

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. Ressalte-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.