescence*) e do ancoramento (*anchoring*). O primeiro conceito pressupõe que a moda é estruturada em uma pirâmide, em que o topo é formado pelas criações de alta moda (*maisons* de alta costura), na posição intermediária, apresenta-se o que os autores intitulam de *better fashion*, e, na base da pirâmide, encontram-se as marcas de menor preço, com peças mais básicas. A estrutura serve para mostrar que quanto mais alta a posição na pirâmide, mais informações de moda, mais inovação e maiores preços (RAUSTIALA; SPRIGMAN, 2006, p. 1.718, tradução nossa).

Já o ancoramento trata-se da ideia de que as cópias geram o aumento da visibilidade do design por meio da divulgação, o que por consequência provocam a saturação e a necessidade de inovação (RAUSTIALA; SPRIGMAN, 2006, p. 1.728, tradução nossa).

Com essa teoria, os autores levantam a discussão do motivo pelo qual a moda sobrevive com altos faturamentos, mesmo com o alto volume de cópias e os não tão eficientes sistemas de proteção à propriedade intelectual, diferentemente do que acontece com a indústria cinematográfica e musical (RAUSTIALA; SPRIGMAN, 2006, p. 1.762, tradução nossa).

A explicação reside justamente no fato da baixa proteção da propriedade intelectual (limitada apenas a alguns elementos) que possibilita a cópia e, conseqüentemente, estimula a inovação. Diversamente do que ocorre com outros setores, em que a proteção da propriedade intelectual é tradicionalmente utilizada para assegurar os direitos do autor, proibindo a reprodução e apropriação não autorizada, além de permitir a cessão do direito de uso por meio de vantagens econômicas.

Ademais, existe um equilíbrio no sistema de baixa proteção à propriedade intelectual no mundo da moda, já que, mesmo os melhores designers, cujas criações são copiadas, geralmente, em algum momento, também criam peças inspiradas em alguma tendência (RAUSTIALA; SPRIGMAN, 2006, p. 1.766, tradução nossa). A cópia, nesse equilíbrio, contribui, *a priori*, para o surgimento de novas tendências e, posteriormente, colabora para a extinção delas, cedendo lugar a outras.

⁷ Tradução nossa: O paradoxo da pirataria: inovação e propriedade intelectual no design de moda.

A teoria, no entanto, tem várias adversidades, posto que outros autores alegam que as cópias estimulam a produção exploratória dessas peças, geram lucro a quem não produziu o design (visto que as peças têm baixos preços), além de associar a marca às peças de qualidade inferior aos originais. Hemphill e Gersen (2009) contradizem a teoria, quando afirmam que a moda, ao mesmo tempo, estabelece um *status*, que se contrapõe à expressão cultural e se relaciona à riqueza e às características da sociedade, envolve uma percepção coletiva (*zeitgeist*), em que gostos coletivos originam-se de escolhas individuais entre diversos estilos, para, assim, criar as tendências. Por isso, a inovação, por propiciar uma mudança na forma de expressão, é desejada socialmente. Além disso, asseguram que a cópia em larga escala reduz drasticamente os lucros das empresas criativas, além de mitigar o processo de inovação.

Nessa linha de intelecção, um sistema forte de proteção da propriedade intelectual consiste em requisito elementar para os investimentos, considerando que permite a apropriação dos resultados do investimento e, conseqüentemente, atrai maior interesse. Os autores Giacchetta e Santos (2018, p. 46) afirmam que: “[...] a regulação seria uma forma de igualar o jogo entre os estilistas iniciantes e as grandes empresas da moda, na medida em que os iniciantes teriam um incentivo à inovação por meio da proteção e a garantia do retorno de seus investimentos sem que tenham suas peças prejudicadas pelas imitações”.

A cópia, na medida em que rompe com o ideal de exclusividade, propicia uma rejeição sobre a peça original, fazendo com que o produto se torne obsoleto mais rapidamente. Nesse caso, como a vida útil do produto foi interrompida, a empresa responsável pela criação pode não recuperar os investimentos realizados, causando-lhe prejuízos (ARAÚJO, 2018).

O dinamismo da indústria da moda requer uma proteção intelectual, pois há tendências que são passageiras, mas outras perpetuam, ultrapassando as barreiras do tempo e do espaço. É o caso, por exemplo, dos óculos de sol Ray Ban, do monograma estampado nas bolsas da marca francesa Louis Vuitton, da camisa polo Ralph Lauren, entre outros. Indubitavelmente, essas empresas investiram em proteção intelectual, na tentativa de inibir as cópias e se manter no mercado, pois o preço de venda das cópias é ínfimo quando comparado ao valor do original, que se destina a um público restrito de consumidores.

Ilustrando, cita-se o caso da marca de alta costura *Dior* e da *Bihor Couture*, marca criada por moradores de uma região na Romênia. Nesse caso, ocorreu o inverso do comum: uma grande marca copiou o *design* de uma pequena comunidade (QUEBRANDO O TABU, 2018).

A página Quebrando o Tabu, na rede social *Facebook*, noticiou que o povo de uma pequena região da Romênia denominada *Bihor* criou um casaco, que foi copiado pela marca

Dior para uma coleção, e vendido por 30.000 euros. A marca de alto renome não compartilhou créditos, e nenhuma parte dos lucros foi cedida à comunidade local. Além disso, a cópia apropriava-se de uma cultura com identidade e características próprias (QUEBRANDO O TABU, 2018). A Figura 6 ilustra claramente as semelhanças dos casacos das referidas marcas.



Figura 6 - Bihor versus Dior - semelhanças entre os casacos
Fonte: Quebrando o Tabu (2018).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Malgrado a indiscutível relevância do assunto, o crescimento significativo do mercado da moda faz emergir a necessidade de se estabelecer normas específicas para regularizar as criações intelectuais, principalmente, quanto à propriedade intelectual, que a cada dia se apresenta mais vulnerável diante das inovações tecnológicas e da ineficiência das leis vigentes em relação a este setor, facilitando o acesso à informação e à reprodução de peças.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIT. Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção. **Perfil do Setor**. São Paulo, 2018. Disponível em: <<http://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>>. Acesso em: 15 jun. 2018.

ARAÚJO, Cristiano Reis. Desenho industrial e direito autoral: a possibilidade de dupla proteção do design de moda no ordenamento jurídico brasileiro. In: ROSINA, Mônica Setffen Guise; CURY, Maria Fernanda (Coord.). **Fashion law: direito e moda no Brasil**. São Paulo: Thomson Reuters, 2018. p. 131-153.

BRASIL. Lei nº 9.279 de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial [da] União**, Brasília, DF, 15 maio 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm>. Acesso em: 27 nov. 2017.

CABRERA, Rafaela Ferreira; SILVA, Caíque Tomaz Leite da. Fashion law: o direito de propriedade intelectual e a indústria da moda. **Revista Jurídica Centro Universitário Estácio (UniSEB)**, Ribeirão Preto, ano 4, n. 4, p. 25-38, out. 2014.

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

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

GIACCHETTA, André Zonaro; SANTOS, Matheus Chucrí. A proteção do design das criações de moda pela propriedade intelectual: breve análise do panorama atual de proteção específica para o design das criações de moda. In: ROSINA, Mônica Setffen Guise; CURY, Maria Fernanda (Coord.). **Fashion law**: direito e moda no Brasil. São Paulo: Thomson Reuters, 2018. p. 25-51.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. 8. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

HEMPHILL, C. Scott; GERSEN, Jeannie Suk. The law, culture, and economics of fashion. **Stanford Law Review**, v. 61, n. 5, p. 1147-1199, Mar. 2009. Disponível em: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1323487>. Acesso em: 15 jun. 2018.

INSTAGRAM. **@diet_prada**. Post. [S.l.], 9 out. 2017a. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BaCflynlRYD/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=7smp449k5rqn>. Acesso em: 10 jun. 2018.

_____. **@diet_prada**. Post. [S.l.], 23 out. 2017b. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bam3e13FzPq/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=1oi3kkn0l0m31>. Acesso em: 10 jun. 2018.

_____. **@katiejonesknit**. Post. [S.l.], 17 abr. 2018. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bhqbh9Wgg4_/?utm_source=ig_embed>. Acesso em: 10 jun. 2018.

JUNGMANN, Diana de Mello; BONETTI, Esther Aquemi. **A caminho da inovação**: proteção e negócios com bens de propriedade intelectual: guia para o empresário. Brasília: IEL, 2010. 125 p.

LIRA, Vitor do Amaral. Proteção do conjunto-imagem caracterizado por cores intrínsecas às marcas de artigos de luxo. In: ROSINA, Mônica Setffen Guise; CURY, Maria Fernanda (Coord.). **Fashion law**: direito e moda no Brasil. São Paulo: Thomson Reuters, 2018. p. 155-167.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARIOT, Gilberto. **Fashion law**: a moda nos tribunais. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016. 311 p.

PORTAL UOL. **SPFW**: verão 2003 RTW Poko Pano. São Paulo, 2003. Disponível em: <<https://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2003-rtw/poko-pano/3542/colecao/52/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

QUEBRANDO O TABU. Bihor x Dior: uma vila da Romênia se uniu pra enfrentar a gigante da moda Dior. **Facebook**, [S.l.], 6 jul. 2018. 1 vídeo (2 mim 18 s). Disponível em: <<https://www.facebook.com/quebrandootabu/videos/1986253301431047/>>. Acesso em: 6 de jul. 2018.

RAUSTIALA, Kal; SPRIGMAN, Christopher Jon. The Piracy Paradox: innovation and intellectual property in fashion design. **Virginia Law Review**, Charlottesville, v. 92, n. 8, p. 1.687-1.777, Dec. 2006. Disponível em: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=878401>. Acesso em: 23 jun. 2018.

RIO DE JANEIRO (Estado). Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro. Embargos infringentes nº 0121544-64.2011.8.19.0001, da Décima Quarta Câmara Cível. Relator: Desembargador Cleber Ghelfenstein. Rio de Janeiro, 15 de agosto de 2013. **Diário [da] Justiça Eletrônico**, Rio de Janeiro, n. 1673365, p. 321-322, 4 set. 2013. Disponível em: <<http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=0004BE3EE1CD63E80729D8433C4F4E92ABDFC5023A24085E&USER=>>>. Acesso em: 22 jun. 2018.

_____. Comarca da Capital. Indenização por dano moral (Processo nº 0121544-64.2011.8.19.0001), da Quinta Vara Empresarial. **Sentença**. Juíza: Maria da Penha Nobre Mauro. Rio de Janeiro, 29 mar. 2012. Disponível em: <http://www.migalhas.com.br/arquivo_artigo/art20130816-10.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2018.

RIO GRANDE DO SUL (Estado). Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul. Ação indenizatória nº 001/1.05.0034980-4, Vara Cível do Foro Regional Partenon. Juiz de Direito: Ricardo Pippi Schmidt. Porto Alegre, RS, 19 de agosto de 2009. **Diário [da] Justiça Eletrônico**, Porto Alegre, n. 745, 31 ago. 2009. Disponível em: <<http://www.tjrs.jus.br/busca/?tb=proc>>. Acesso em: 15 maio 2018.

SENTENÇA confirma liminar que obrigou a C&A a tirar de circulação produtos copiados da empresa Poko Pano. **Migalhas**, Ribeirão Preto, 23 ago. 2007. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/Quentes/17,MI44146,21048-Sentenca+confirma+liminar+que+obrigou+a+CA+a+tirar+de+circulacao>>. Acesso em: 20 maio. 2018.

SOARES, José Carlos Tinoco. O emprego inadequado do termo *trade dress*. **Portal Intelectual**, Rio de Janeiro, 16 jan. 2017. Disponível em <<https://portalintelectual.com.br/portal/o-emprego-inadequado-do-termo-trade-dress/>>. Acesso em: 2 maio 2018.

STUDIO DELLA MODA. **Monange plagiou Victoria's Secret?** [S.l], 10 jun. 2011. Disponível em <<http://studiodellamoda.blogspot.com/2011/06/monange-plagiou-victorias-secret.html>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

TOSCHI, Thays Leite. A moda e as violações mais conhecidas na propriedade intelectual: pirataria, contrafação e plágio. **Thays Toschi** [Blog], São Paulo, 7 abr. 2015. Disponível em: <<https://thaystoschi.com.br/a-moda-e-as-violacoes-mais-conhecidas-na-propriedade-intelectual-pirataria-contrafacao-e-plagio/>>. Acesso em: 21 maio 2018.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

ZANINI, Leonardo Estevam de Assis. Notas sobre o plágio e a contrafação. **Revista do Tribunal Regional Federal da 1ª Região**, Brasília, v. 29, n. 3/4, p. 74-84, mar./abr. 2017.

O REGIME DE ESCALAS NO FASHION LAW E AS NOVAS REGRAS TRABALHISTAS

Aline Cristina Galvão Leandro*

RESUMO: Este estudo tem como objetivo a observância a respeito das novas regras trabalhistas e o impacto no regime de escalas de shoppings centers. Além, de como estas variações protegem as diretrizes presentes no fashion law, desde o topo da pirâmide hierárquica até sua base como forma de proteção aos direitos humanos. Tal pesquisa em campo, trata não somente o consumidor externo atingido pelo branding mas também o interno como protagonista, sua relação de trabalho e qualidade de vida.

Palavras-chave: Reforma trabalhista; Forças externas; Direitos Humanos; Malls; Shoppings Centers; OIT; Dinamismo; Fashion law; taxa sindical voluntária; qualidade de vida.

1 INTRODUÇÃO

Segundo Wikipédia Fashion Law (Direito da moda), ramo do Direito, surgiu em 2006 como disciplina na Fordham University, em Nova York. E, no Brasil, existe desde 2012 e busca proteger empresários e artistas quanto seus Direitos e Deveres, assim como, vedar a marca em relação a trabalho escravo, infantil e da proteção às modelos. Principalmente, a legislação oferecida ao mercado de luxo.

“Muitas vezes as marcas têm produtos que as identificam, tornando-as objeto de desejo (logomarcas e símbolos)”.

Atualmente, as principais marcas de moda premium estão em shoppings centers e estão sujeitas em sua maioria por regime de escalas de trabalho 6x1. Basicamente, as regras são 6 dias trabalhados para um de descanso.

De acordo com o Decreto no. 27.048, de 12/08/1949:

“Todo empregado tem direito a repouso semanal remunerado num dia de cada semana, preferencialmente aos domingos, nos feriados civis e nos religiosos, de acordo com a tradição, local, sendo ele horista ou mensalista”.

* Graduada em Administração de empresas pela Unifeb, Brasil; especializada em Design Thinking pela Universidade de Stanford, Estados Unidos. Estudante do 3º termo da graduação de Direito pela Unip e Estácio de Sá, Brasil. E-mail: alineleandro.adm@gmail.com

Súmula 146 do TST: “O trabalho prestado em domingos e feriados, não compensado, deve ser pago em dobro, sem prejuízo da remuneração relativa ao repouso semanal”.

2 Escala de trabalho (6x1) x Novas Regras Trabalhista

Grandes Shoppings Centers, como a Multiplan, seguem padrões trabalhistas internacionais e regras do comércio mundial. Pois, as forças das marcas multinacionais nas quais envolvem basicamente 8 convenções tidas como os pilares da OIT, divididas em quatro categorias a saber:

- 1- Liberdade de associação e negociação coletivas (Convenções no. 87 e 98);
- 2- Eliminação do trabalho forçado e escravo (Convenções no. 29 e 105);
- 3- Eliminação da discriminação em relação ao emprego e à ocupação (Convenção no. 100 e 111) e;
- 4- Abolição de trabalho infantil (Convenções no. 138 e 182);

Essas convenções estabelecem os padrões trabalhistas fundamentais ou “core labour standards” e representam o núcleo duro das discussões a aglutinação de forças OMC (Organização Mundial do Comércio) e OIT (Organização Internacional do Trabalho) são indicados relativos aos padrões trabalhistas versam apenas sobre a liberdade de negociação e associação, trabalho infantil, trabalho forçado e não-discriminação.

Dentre o regime de trabalho, as escalas de trabalho determinam as regras de entrada e saída dos colaboradores da empresa. No qual, o jornada de trabalho 6x1, define basicamente que serão 6 dias trabalhados para 1 de descanso. E, diferentemente dos homens, as mulheres são ainda mais beneficiadas nessa regra, já que são obrigadas a folgar a cada 15 dias no domingo.

Juntamente com os “Job Description”s de cada empresa e comportamento a cada coleção, os colaboradores ficam divididos entre o glamour e a realidade do trabalho.

Geralmente, o planejamento de uma coleção é semestral, juntamente, com as tendências de moda assinadas pelos estilistas criadores ou patrocinadas pela marca. Nesta transição, mudando-se os comportamentos do consumidor e os picos de movimento de acordo com a oferta ou exclusividade lançada, são projetadas também as metas a serem alcançadas.

Porém, em algumas “janelas” de oportunidades pode haver a extensão de horas para maior aproveitamento e manutenção de resultados. Principalmente, aos cargos comissionados e, favoravelmente, a legislação trabalhista foi reformada dando maior qualidade de vida e

poupando os colaboradores dos desgastes sazonais de picos de venda nas “viradas” de coleção e aumento de vendas.

Com a Reforma trabalhista é possível programar e negociar as jornadas, as férias, em até 3 períodos, sendo 1 delas não inferior a 14 dias e os restantes correspondentes, tendo maior descanso, qualidade de vida e equilíbrio emocional dos colaboradores. Estes, favorecem o aumento do resultado e melhoria do clima organizacional da empresa.

Em ambientes de banco de horas pode ocorrer a compensação de até 10h por mês e, a cada 12h de jornada deve ser seguida por 36h de descanso remunerado. Nos contratos de 25h, por semana para até 30h sem extra, sendo vedado 2 dias antes de feriado ou que anteceda repouso semanal remunerado. A contribuição sindical, antes regulamentada e obrigatória para assegurar os trabalhadores de seus direitos, passou a ser voluntária e opcional.

Outra flexibilidade ainda vista com receio pelos juristas é a abertura da insalubridade a grávidas e lactantes, sendo um avanço evolutivo, porém, ainda muito precoce à luz da Legislação Trabalhista Brasileira.

Em relação às terceirizações, dentro do período inferior de 18 meses é vedada que uma pessoa sob regime de CLT seja contratada como PJ (pessoa jurídica). Esta orientação atual protege, principalmente, gestores e cargos de alta direção os protegendo e dando segurança jurídica nas relações.

2.1 Novas regras trabalhistas x Regime Fashion Law

- Negociação das jornadas e férias (em até 3 períodos);
 - Compensação de 10h/mês;
 - A cada 12h/jornada deve ser seguida por 36h;
 - Contrato de 25h/semana para até 30h/semana sem extra;
 - Vedado: 2 dias antes/feriado ou antecede repouso semanal remunerado;
 - Se férias em até 3 períodos, sendo 1 deles não inferior a 14 dias e os restantes correspondentes;
 - Imposto sindical voluntário, opção trabalhador/sindicato;
 - Abertura a flexibilização da insalubridade a grávidas e lactantes;
 - Regulamentação da terceirização dentro do período inferior de 18 meses é vedada que uma pessoa sob regime de CLT seja contratada como PJ;
- CRIAÇÃO DE UM NOVO DISPOSITIVO JURÍDICO:** a demissão em comum acordo a multa de 40% do FGTS é reduzida a 20% e o aviso prévio fica restrito

de 15 dias, dando ao trabalhador a 80% do dinheiro na conta do Fundo e excluindo seu direito de receber o seguro-desemprego.

- ver OIT;
- práticas escalonarias.

2.2 QUESTIONÁRIO SEMIESTRUTURADO – IGUATEMI (GESTORES)

	Inbrands*	Restoque S.A	Hugo Boss
Tempo de empresa		2 meses (Rosa Chá) 6 anos (John John) 3 anos (Le Lis Blanc)	3 anos
Faixa salarial		Love Mondays:	Love Mondays:
Total de empresas			
Relação com investidores e superiores hierárquicos (clima organizacional)		Boa Ótima Ótima	Ótima
Tarefas na folga		Passeio no campo com a família; Esportes; Bares e eventos sociais.	Esportes e restaurantes.
Faixa etária e quantas vezes vê amigos fora de casa.		Apenas familiares; Mínimo 3 vezes/semana; Ao menos 1 vez por semana.	1 vez por semana.
Troca de coleção x colaboradores		Estímulo na troca; Motivados; Proativo e Motivado;	Euforia na mudança no ambiente.
Férias		Planejamento sazonal – vantajoso; Causa menor	Flexibiliza e diminui o desgaste a programação das férias

		desgaste (flexibiliza); Flexibiliza e diminui o desgaste.	fracionada voltada a troca de coleção pois é mais interessante, motiva e, ajuda na performance em busca de resultados com maior planejamento.
Licença maternidade x insalubridade		Precoce iniciativa; Precoce; Positiva aderiria.	Precoce ao mercado brasileiro.
Sindicato		De acordo com a opção; Opcional imposto; Opcional / Desconhecia a normatização e não usa o serviço;	Prefere ser opcional.
Colaborador x gestor no momento da dispensa		Positivo nas relações; Positivo nas relações; Positivo nas relações.	Positiva nas relações trabalhistas.

*Inbrands: não entrevistada por reservas legais em relação ao mall e processos em tramite na vara trabalhista com a holding, relacionados a trabalho escravo e preservação de direitos.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com as novas regras trabalhistas, o presente artigo defende a saúde mental dos trabalhadores e adoção da estratégia defensiva e bloqueios contra o sofrimento psíquico.

Especificamente, o mundo dos Shoppings Centers e Malls no mercado de consumo possui condições de trabalho específicas para o ambiente trabalhista em relação a vida e saúde.

Além, do comportamento do colaborador em relação a tempo ocioso e sazonalidades de produto. Como demonstrado em pesquisa em campo é possível adequar as novas condições de maneira positiva e equilibrada no regime de escala 6x1, tornando amigável a relação hierárquica

tanto entre as holdings com branding em Malls como o relacionamento de rede ou franquia e seus subordinados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COMÉRCIO INTERNACIONAL E PADRÕES TRABALHISTAS: A FALÁCIA DO DISCURSO HUMANITÁRIO; Roberto Di Sena Júnior, **II Fórum de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal de Santa Catarina**, realizado no CCJ/UFSC.

LANGILLE, Brian A. Eight ways to think about international labour standards. **Journal of World Trade: law, economics, public policy**. Genebra, v. 31, n.4, p. 27-53, ago. 1997.

PANAGARIYA, Arvind. Trade – labour link: a post-Seattle analyses. Disponível em: <www.cid.harvard.edu/cidtrade/issues/labourpaper>. Acesso em 22 jan. 2019.

FASHION LAW. **Wikipedia**. Disponível: <https://en.wikipedia.org/wiki/Fashion_law>. Acesso em 22 jan. 2019.

FASHION LAW. **Harvard Academics**. Disponível em: <<https://hls.harvard.edu/academics/curriculum/catalog/default.aspx?o=71170d>>. Acesso em: 22 jan. 2019.

MUDANÇA NAS REGRAS TRABALHISTAS PODE CAUSAR ONDA DE PROCESSOS NA JUSTIÇA. Douglas Gavras, **O Estado de S.Paulo**, Julho, 2017.

REFORMA TRABALHISTA: **Consolidação das Leis Trabalhistas**. Disponível em: <<https://examedaoab.jusbrasil.com.br/noticias/477395550/reforma-trabalhista-e-aprovada-no-senado-confira-o-que-muda-na-lei>>. Acesso em: 22 jan. 2019.