

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL – INPI

AMANDA CRISTINA GOMES LYRA

PROPRIEDADE INTELECTUAL E O DESIGN DE MODA – CARTILHA PRÁTICA E
DIDÁTICA PARA O PROFISSIONAL DA MODA

Rio de Janeiro
2018

Amanda Cristina Gomes Lyra

Propriedade Intelectual e o Design de Moda – Cartilha Prática e Didática para o Profissional da Moda

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação, da Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento – Divisão de Pós-Graduação e Pesquisa, Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Propriedade Intelectual e Inovação.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Carvalho Rodrigues

Coorientadora: Dra. Patricia Pereira Peralta

Rio de Janeiro
2018

Amanda Cristina Gomes Lyra

Propriedade Intelectual e o Design de Moda – Cartilha Prática e Didática para o Profissional da Moda

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação, da Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento – Divisão de Pós-Graduação e Pesquisa, Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Propriedade Intelectual e Inovação.

Aprovada em:

Dr. Ricardo Carvalho Rodrigues

Dra. Patrícia Pereira Peralta

Ma. Deborah Portilho Marques de Souza

Dra. Rita Pinheiro Machado

Dr. Luiz André Felizardo Silva Schlittler

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais por todo pelo carinho palavras de incentivo, amor e apoio, mesmo sabendo que o mestrado significaria ficar longe de casa e deles. Enfim, por serem meu porto seguro.

À minha irmã por toda cumplicidade, mesmo de longe, e por preencher o vazio em casa e me incentivar do jeitinho dela.

Aos meus amigos por todo apoio, carinho, broncas, por me ouvirem e se fazerem presentes. Em especial para meus amigos irmãos Carol, Filipe e Cris, apenas por serem vocês.

À minha família pelo incentivo e por entenderem minha ausência.

Aos meus pais postiços, no Rio de Janeiro, Manoel e Graça por me receberem como uma filha e por cuidarem de mim com tanto carinho. Aos meus irmãos postiços e seus respectivos agregados pelo companheirismo, carinho e brincadeiras de sempre, com vocês tudo ficou mais leve!

À Fer e ao Rafa por fazerem da casa de vocês uma extensão da minha na zona sul, pela amizade, conselhos, jantares, brincadeiras, por estarem sempre disponíveis e presentes.

Aos meus colegas do mestrado por toda parceria, apoio, pelo conhecimento e por dividirem todas as angústias dessa reta final. Aos meus amigos, Pedro e Luana, por estarem sempre presentes, pelo drama, pela diversão, pelos áudios, por me ouvirem e pela amizade fora do mestrado.

Agradeço aos professores do Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação do INPI pela dedicação e disponibilidade.

Ao meu orientador por todo aprendizado, disponibilidade, amizade e cobranças.

A minha coorientadora por sua essencial colaboração e disponibilidade nessa reta final.

À Patrícia Trotte, Evanildo e Mara, pela ajuda e auxílios prestados.

LYRA, Amanda Cristina Gomes. **Propriedade Intelectual e o Design de Moda – Cartilha Prática e Didática para o Profissional da Moda.** Dissertação de Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação – Coordenação de Programas de Pós-Graduação e Pesquisa, Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2018.

RESUMO

O trabalho apresentado aborda a possibilidade de proteção das criações da moda, em especial do Design de Moda. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica empírica na base de dados do INPI e jurisprudencial, utilizando diversas informações sobre o setor da indústria da moda para uma melhor visualização das necessidades dos profissionais de Design de Moda. Estes dados permitem uma melhor compreensão acerca das possibilidades de proteção das criações de moda e das dificuldades enfrentadas em razão da diversidade de formas de proteção disponíveis. Para tanto, apresentamos as formas disponíveis de proteção e discutimos se elas se adequam ao Design de Moda. Estudamos países que possuem legislação específica para o Design de Moda, como o caso da França, e países que buscam a aprovação de uma legislação específica que tutele melhor tais criações, como os Estados Unidos. A partir dessa discussão, elaboramos uma cartilha voltada aos profissionais da moda onde, de forma prática e didática, expomos as formas disponíveis de proteção, detalhamos os passos necessários para obtê-las, e ressaltamos alguns direitos dos profissionais de Design de Moda, tudo isso ilustrado através de exemplos e casos reais.

Palavras-chave: Propriedade Intelectual; Design de Moda; Criações da Moda; Direito Autoral; Desenho Industrial

LYRA, Amanda Cristina Gomes. Intellectual Property and Fashion Design – Practical and Didactic Guide for the Fashion Professional. Dissertation (Professional Master of Intellectual Property and Innovation) – Graduate Program Coordination and Research, Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2018.

ABSTRACT

The present work addresses the possibility of protection of fashion creations, especially Fashion Design. A bibliographical, empirical research was carried out in the INPI database, as well as law cases and various information on the sector of the fashion industry, were used for a better visualization of the needs of the Fashion Design professionals. These data provide a better understanding about the possibilities of protection of the creations and difficulties faced due to the diversity of available protection protocols. To do so, we present the available forms of protection and analyze if they fit the Fashion Design. We study countries that have specific legislation for Fashion Design, as is the case of France, as well as countries that still seek the approval of a specific legislation to better protect such creations, like the United States. Based on this discussion, we elaborated a booklet directed to fashion professionals where it was possible, in a practical and didactic way, to expose the available forms of protection, the relevant steps that have to be followed in order to obtain them, and some rights of Fashion Design professionals, illustrated by real examples and cases.

Keywords: Intellectual Property; Fashion design; Fashion Creations; Copyright; Industrial design

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Cadeia produtiva da Moda	30
Figura 2	Indústria da Moda e as áreas envolvidas	32
Figura 3	Ícones da Moda	38
Figura 4	Caso Foley & Corinna	45
Figura 5	MU 8900617-8	59
Figura 6	MU 9000390-0	60
Figura 7	DI para proteção de peças de vestuário	67
Figura 8	A e B) DI para proteção de calçados	67
Figura 9	A e B) DI para proteção de joias	68
Figura 10	DI para proteção de acessórios	69
Figura 11	Divisão dos tipos de IG	78
Figura 12	Bolsa 284 x Bolsa Birkin	87
Figura 13	Bolsa Dior Soft	92
Figura 14	Uniforme Varsity x Uniforme Star Athletica	98

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Exemplos de marcas figurativas e suas aplicações	54
Quadro 2	Registro de marcas figurativas para bolso de calça	55
Quadro 3	DI na Industria Têxtil	66
Quadro 4	Pedidos de DI artesanais indeferidos	70
Quadro 5	Registros de DI com aplicação industrial	71
Quadro 6	Indicação de Procedência do Artesanato Capim Dourado	80
Quadro 7	Indicação de procedência de Opala Preciosa	80
Quadro 8	Indicação de procedência de calçados de Franca	81
Quadro 9	Indicação de procedência de têxtils de algodão natural colorido	81
Quadro 10	Indicação de procedência de renda de agulha	82
Quadro 11	Indicação de procedência de renda renascença	82
Quadro 12	Indicação de procedência de bordado filé	83

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CONFEA	Conselho Federal de Engenharia e Agronomia
CUP	Convenção da União de Paris
DI	Desenho Industrial
EBA	Escola de Belas Artes
EUA	Estados Unidos da América
IG	Indicação Geográfica
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
MU	Modelo de Utilidade
PI	Propriedade Intelectual
RCD	Registered Community Design
UCD	Unregistered Community Design
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
WIPO	World Intellectual Property Organization

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	12
1.1	Justificativa.....	13
1.2	Objetivos.....	15
1.2.1	Objetivo Geral.....	15
1.2.2	Objetivos Específicos.....	15
2.	METODOLOGIA.....	15
2.1	Tipo de Pesquisa.....	15
2.2	Processo de Construção da Cartilha.....	16
2.2.1	A Sistematização do Conteúdo.....	16
2.2.2	A Seleção de Ilustrações.....	18
2.2.3	A composição da Cartilha.....	18
2.2.4	Os critérios Editoriais utilizados.....	18
2.2.5	A Opinião de Especialistas em Propriedade Intelectual.....	19
3.	REVISÃO DA LITERATURA.....	20
3.1	Concepções Acerca da Propriedade Intelectual.....	20
3.2	A Moda e a Propriedade Intelectual.....	26
3.3	O Design de Moda e a Propriedade Intelectual.....	34
3.3.1	O Ciclo da Moda.....	38
3.3.2	O Profissional Estilista/Designer de Moda.....	42
3.3.3	O Estilista/Designer em Início de Carreira.....	44
3.3.4	O Estilista/Designer Contratado.....	46
3.4	Formas de Proteção por Propriedade Intelectual e o Design de Moda.....	48
3.4.1	Proteção no Brasil.....	48
3.4.1.1	Tipos de Proteção.....	50
A)	Marcas.....	50
B)	Patentes.....	56
B.1)	Patente de Modelo de Utilidade.....	58
C)	Trade Dress.....	60
D)	Desenho Industrial.....	61
E)	Direito Autoral.....	71

F) Indicação Geográfica.....	78
3.5 Possibilidade de Proteção Cumulativa do Design de Moda.....	83
3.6 Proteção na França.....	88
3.7 Proteção nos EUA.....	93
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	101
4.1 Principais Contribuições.....	101
4.2 Sugestões para Futuras Pesquisas.....	103
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	105
6. ANEXO I: RESULTADO - CARTILHA PARA O PROFISSIONAL DE DESIGN DE MODA.....	110
7. ANEXO II: QUESTIONÁRIO PARA ESPECIALISTAS EM PROPRIEDADE INTELECTUAL.....	149

1. INTRODUÇÃO

Várias áreas importantes para o desenvolvimento econômico do país podem ser tuteladas pelo Direito da Propriedade Intelectual. Dentre elas, existe a indústria da moda que vem se destacando e influenciando fortemente a economia, a qual pode ter seus produtos de alguma forma protegidos pela propriedade intelectual.

As atividades econômicas ligadas à indústria da moda são diversas e englobam a cadeia desde a criação até o mercado. Na sociedade atual, a indústria da moda tornou-se um fenômeno complexo repleto de peculiaridades, possuindo influência tanto na sociedade como na economia.

Por sua grandeza e retorno, as empresas enfrentam uma competição agressiva para se firmarem e continuarem no topo do mercado. Com isso, surge a necessidade de se estabelecer regras específicas para balizar as atividades da Indústria da Moda.

Sendo assim, uma das peças fundamentais desse mercado é o estilista/designer por ser este o responsável pela identidade de uma marca, o que pode impulsionar o crescimento de uma empresa do ramo da moda. Alguns fatores são essenciais para o sucesso de uma empresa nesse ramo, dentre eles a exclusividade das criações pois é com ela que agrupa valor ao produto e que, consequentemente, destaca a empresa seja ela grande ou pequena. Para que isso ocorra e para garantir a perpetuação dos frutos dessa criação é essencial a proteção do ativo desenvolvido.

Existe muito mais por trás dessa indústria do que o estigma da futilidade. A moda é um instrumento cultural, econômico e político com mais peculiaridades do que se possa imaginar.

Em nosso estudo bibliográfico notamos que não existe um material que dê suporte as formas de proteção das criações da moda direcionado aos estilistas e designers de moda. Desse modo, como objetivo geral do presente trabalho, optamos por confeccionar uma cartilha pra os profissionais do design de moda com a finalidade de disseminar o conhecimento sobre os caminhos que devem ser seguidos para proteger o design de moda e, que através de casos práticos seja possível visualizar a importância da proteção para resolução de conflitos e quais as melhores formas de proteger as criações da moda.

Pretende-se com a pesquisa realizar um estudo acerca do mercado envolvido na chamada “indústria da moda” e a proteção dada ao produto essencial a essa indústria, qual seja, o Design de Moda em países como França, que possui uma legislação específica; os Estados Unidos, o qual busca a aprovação de uma lei específica para o design de moda e o Brasil.

A proposta é apresentar através de uma análise teórica e prática as diferentes formas de proteção oferecidas pela Propriedade Intelectual. Ao final, será possível destacar a importância da proteção para as criações da moda, conhecer casos curiosos, positivos e negativos, quanto as possibilidades de proteção e apresentar uma cartilha para o profissional de designer da moda que deseje garantir os direitos de suas criações.

1.1 Justificativa

Ao longo dos anos, o mercado da moda vem influenciando a economia de forma notória. O fenômeno da Indústria da Moda cresce de forma rápida e vem atrelando-se a diversas outras áreas da economia.

Entretanto, mesmo com toda importância do setor, não existe na literatura um material que dê suporte sobre propriedade intelectual aos estilistas e designers, com a finalidade de salvaguardar seus direitos vinculados às suas criações. Com isso, por interesse econômico e social, é importante alguma forma de contrapartida do Estado perante tal indústria. No que se refere às criações da moda a proteção pela Propriedade Intelectual é uma das contrapartidas fornecidas pelo Estado, pois ao garantir, por um período de tempo determinado, a exclusividade e proteção da criação decorrente da Indústria da Moda é proporcionado ao criador a possibilidade de usufruir da criação e obter o retorno financeiro dispendido para tal.

Tendo em vista ser uma indústria com influência econômica e cultural mundial, com diversos ramos e peculiaridades envolvidas a ela, constatou-se a necessidade de estudar a proteção dada a um de seus principais produtos, qual seja, o Design de Moda.

Os profissionais de design da moda devem ter suas criações devidamente protegidas, pois é através deles que as empresas crescem mundialmente, que uma marca perpetua seu nome na Indústria da Moda e são os Designers que dão “cara” àquela marca. Como não teriam suas criações protegidas?

Sendo assim, vislumbra-se neste trabalho a criação de uma cartilha onde seja possível disseminar as informações acerca de como obter a proteção do Design de Moda, no Brasil, e as formas mais adequadas de proteção para esse Design para os profissionais da área.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Elaborar uma cartilha sobre as formas de proteção destinada aos profissionais de Design de Moda.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar como são protegidos os Designs de Moda nos países considerados polos da Moda no Mundo;
- Analisar as formas de proteção existentes e as mais utilizadas no Brasil para o Design de Moda;
- Apresentar entre as formas existentes qual a proteção mais adequada ou a combinação delas para o Design de Moda no Brasil;
- Discutir, através de casos práticos, os conflitos entre titulares de designs;
- Elaborar uma cartilha com o passo a passo para o Designer proteger sua criação e apresentar casos que permitam a melhor compreensão das formas de proteção.

2. METODOLOGIA

2.1 Tipo de Pesquisa

O presente estudo foi realizado por meio de pesquisa bibliográfica, com a análise de artigos, livros e leis para entender como alguns países protegem o design de moda. Desse modo, visou-se, por meio das mencionadas referências, identificar as formas de proteção do design de moda existentes nos grandes polos de moda e como diferem do Brasil.

No mais, fora utilizada a pesquisa exploratória pela qual buscou-se casos práticos para demonstrar as formas de proteção e de conflitos existentes relacionados à proteção. Para obtenção deste resultado foi consultada a base de dados do INPI, a jurisprudência e artigos com comentários aos casos de proteção e de litígios famosos.

No que diz respeito aos fins, a pesquisa ocorreu de forma aplicada. Esse meio de pesquisa permite entendermos as formas de proteção da Propriedade Intelectual para proteção das criações da Indústria da Moda.

Por fim, analisando os resultados da revisão bibliográfica, da base de dados do INPI, da jurisprudência e dos casos práticos obtidos será possível identificar, qual a forma mais adequada de proteção para o Design de moda, no Brasil. E, com base no resultado final da pesquisa, poder-se-á montar uma cartilha destinada aos profissionais de Design de Moda, na qual poderá ser demonstrada a melhor forma de proteção para suas criações; casos relacionados à proteção dessas criações e o passo a passo para a obtenção da proteção perante o INPI, no caso da Propriedade Industrial, e na Biblioteca Nacional e outros, para as criações protegíveis pelo Direito Autoral.

2.2 Processo de Construção da Cartilha

2.2.1 A Sistematização do Conteúdo

O conteúdo da cartilha foi composto tendo como base a necessidade de informar ao profissional da moda acerca das possibilidades de proteção das criações de moda e, mais especificamente, do Design de Moda. Desse modo, buscou-se disseminar o conhecimento acerca da propriedade intelectual e o passo a passo para proteger esses ativos.

O principal diferencial da cartilha é a elaboração de um material educativo de tema pouco explorado e de grande importância para a indústria da moda, em nossa pesquisa bibliográfica não encontramos nenhum material educativo acerca do tema.

Para a elaboração da cartilha, iniciou-se com a revisão da literatura existente acerca da proteção das criações de moda, principalmente do Design de Moda, e suas peculiaridades. Tal etapa fora importante para garantir uma fundamentação teórica acerca do tema. Em uma segunda etapa, buscou-se estudar e apresentar as possíveis formas de proteção disponíveis no Brasil. Em etapa seguinte, estudamos as formas como o tema vem sendo abordado nos Estados Unidos e na França. Esses países foram escolhidos em razão da necessidade de se entender o cenário brasileiro; em função da França já possuir uma legislação específica para o Design de Moda; e pelo fato de nos Estados Unidos existir um clamor por uma legislação que possa garantir proteção que ainda não existe.

Após colhermos os resultados da pesquisa teórica realizada, passamos à última etapa do estudo que foi a criação da cartilha informativa direcionada aos profissionais da moda. Destaca-se que buscamos apresentar exemplos ilustrados e casos reais para melhor compreensão do leitor.

Para a construção da cartilha deu-se atenção à linguagem, para que esta fosse a mais didática, objetiva e atrativa possível e, também, que as orientações apresentadas fossem significativas sobre os temas e que atendessem às necessidades do público a que se destina, com exemplos práticos para a melhor compreensão e associação com o dia a dia do profissional da moda.

Quanto à exposição do conteúdo informativo, optamos por apresentar de forma sucinta a relação da PI com a indústria da moda; buscamos informar os profissionais do design de moda seus direitos quando estes são profissionais

contratados ou não; seguimos apresentando um panorama acerca das proteções disponíveis e as formas de se obtê-la para criações da moda e, por fim, apresentamos casos interessantes ligados ao setor.

2.2.2 A Seleção de Ilustrações

As imagens utilizadas na cartilha foram exemplificativas disponíveis no site das empresas retratadas. No mais, para versão final da cartilha será discutido o uso das imagens com o profissional da área de comunicação e, também, levando em consideração a devida autorização por direitos autorais, quando for o caso.

2.2.3 A composição da Cartilha

Para composição da versão final da cartilha, será realizado contato com profissional da área de comunicação para realizar o trabalho de edição do material.

2.2.4 Os Critérios Editoriais Utilizados

Buscamos materiais que pudessem referenciar a forma de elaboração de cartilhas. Entretanto, não encontramos orientações formais acerca do tema, o que também foi constatado por Machado (2015), em sua dissertação de mestrado.

Assim, decidimos produzir um material didático e atrativo para o público interessado na proteção das criações da moda, com uma estrutura livre, linguagem de fácil compreensão e a simplificação visual do conteúdo.

O INMETRO, em cartilha elaborada sobre propriedade intelectual, nos descreve o que é uma cartilha e as dificuldades de sua elaboração

Uma cartilha tem o objetivo de apresentar de forma simplificada um assunto que, para muitos, parece ser complicado ou, apenas, extenso demais para quem não é especialista na área. Isso equivale a dizer que a elaboração de uma determinada cartilha é uma tarefa normalmente difícil e de grande responsabilidade para seus autores. Com a finalidade de facilitar o entendimento dos conceitos básicos nas áreas da propriedade intelectual e da inovação, a Diretoria de Inovação e Tecnologia (Ditec) elaborou uma cartilha com os principais tópicos desses temas. (INMETRO)

Ressalta-se que, a editoração visual do projeto será futuramente decidida com o profissional da área de comunicação.

2.2.5 A Opinião de Especialistas em Propriedade Intelectual

As opiniões dos especialistas em propriedade intelectual serão importantes para analisarmos se o material elaborado, o qual será futuramente publicado, consegue atender a função de material educativo.

Para que o material possa ser aperfeiçoado, enviaremos um questionário a especialistas em propriedade intelectual, para que estes possam opinar acerca do conteúdo. O questionário de avaliação encontra-se anexo a este trabalho. Quando obtidas as opiniões, estas serão utilizadas para aperfeiçoar o conteúdo da cartilha.

3. REVISÃO DA LITERATURA

3.1 Concepções Acerca da Propriedade Intelectual

Nos dias atuais, com o crescimento tecnológico, e consequentemente o econômico, as marcas, patentes, softwares etc. passaram a ter fundamental importância para as empresas por fazerem parte da identificação, de sua qualificação, da sua forma de trabalho e as distinguindo das concorrentes e qualificando o seu produto. Com isso, tornou-se necessário a formalização da proteção de tais ativos representativos que, pode-se afirmar, muitas vezes valem mais que a própria empresa, fazendo parte dos ativos intangíveis da mesma que são os atributos passíveis de proteção intelectual. Os ativos intangíveis são considerados elementos fundamentais na obtenção de vantagens competitivas e de diferenciação que uma empresa possui frente aos seus concorrentes.

Buainain e de Carvalho (2000) aduzem que o ambiente concorrencial no qual as empresas atuam ocasionam a necessidade de gestão dos intangíveis. Para eles, “a valorização dos ativos tende a apoiar-se na publicidade para fixar marcas e características dos produtos, no esforço de vendas e no contínuo lançamento de novos produtos e/ou versões do mesmo produto”. (Buainain; Carvalho, 2000, p.146)

Os ativos intangíveis desenvolvidos necessitam de algum tipo de proteção para assegurar os direitos dos seus criadores sobre seus produtos e criações. Com isso, necessita-se de uma forma de proteção eficiente a qual garanta especificamente tais direitos.

Buainain e Carvalho (2000) exemplificam o porquê se faz realmente necessária uma proteção dos direitos das criações intelectuais ou industriais em tempos de globalização e desenvolvimento tecnológico:

A intensidade do desenvolvimento científico e tecnológico, a redução dramática do tempo requerido para o desenvolvimento tecnológico e incorporação dos resultados ao processo produtivo; a redução do ciclo de vida dos produtos no mercado; a elevação dos custos de pesquisa e desenvolvimento e dos riscos implícitos na opção tecnológica, tudo isto criou uma instabilidade que aumenta a importância da proteção à propriedade intelectual como mecanismo de garantia dos direitos e de estímulo aos investimentos. (Buainain; Carvalho, 2000, p. 146)

Vê-se a importância da propriedade intelectual para o desenvolvimento econômico dos países. Nessa direção Santos e Velázquez (2003) doutrinam que: “a posição da propriedade intelectual na política de desenvolvimento econômico de um país é estratégica, tanto para incrementá-lo quanto para freá-lo”. (SANTOS E VELÁZQUEZ, 2003, p.7)

Os primeiros sinais de proteção da propriedade intelectual remontam à Idade Média. Carvalho (1988) divide o sistema de patentes em 4 fases:

1^a Fase dos Privilégios Feudais

2^a Fase do Liberalismo Econômico

3^a Fase da Internacionalização

4^a Fase da Adequação do Sistema às Necessidades de uma Nova ordem Econômica Internacional. (CARVALHO, 1988, p. 306)

Na Idade Média, os privilégios concedidos foram as primeiras formas de proteção dos bens intelectuais. Em 1330, o Rei Phillippe de Valois concedeu ao inventor Phillippe de Cacquery o monopólio para explorar a fabricação de vidros. Na segunda metade do século XV, surgiram as primeiras proteções de obras literárias. Naquele momento, os autores reivindicavam seus direitos aos soberanos para salvaguardar suas obras de reproduções não autorizadas (DI BLASI, 2005, p. 01).

Anos depois, os primeiros registros de privilégios para perseguir o desenvolvimento e progresso industrial no Brasil foram datados em 23 de agosto de 1808, por meio da promulgação de um alvará que criou a Junta de Comércio, Agricultura, Fábricas e Navegação, bem como do Alvará de 15 de julho de 1809, o qual premiava os “inovadores” (SANTOS E VELÁZQUEZ, 2003, p.04).

Segundo Santos e Velázquez (2003), nos anos que se seguiram, o Brasil passou a integrar diversos acordos e convenções:

No período compreendido entre 1876 e 1884, assinou convenções diplomáticas para a proteção de marcas de fábrica e de comércio com a França, Bélgica, Alemanha, Itália, Estados Unidos, Portugal e Dinamarca. Em 1883, no Congresso Internacional de Paris para a proteção da propriedade intelectual, o Brasil, representado por seu ministro na Bélgica, Visconde de Villeneuve, integrou, juntamente com Bélgica, Espanha, França, Guatemala, Itália, Holanda, Portugal, São Salvador, Sérvia e Suíça, um estado de União para a proteção da propriedade industrial. A Convenção foi revista em Bruxelas (1900), Washington (1911), Haia (1925), Londres (1934), Lisboa (1958) e Estocolmo (1967) e emendada em 28 de setembro de 1979.

[...]

Em 1967, constituiu-se a Organização Mundial da Propriedade Intelectual —OMPI (órgão autônomo dentro do sistema das Nações Unidas), o qual englobou as Uniões de Paris e de Berna, articulando-se com a União para a Proteção das Obtenções Vegetais - UPOV, dentre outros. Hodiernamente, o Brasil integra Tratados Internacionais e a malha legal nacional regula: atividades da sociedade de informação, a proteção de softwares, a proteção de cultivares, a propriedade industrial, os direitos autorais e conexos, a biossegurança, a biodiversidade, dentre tantos outros que compõem e integram a propriedade intelectual.

(SANTOS E VELÁZQUEZ, 2003, p.04)

Nos dias atuais, a Propriedade Intelectual no Brasil está assegurada pelo artigo 5º da Constituição Federal, em seus incisos XXVII e XXIX. O primeiro inciso trata dos direitos relacionados aos autores e o segundo inciso, ao garantir a proteção da Propriedade Industrial, visa ao interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico.

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

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

A proteção da Propriedade Intelectual surge para conferir um direito de uso e gozo exclusivo ao seu criador. Como explica Pranjal Shirwaikart (2009), “*intellectual property is a monopoly right that grants to its owner the right to exclusively enjoy the right and benefits so granted*” (SHIRWAIKART, 2009, p. 113).¹

Para incentivar a inovação e permitir o acesso futuro da descoberta pela população, o Estado passa a conceder um título de propriedade ao titular da invenção ou criação, qual seja a proteção através dos direitos da Propriedade Industrial.

Macedo e Barbosa (2000) nesse caminho expõem que:

O Estado concede o monopólio da invenção, isto é, a sua propriedade inherentemente caracterizada pelo uso exclusivo de um novo processo produtivo ou a fabricação de um produto novo vigente por um determinado prazo temporal e, em troca, o inventor divulga a sua invenção, permitindo à sociedade o livre acesso ao conhecimento desta.
(MACEDO; BARBOSA, 2000, p.18)

Barbosa (2003) entende por propriedade “a soma de todos os direitos possíveis, constituídos em relação a uma coisa: é a plena *in re potestas*”. (BARBOSA, 2003, p. 6)

É o total controle sobre o bem e a possibilidade de não autorizar a utilização por terceiros, ou seja, seria o direito de usar, obter seus frutos, dispor e reaver a coisa de sua propriedade, durante aquele período.

A doutrina tutela que os direitos garantidos pela Propriedade Intelectual e que tornam o bem exclusivo são bem próximos ao monopólio. Sobre o monopólio

¹ a propriedade intelectual é um direito de monopólio que concede ao seu proprietário o direito de gozar exclusivamente do direito e dos benefícios assim concedidos (tradução literal).

Barbosa (2003) dissertou que este seria “a situação fática ou jurídica em que só um agente econômico (ou uma aliança entre eles) possa explorar um certo mercado ou segmento desse”. (BARBOSA, 2003)

Pode existir o monopólio jurídico e o econômico. Vejamos, na patente, por exemplo, a exclusividade recai sobre o meio de exploração do mercado, o que não evita a exploração por terceiros de outras formas técnicas. Ou seja, existe monopólio jurídico mas não econômico. (BARBOSA, 2003)

Com relação à propriedade e ao monopólio, BARBOSA (2003) continua a discorrer que o titular de uma patente, ou de uma marca, possui um tipo de monopólio de uso de sua tecnologia/marca, ou seja, um monopólio de uma oportunidade de mercado e não de uma exclusividade de mercado. Tal explicação se dá em razão do que é tutelado pela Constituição Federal, a qual determina que a Propriedade Industrial não seria absoluta e só existiria para atender o interesse social e propiciar o desenvolvimento tecnológico e econômico do país. (BARBOSA, 2003)

A Propriedade Intelectual divide-se em dois grupos: os direitos autorais e os direitos da Propriedade Industrial. Desse modo, a Propriedade Intelectual é a proteção dada às criações do intelecto.

A propriedade intelectual [...] aglutina tanto a proteção da propriedade industrial, quanto a proteção à propriedade literária e artística, além de algumas outras espécies *sui generis*. E, mesmo considerando a diversidade de objetos e institutos jurídicos compreendidos pelo mesmo termo, observamos que o elemento comum é ainda mais forte do que as diferenciações apresentadas pelas espécies (BARBOSA, 2008)

A proteção pelo Direito Autoral está assegurada pela Lei 9.610/98 e é responsável pela proteção das criações do âmbito literário e artístico (pinturas, músicas, livros etc.). Ou seja, o Direito Autoral protege toda criação

intelectual cuja finalidade é a apreciação estética, algo diferente das práticas industriais.

Para Carlos Bittar (2003), “o Direito de Autor ou Direito Autoral é o ramo do Direito Privado que regula as relações jurídicas, advindas da criação e da utilização econômica de obras intelectuais estéticas e compreendidas na literatura, nas artes e nas ciências”.

Já a proteção da Propriedade Industrial, conforme o artigo 2º da Lei 9.279/96 que rege tal matéria, está relacionada à proteção das criações que podem ser associadas à indústria (patentes, modelos de utilidade, desenhos industriais, marcas, indicações geográficas e a repressão à concorrência desleal).

Diferente do Direito Autoral, a Propriedade Industrial só atinge sua finalidade se protegida através da patente ou do registro da criação. Desse modo, o requerimento no órgão responsável é necessário caso o detentor dos direitos almeje obter a proteção formal por meio da Propriedade Industrial. No Brasil, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI é o responsável por conceder os títulos referentes às patentes ou aos registros requeridos.

Como visto, a Propriedade Intelectual é um gênero que engloba duas espécies: as invenções e criações aplicadas à indústria e as criações de cunho artístico e literário.

Várias áreas importantes para o desenvolvimento econômico são tuteladas pela Propriedade Intelectual. Dentre elas existe uma que vem se destacando e influenciando fortemente a economia, qual seja, a indústria da moda. Entretanto, algumas criações desse mercado ficam com sua proteção fragilizada, como será discutido neste trabalho. Um mercado que está alavancando uma economia necessita de uma proteção eficaz para solução de seus imbróglíos.

Para alcançarmos nosso objetivo, qual seja, a elaboração de uma cartilha para os profissionais que atuam com design de moda, abordaremos diversos temas: Preliminarmente, como visto, discorreremos um pouco acerca das concepções sobre Propriedade Intelectual e suas peculiaridades. Em seguida, diante da importância do mercado da moda, correlacionaremos essa indústria, que vem movimentando uma parte relevante da economia mundial, com a Propriedade Intelectual e uma área nova no direito, qual seja, o “Fashion Law”. Oportuno mencionar que o “Fashion Law” é o termo que identifica as diversas áreas legais ligadas ao mercado da moda.

Neste sentido, caminharemos para o estudo de como é protegido o design de moda no Brasil, na França e nos Estados Unidos. Uma vez analisada as peculiaridades da proteção do Design de Moda e revisto o histórico bibliográfico sobre o tema, passaremos ao objetivo principal do presente trabalho que é a elaboração de uma cartilha prática com as diretrizes para proteção do design de moda e a ilustração de alguns casos curiosos com o objetivo de melhorar o entendimento do profissional.

No presente trabalho, pretende-se estudar e correlacionar de que formas as leis vigentes que protegem a Propriedade Intelectual são eficazes para a proteção das peculiaridades das criações da indústria da moda e de sua cadeia produtiva e como foco do presente trabalho: a proteção do design de moda.

3.2 A Moda e a Propriedade Intelectual

A eficaz proteção da moda pelo direito da Propriedade Intelectual e por outros direitos, deve ser compreendida em razão da natureza das estações curtas e os ciclos de produtos em constante mudança, as pressões em torno dos produtos copiados e o recorrente problema da concorrência desleal. (EVELYN, 2012, p.1)

Primeiramente, deve-se definir o que é moda. Portilho (2015) já nos alerta que a moda em sentido acadêmico é difícil de ser definida e usa uma passagem de Svendsen (2010) para confirmar isso: “[m]oda’ é um termo notoriamente difícil de definir com precisão”.

O professor de cursos de moda, Armoni (2007), escreveu, no prefácio do livro de Cobra (2007), “Marketing e Moda”, acerca da utilização ao longo dos anos do vestuário como forma de “comunicação não-verbal” o qual indicaria “ocupação, posição social, localidade, disponibilidade sexual ou afiliação a determinado grupo”.

Segundo Armoni (2007), ainda no prefácio do livro de Cobra (2007), a palavra moda, em sua etimologia, “é derivada do latim *mos* que significa uso, costume, hábito, tradição, boas maneiras, moralidade e, ainda, lei, tipo, regra”.

O conceito de moda é mutante, ao longo dos anos ele vem sendo alterado juntamente com a sociedade. Séculos atrás, como visto, a moda era ligada diretamente ao vestuário. Nos dias atuais a moda está relacionada a diversos outros segmentos e muda junto com o estilo de vida da sociedade.

Hoje, o conceito de moda consegue ser desatrelado da “moda como roupa” e se encontra em várias áreas do cotidiano. Segundo Barbosa (2008, p. 16), citado por Mendes e Aquino (2013), “Fala-se de moda tanto para o vestir, o comer, o lazer, como para tecnologias gerenciais, autores intelectuais e eletrodomésticos”.

Para Armoni (2007), em prefácio escrito por ele, “o conceito de estilo de vida é baseado no cruzamento das características individuais e comportamentais dos indivíduos com a realidade de vida de cada um”. Por fim, define moda como “o reflexo do estilo de vida de determinado público, em contextos social e local específicos, em determinado ponto no tempo.

Nesse mesmo caminho, outro autor entende que “a moda é um processo de transformação incessante, e de tendência cíclica, das preferências dos membros de uma dada sociedade”. (FREITAS, 2005, p. 126)

A moda em uma sociedade capitalista, como a que vivemos, reflete-se no consumo como forma de pertencimento a uma camada social, ou seja, o consumo como forma de distinção social e econômica.

Várias áreas importantes para o desenvolvimento econômico do país são tuteladas pelo direito da Propriedade Intelectual. Entre elas, existe a indústria da moda que vem se destacando e influenciando fortemente a economia.

As atividades econômicas ligadas à indústria da moda são diversas e englobam a cadeia desde a criação até o mercado. Na sociedade atual a indústria da moda tornou-se um fenômeno complexo repleto de peculiaridades, possuindo influência tanto na sociedade como na economia.

Wood Jr. (2016) consegue definir bem a amplitude da indústria da moda e a capacidade que ela tem de englobar diversas áreas e pessoas.

A indústria da moda é alimentada por uma sofisticada máquina de fabricação de desejos e é amparada por cadeias globais de produção, capazes de unir designers parisienses, milaneses e nova-iorquinos a costureiras vietnamitas, tecelões turcos e artesões indianos. (WOOD JR., 2016)

Mas o que afinal seria a indústria da moda? O que ela representa? Quem são os envolvidos?

A indústria da moda teve sua ascensão no século XX quando a alta costura e a confecção industrial se consolidaram. Essas duas vertentes da indústria construíram uma forte identidade no mundo da moda e passaram a influenciar diversos setores trazendo a ideia de que o produto deve ser renovado rapidamente para se adequar ao mercado (PROGRAMA XEQUE-MATE, 2011).

A mencionada indústria engloba diversas áreas desde a obtenção da matéria-prima, o design, a manufatura, a exposição e a venda. E diz mais:

Dentro desse processo, cabem **manifestos políticos**: um tecido ser preferido a outro por questões geopolíticas; **econômicos**: a crise mundial encurtou as roupas para reduzir o material gasto; **culturais**: demonstrar o pertencimento a um grupo ou classe social; **geográficos**: roupas mais pesadas para sobreviver ao frio, e etc. (grifos nossos) (PROGRAMA XEQUE-MATE, 2011)

A cadeia da moda (indústria da moda) abrange praticamente tudo: tecidos, estações, designers, modelos, fotógrafos, contratos entre outros. Portilho (2015) fala em cadeias produtivas de cada uma das indústrias que compõem a grande “rede de indústrias” da moda. Para ela, as denominações “cadeia produtiva da moda”, “indústria da moda” e “indústria do vestuário” são geralmente usadas com o mesmo significado.

Em sua tese de doutorado, Feghali (2015) nos apresenta a concepção do SEBRAE quanto ao que se refere às Cadeias Produtivas: que seriam o “conjunto de etapas pelas quais passam e vão sendo transformados e transferidos os diversos insumos, em ciclos de produção, distribuição e comercialização de bens e serviços”.

Em outra análise, Feghali (2015) relata a descrição de cadeia produtivas do Instituto Genesis da PUC-Rio, “as cadeias produtivas compreendem todas as atividades articuladas desde a pré-produção até o consumo final de um bem ou serviço”.

Com relação à indústria da moda, a mesma autora nos faz uma breve descrição do que seria essa indústria e como seus agentes se comportam em seu funcionamento.

Os agentes que trabalham nessa cadeia devem entender dos processos, dos ciclos, dos tempos e das atividades de cada segmento individual ou dos grupos de segmentos que fazem parte da indústria de moda. Portanto, **a indústria de moda é o campo que produz através de processos de desenvolvimento o guarda-roupa que vestimos. Nela personagens com**

diferenciados graus de reconhecimento se cruzam e entrecruzam, unindo forças e trabalhando em prol da moda, tornando-se parte da mesma rede, bordando uma etnografia da área, tendo por fio condutor a integração de vetores numa grande engrenagem. (FEGHALI, 2002, p. 80) (grifos nossos)

No gráfico abaixo a autora reproduziu a chamada cadeia produtiva da moda, a qual em sua fase de **pré-produção** engloba as indústrias de produção, ou seja, quem fornece a matéria prima; na fase de **produção** ficam as indústrias responsáveis pela transformação da matéria prima (confecções, ateliês, etc.); na **distribuição** fazem parte dessa cadeia a parte de logística (divulgação, marketing e publicidade); já na etapa de **comercialização** aparecem a venda por varejo ou atacado e por fim o **consumo** que são os itens vendidos como produto final. No mais, no organograma da autora, é na fase de produção que a moda começa a se relacionar com Propriedade Intelectual e passam a surgir os direitos intelectuais dos atores da cadeia produtiva (FEGHALI, 2015, p. 160).

FIGURA 1 - CADEIA PRODUTIVA DA MODA



Fonte: Feghali (2015)

Cobra (2007) em uma passagem de seu livro “marketing e moda” lista os principais atores da indústria da moda:

A globalização dos mercados na indústria da moda tem como os principais protagonistas os estilistas, os designers e os varejistas. Mas é na tecnologia que o profissional de negócios da moda se apoia, buscando tornar obsoletos os produtos de hoje e estimular o consumo das inovações. (COBRA, 2007, p. 19)

A indústria da moda está intimamente ligada à inovação tecnológica nos casos de criação de produtos com base na agregação de design e tecnologias e à

renovação dos produtos ligados à moda que se dá de forma cíclica e rápida, no mercado em questão.

Para balizar nosso conceito de indústria da moda, Armoni (2007) ensina que "os negócios que envolvem produtos cujo ciclo de vida é impulsionado por inovações tecnológicas ou mudanças de design se encaixam no conceito de produtos de moda".

Para nós, a indústria da moda seria um conglomerado de diversos tipos de atividades, as quais funcionariam com o objetivo de obter um produto final e que poderia alcançar ou não diversos grupos de usuários, como é o exemplo da confecção industrial e da alta costura respectivamente.

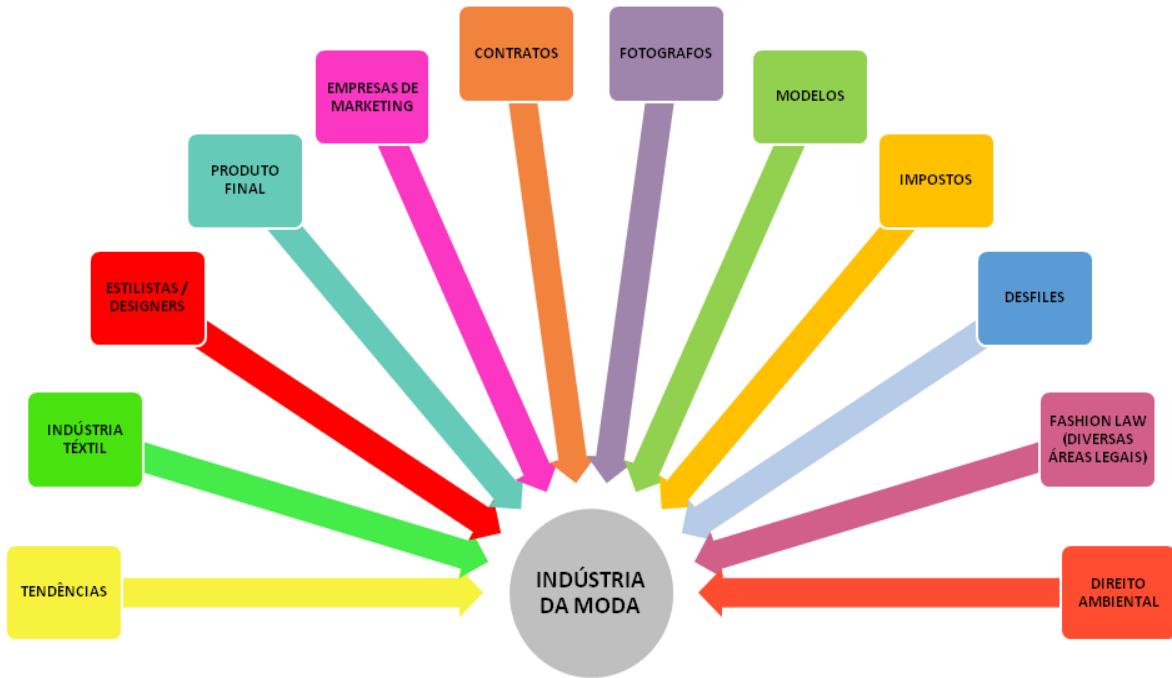
Desse modo, a indústria da moda englobaria não só a produção têxtil, que seria apenas uma das indústrias envolvidas, mas diversas outras indústrias que se relacionam com a moda, seja de forma direta ou indireta.

Mas, afinal, quais são as principais áreas envolvidas com a indústria da moda?

A indústria da moda está cercada de diversas áreas como: proteção da Propriedade Intelectual, acordos de marcas, contratos de diversas espécies, processos trabalhistas, direito ambiental, sistemas de tecnologia da informação, indústria têxtil, marketing, propaganda, preocupações com regras de importação e tributação de vestuário e têxteis.

Podemos entender a indústria da moda como um setor estritamente interligado com diversas outras áreas. A figura abaixo nos dá uma ideia da gama das áreas que se interligam com a mencionada indústria.

FIGURA 2 – INDÚSTRIA DA MODA E AS ÁREAS ENVOLVIDAS



Fonte: criação da autora

Como visto, a indústria da moda envolve diversas áreas dos mais diversos setores. Desse modo, por mexer com várias áreas da economia e gerar uma receita que movimenta a economia mundial, deve-se buscar proteger o produto final dessa cadeia, gerando lucros maiores para seus participantes e incentivando seu maior desenvolvimento.

Neste sentido, entendemos a moda e sua importância como uma indústria cultural e criativa, com poder econômico e que movimenta bilhões na economia global.

Para melhor atender a esse mercado está se desenvolvendo uma nova área do Direito que visa a estudar os diversos setores que formam a Indústria da Moda e o conjunto de direitos que regulam essa relação, é o chamado “Fashion Law”.

O Fashion Law surgiu nos Estados Unidos como uma disciplina administrada pela especialista em PI Susan Scafidi na Fordham University. Desse modo Susan Scafidi define o fashion law como:

“It is a field that embraces the legal substance of style, including the issues that may arise throughout the life of a garment, starting with the designer’s original idea and continuing all the way to the consumer’s closet. As a course, we defined fashion law to include four basic pillars: intellectual property; business and finance, with subcategories ranging from employment law to real estate; international trade and government regulation, including questions of safety and sustainability; and consumer culture and civil rights.” (SCAFIDI, 2012, p.11)³

O Fashion Law está presente em todas as etapas legais da cadeia produtiva de moda: da concepção do produto à entrada no mercado. Por exemplo, se um estilista resolve utilizar uma expressão gráfica indígena, deve-se pedir autorização para tal utilização pois existem leis que regem a cultura indígena, já que os direitos autorais indígenas pertencem à coletividade e não apenas a um índio específico, conforme portaria da FUNAI de nº 177 de 16 de fevereiro de 2006, a qual trata dos direitos autorais e de outros direitos indígenas. Outro exemplo, de um plano diverso: uma modelo que busca compensação pelas horas extras trabalhadas.

A competitividade entre as empresas exige um cuidado maior com seus ativos intelectuais e uma maior especialização das áreas de gerencia para cuidar dos conflitos que possam surgir.

³ É um campo que abrange a substância jurídica do estilo, incluindo os problemas que podem surgir ao longo da vida de um vestuário, começando com a idéia original do designer e continuando até o armário do consumidor. Como curso, definimos o direito da moda para incluir quatro pilares básicos: propriedade intelectual; negócios e finanças, com subcategorias que vão do direito do trabalho ao setor imobiliário; comércio internacional e regulamentação governamental, incluindo questões de segurança e sustentabilidade; e cultura de consumo e direitos civis. (Tradução Literal)

Buainain e Carvalho (2000) nos informam acerca da competitividade no mundo atual e como elas alteraram a forma de se diferenciar no mercado e a utilização dos ativos intangíveis para tal finalidade:

“Os fatores que afetam a competitividade no mundo atual são diversos e apontam no sentido de relativizar a importância das vantagens comparativas tradicionais. Mudam também os mecanismos de proteção e gestão dos ativos intangíveis”. (BUAINAIN; CARVALHO, 2000).

Segundo Sherwood (1992), o “fermento” do desenvolvimento econômico de alguns países tem sido a proteção da inovação. Desse modo, para o Autor:

“A proteção dos segredos industriais e comerciais através do trade secret, a proteção de expressões criativas por meio do copyright, a proteção das invenções por meio das patentes e a proteção dos nomes comerciais através de marcas registradas desempenham um papel importante na aceleração do desenvolvimento econômico daqueles países”. (SHERWOOD, 1992).

Não existe no Brasil nenhum direito especialmente criado para proteger as criações da indústria da moda. Desse modo, sua proteção vem sendo feita pela aplicação dos direitos de Propriedade Industrial e de Direito Autoral às criações da moda que se adequam a essas tutelas.

No presente trabalho, pretende-se estudar e correlacionar de que formas as leis da Propriedade Intelectual vigentes são eficazes para a devida proteção do design de moda.

3.3 O Design de Moda e a Propriedade Intelectual

Baseando-se na citação icônica de Coco Chanel: “in order to be irreplaceable one must always be different”⁴, para Cabrera e Silva (2014), a moda seria totalmente dependente da criatividade dos estilistas os quais através de seu conhecimento desenvolvem coleções exclusivas. Desse modo, a proteção dessas

⁴ Para ser insubstituível, é preciso sempre ser diferente (tradução literal)

coleções são essenciais para esses profissionais, pois isto permitirá a sobrevalorização do produto comercializado.

Nesse sentido, Cabrera e Silva (2014) utilizam citação de Cory Greenberg (2011) acerca do posicionamento da WIPO quanto a importância da proteção das criações da indústria da moda.

The fashion industry is driven by creativity and by intellectual capital invested in it. Protecting that intellectual capital in the form of property intellectual assets serves boost income through sale, licensing, and commercialization of differentiated new products, to improve Market share, raise profit margins, and to reduce the risk of trampling over the property intellectual rights of others. Good management of property assets in a business or marketing plan helps to enhance the value of an enterprise in the eyes of investors and financing institutions⁵. (World Intellectual Property Organization, supra note 1, at 19). (Citado por Cory Greenberg)

No presente estudo as **criações da moda** serão compreendidas como as **criações de Estilistas e Designers que desenvolvem roupas, estampas e acessórios a partir de suas inspirações pessoais** em conformidade com estilos e tendências, do momento atual ou de épocas passadas, ou, até mesmo, atuando de forma inovadora, criando estilos e tendências para a indústria da moda que poderão se perpetuar no tempo. Quando tratarmos acerca do **design de moda** estaremos fazendo referência ao corte de roupa, peças de vestuário, design de roupas, modelos estruturados de vestimentas etc., ou seja, estaremos tratando dos produtos e criações que geram as maiores controvérsias relativas à possibilidade de proteção.

⁵ A indústria da moda é impulsionada pela criatividade e pelo capital intelectual investido nela. Proteger esse capital intelectual sob a forma de ativos intelectuais de propriedade serve aumentar a renda através da venda, licenciamento e comercialização de novos produtos diferenciados, melhorar a participação de mercado, aumentar as margens de lucro e reduzir o risco de pisotear os direitos de propriedade intelectual de outros. A boa gestão de ativos de propriedade em um plano de negócios ou marketing ajuda a aumentar o valor de uma empresa aos olhos de investidores e instituições financeiras. (tradução literal)

A criação do design de moda geralmente é influenciada por aspectos culturais e sociais e possui, também, influências temporais. Os profissionais que atuam diretamente com o design de moda trabalham com espaços de tempo bastante restritos e são responsáveis por colher tendências, perfis e informações que serão introduzidas em coleções futuras, ou seja, na maioria das vezes junto de empresas especializadas em prever tendências, esses profissionais aplicam em suas coleções as próximas preferências dos consumidores.

Susan Scafidi (2008) entende que o design de moda teria a função de promover a comunicação entre o criador da peça de vestuário e o indivíduo que a usa.

Para o desenvolvimento do trabalho, consideramos como design de moda peças de vestuário e acessórios, como jóias, sapatos e bolsas. A proteção ao design de moda possui suas peculiaridades, principalmente em razão do tipo de criação e sua devida adequação à forma de proteção.

Dentre alguns fatores, a proteção ao design de moda deve sempre respeitar a função social da Propriedade Intelectual, ou seja, a proteção não deve limitar totalmente seu uso para estimular o desenvolvimento tecnológico e criativo.

A Propriedade Intelectual seria a forma de proteção das criações artísticas ou criações derivadas do intelecto que podem ser passíveis de aplicação industrial ou não. Desse modo, seus titulares teriam seus direitos resguardados e poderiam usufruir de forma exclusiva, por um certo período, de suas criações. A proteção limitada e condicionada a um período de tempo possui como objetivo assegurar ao criador o monopólio temporário para que este possa obter o retorno de todo esforço financeiro despendido com sua criação.

No Brasil, os Direitos do Autor e o Direito da Propriedade Industrial são os meios utilizados para proteção das criações de moda (LIMA, 2016). Existe ainda a possibilidade de se poder utilizar, de forma ponderada, a proteção cumulativa, já que o Direito Autoral não necessita obrigatoriamente de registro.

Para Lima (2016), o meio mais eficaz de proteção no Brasil seria através do registro por desenho industrial. Alguns pedidos de desenhos envolvendo criações do campo da moda vem sendo deferidos pelo INPI. Entretanto, outros estão sendo indeferidos em razão de não se adequarem aos requisitos de registro, tais como a originalidade, novidade e aplicação industrial, ou seja, caso o designer produza algo que não seja considerado novo e original ou que não possa ser produzido industrialmente, muito comum no mundo da moda, sua criação não seria passível de proteção.

Outro ponto, como apontado entre os requisitos, é que, os objetos protegidos pela Lei da Propriedade Industrial 9.279/96 devem ser passíveis de serem produzidos industrialmente, não podendo ser obras de caráter puramente artístico.

Como visto, mesmo parecendo a mais adequada, a proteção por desenho industrial não poderá atender a todos que busquem sua tutela, o que impede que ela seja a tutela ideal para a proteção das criações da Indústria da Moda.

No mais, a proteção por Direito Autoral é utilizada de forma análoga, já que o artigo 7º da Lei de Direitos Autorais não menciona a proteção dos designs de moda; entretanto, o rol do mencionado artigo não é taxativo.

Desse modo, percebe-se claramente que nem todos os produtos da cadeia da moda têm sua proteção absolutamente garantida e que todo esforço criativo pode

não ser recompensado, simplesmente pelo fato de não poder ser devidamente protegido.

Com o presente trabalho, procura-se demonstrar quais as melhores formas de se proteger o design de moda, através das pesquisas realizadas e busca-se apresentar experiências positivas de países que já possuem legislações adequadas para o design de moda, bem como os países que buscaram implementar uma legislação específica e não o fizeram por ponderações que também serão analisadas, como ocorre, por exemplo, com os Estados Unidos.

3.3.1 O Ciclo da Moda

Segundo Cabrera e Silva (2014), a moda é uma indústria dinâmica. Desse modo, podemos analisar que existem tendências que são passageiras e outras que, se tornam ícones de moda atemporais, independentemente de proteção. Conforme os autores citam, poderíamos usar como exemplos: o tailleur Chanel, a bolsa Kelly da grife Hermés, a camisa polo Ralph Lauren etc., todos designers inovadores e que se perpetuam no tempo. Respectivamente:

FIGURA 3 – ÍCONES DA MODA



Fontes: Imagem de Coco Chanel: Google Imagens.

Bolsa Kelly: Revista Vogue

Camiseta Polo: www.ralphlauren.com

Mônica Moura (2008) nos ensina que as criações artísticas e os designs de moda sobreviveriam em razão de dois caminhos: o que inclui a inovação, a significação e a expressão e aquele do circuito industrial e comercial. O primeiro caminho (da inovação, significação e da expressão) é o que iria além de um estilo e de uma temporalidade específicos e das relações mercadológicas. Já o segundo caminho da sobrevivência/renovação seria em razão de um circuito industrial e comercial que atenderiam à demanda atrelada ao capitalismo e ao consumismo. Desse modo, por tudo que estudamos, nítido se faz que os artigos de moda se encaixam nos mencionados caminhos.

A indústria da moda possui duas marcantes características que são: a criação de produtos, os quais, segundo Kontic (2007), se desenvolveriam com base na incorporação de design e tecnologia, e a renovação de produtos que na indústria da moda ocorre em períodos curtos.

Kontic (2007) nos descreve bem a complexidade da mencionada indústria para promover uma criação e a renovação de produtos em períodos curtos. Para o Autor, o desenvolvimento de coleções a cada estação põe as grandes empresas em um cenário de grande pressão competitiva, exigindo que estas possuam um corpo atuante bem capacitado e preparado. Nas palavras do Autor, “*empresas de moda se utilizam de redes de relações complexas com diversos atores externos ao processo de fabricação propriamente dito, constituindo uma comunidade especializada na criação e difusão de produtos, tendências e ideais*”. (KONTIC, 2007)

O ciclo da moda é influenciado pelas chamadas *Fashion Weeks*, eventos que ocorrem semestralmente entre janeiro e abril (coleção outono/inverno) e setembro a novembro (coleção primavera/verão), onde são apresentadas as coleções das grandes marcas e, consequentemente, as tendências, cores, peças de desejo para

aquela estação. Após a *Fashion Week*, mesmo as marcas que não apresentam suas criações no evento incorporam as tendências desfiladas a suas coleções. Ainda, algumas marcas, no meio tempo entre esses lançamentos de coleção na *Fashion Week*, laçam coleções menores.

Observa-se então que o ciclo de lançamento das coleções é dinâmico, e se comparado ao tempo do deferimento da proteção dos ativos intelectuais, no Brasil, percebe-se que há um grande lapso temporal entre o lançamento das peças de vestuário e acessórios e o deferimento da proteção.

Veremos mais à frente que a União Europeia passou a conceder uma proteção de três anos aos Designs de Moda sem a necessidade de qualquer registro. Entretanto, tal forma de proteção sofre algumas críticas em razão da fragilidade, por não possuir registro formal, o que beneficiaria as grandes empresas que possuem setores preparados para localizar infrações e acompanhar as tais demandas e que, por isso, para o estilista/designer em início de carreira, tal proteção não seria tão benéfica. Conforme Carvalho (2016) disserta, existem correntes apoiadoras da cópia dos designs de moda e que esta seria benéfica e vantajosa para a Indústria da Moda. O Autor, citando Raustiala e Sprigman (apud CARVALHO, 2016), aduz que em razão do ciclo da Indústria da Moda, ao qual daria causa a obsolescência induzida, a cópia dos designs contribuiria para difundir as criações e isso influenciaria na renovação das coleções e, consequentemente, na movimentação econômica da indústria. Para os autores citados por Carvalho (2016), quando o que já foi tendência passa a ser massificado, as marcas já investiriam em novas tendências.

Entretanto, mesmo com argumentos de que o ciclo da moda se modificaria em razão da obsolescência induzida e que a cópia difundiria as criações, não

concordamos com tais argumentos, pois os danos causados por esta prática desvaloriza as criações dos Estilistas/Designers e causa prejuízo tanto às grandes marcas como aos pequenos Estilistas/Designers que estão se firmando no mercado. Os danos em razão da diluição de um design muitas vezes são incalculáveis e geram prejuízos à empresa, ao mercado, aos consumidores e, também, aos trabalhadores. Concordamos com a inspiração, o lançamento de tendências e a difusão de padrões estéticos propagados pelos lançamentos das coleções e, que dependendo de seu tipo, surgem os clássicos ou as modinhas de momento.

Após a análise de diversos artigos sobre a área da moda, percebeu-se que vários autores tratam em comum a divisão dos produtos da moda, os quais estão relacionados ao ciclo da moda. Desse modo, existiriam 3 tipos:

- 1) Produtos considerados novidades ou modinhas: são as peças desenvolvidas em determinada coleção que vendem em grande quantidade em razão do consumo em massa, em sua maioria são as peças de vestuário e acessórios que aparecem em novelas, são usadas por digital influencers etc.
- 2) Produtos Clássicos: são as peças introduzidas no mercado e que possuem o ponto de saturação moderado e, provavelmente, irão permanecer no mercado. Ou seja, tais peças nunca saem de moda e permanecem no mercado ao longo dos anos, algumas vezes são repaginadas e voltam ao mercado.
- 3) Produtos entre a modinha e os clássicos: são as peças que são desejo em uma temporada e saturam, mas após algumas temporadas elas retornam ao mercado repaginadas ou não.

Sendo assim, as criações da Indústria da Moda devem gerar um fascínio muito forte para conseguir atrair o interesse do maior número de consumidores possível, para que seja possível suprir as necessidades desses consumidores e, consequentemente, maximizar as vendas no curto espaço de tempo do ciclo de determinada estação. (COBRA, 2007)

Como visto, a moda tem sua obsolescência programada, justamente para induzir o consumidor a adquirir as novas modas geradas. Desse modo, o ciclo da moda é considerado dinâmico e os responsáveis por fazer essa indústria se desenvolver rapidamente trabalham muito tempo antes do lançamento de cada coleção e de seu desfile para o público nas semanas de moda mundiais. Assim, todo esse esforço criativo deve ser compensado e, para isso, se faz importante uma adequada proteção das peças ícones que podem perpetuar o nome de uma empresa ou Estilista/Designer nessa indústria mundial tão competitiva.

3.3.2 O Profissional Estilista/Designer de Moda

Inicialmente, cabe distinguirmos o profissional Estilista e o Designer de Moda. Segundo a Escola de Belas Artes de São Paulo, o Estilista é o profissional que está conectado mais às artes. É o profissional que desenvolve peças únicas para coleções inovadoras. O Estilista não se preocuparia tanto com a funcionalidade das peças e mais com sua estética, ele é o profissional responsável por criar tendências inovadoras e as novidades da moda para o mercado.

O profissional Designer de moda, por sua vez, utiliza de suas habilidades para a produção de produtos como roupas, joias, calçados e acessórios, levando em conta a objetividade e a funcionalidade desses produtos. Segundo a definição da Escola de Belas Artes, esse profissional busca a representação de um conceito

através da criação de um produto, não apenas por sua estética, mas considerando sua funcionalidade.

No mais, os dois profissionais criam tendências inovadoras e trazem ao mercado da moda inovações, ou seja, os dois profissionais tendem a utilizar seu talento para antecipar uma época, mudanças de comportamento e criar tendências.

Para Keller (2010), a profissão de estilista de moda possuiria natureza imaterial, cognitiva e criativa. Para o Autor a característica central seria a “capacidade de criar e projetar produtos novos”. Desse modo, a atividade do estilista estaria inserida logo no início da cadeia do desenvolvimento do produto na fase do design.

Assim, Keller (2010) especifica três naturezas:

A atividade do estilista é **imaterial** no sentido de ser uma atividade do setor de serviços, em particular da indústria criativa, um serviço qualificado da área Design de Moda; **cognitiva** por ser intensiva em conhecimento; e **criativa** por ser uma atividade de concepção e de desenvolvimento de novos produtos dentro da cadeia de valor do artigo de moda.

O Estilista atua na área da moda onde o ponto principal seria a inovação e a constante mudança de cenário. Keller (2010) destacou o manual de Oslo para enquadrar as atividades do estilista como “*melhorias criativas obtidas por meio da combinação criativa de tecidos em diversos tons e cores produzindo estilo*”.

Sendo assim, o mencionado autor destaca ainda que a criatividade do profissional em seu processo de criação ocorreria ao mesmo tempo que o processo de valorização daquela criação, pois a atividade de criação agregará valor ao estilo criado, ao produto materializado, e será esta criação que influenciará, em grande parte, o preço do produto finalizado e colocado à venda no mercado. (KELLER, 2010, p. 25)

Desse modo, observamos a importância do valor da criação para a valorização do produto final. Assim, entendemos por ser a criatividade dos

profissionais os responsáveis pela criação de peças clássicas da moda que por serem referência em determinada época influenciam as criações até os dias de hoje, peças ícones da moda possuem alto valor agregado a elas e tudo decorreu da sua criação artística/design, ou seja, o Estilista/Designer é uma das peças fundamentais da Indústria da Moda.

3.3.3 O Estilista/Designer em Início de Carreira

O estilista/designer em início de carreira enfrenta diversos problemas em relação à proteção de suas criações. A imitação de designs talvez seja o principal e o mais difícil ato de ser combatido pelos novos profissionais da área. Tal infração atrapalha a consolidação de novos designers no comércio em razão da falta de força mercadológica para enfrentar fraudadores que, muitas vezes, possuem estrutura para produção em larga escala, o que consequentemente gera prejuízos na comercialização das criações do pequeno designer.

As grandes grifes não são afetadas com grandes prejuízos em vendas, pois o consumidor que adquire cópias muito provavelmente não seria o consumidor final dessas grifes. Nesses casos, o dano causado às grandes grifes está relacionado à sua imagem e ao seu valor agregado.

No entanto, os estilistas independentes e as grifes de pequeno porte acabam sofrendo prejuízos com a falta de proteção adequada às suas criações.

Como será visto, o design de moda não é protegido pela Lei norte-americana de Direito Autoral, em razão dos designs em si possuírem caráter utilitário. Conforme será explanado, o Copyright apenas protege elementos utilitários que possam ser dissociados, identificados separadamente e que possam existir de forma independente da utilidade do artigo em questão.

Como exemplo da necessidade de proteção dos designs de moda, utilizaremos um famoso caso americano apresentado por Callahan (2012) que nos lembrou a situação enfrentada pela grife Foley & Corinna, uma marca de estilistas independentes que teve seu vestido copiado pela empresa Forever 21. A marca Foley & Corinna destacou-se no mercado quando uma celebridade americana optou por vestir um vestido da marca em um programa de TV, cujo modelo repercutiu rapidamente. Entretanto, a empresa Forever 21 passou a vender uma cópia do mesmo vestido por \$40,00 (quarenta dólares), enquanto o da grife das estilistas custava 10 vezes mais, causando prejuízos em razão da diminuição na venda do vestido das designers . (JIMENEZ e KOLSUN, 2010)

FIGURA 4 – CASO FOLEY & CORINNA



O vestido da esquerda é Foley & Corinna e o da direita copiado pela Forever 21
Fonte: <http://www.nytimes.com/2007/05/10/fashion/10FOREVER.html>

Para tentar evitar tais cópias, combater a mencionada prática e proteger suas criações, o novo profissional deve conhecer as possibilidades de proteção de seu trabalho.

3.3.4 O Estilista/Designer Contratado

Passamos a analisar os direitos que são inerentes aos profissionais de Design de Moda quando estes atuam ligados a algum empregador.

A Lei do Direito do Autor 9.610/98 não especifica como deve ser tratada a questão das criações realizadas por funcionários contratados para desenvolver peças de design frutos de sua criatividade.

No mais, estudando a divisão dos direitos autorais em direitos morais, relativos aos direitos de paternidade e modificação da obra, e direitos patrimoniais, que são os direitos relativos à reprodução, publicação e divulgação da obra intelectual. Entende-se que os autores de obras protegíveis através da Lei de Direitos Autorais vão possuir sempre os direitos morais sobre a obra e deverão ter, por isso, seu nome vinculado à sua obra, mesmo quando geridos por contrato de trabalho.

Os direitos morais, conforme o artigo 27 da LDA, são irrenunciáveis e inalienáveis. Desse modo, pertencerão sempre ao autor da obra.

Os direitos patrimoniais poderão ser negociados e irão depender da previsão legal ou do que foi acordado em contrato de trabalho celebrado entre o criador e o empregador.

No que diz respeito aos ativos regidos pela Lei de Propriedade Industrial 9.279/96, nos artigos respectivamente abaixo transcritos, a titularidade de patentes, modelos de utilidade e desenhos industriais serão asseguradas conforme o contrato de trabalho estabelecido entre as partes.

Art. 6º Ao autor de invenção ou modelo de utilidade será assegurado o direito de obter a patente que lhe garanta a propriedade, nas condições estabelecidas nesta Lei.

§ 2º A patente poderá ser requerida em nome próprio, pelos herdeiros ou sucessores do autor, pelo cessionário ou por aquele a quem a lei ou o contrato de trabalho ou de prestação de serviços determinar que pertença a titularidade.

Art. 88. A invenção e o modelo de utilidade pertencem exclusivamente ao empregador quando decorrerem de contrato de trabalho cuja execução ocorra no Brasil e que tenha por objeto a pesquisa ou a atividade inventiva, ou resulte esta da natureza dos serviços para os quais foi o empregado contratado.

Art. 90. Pertencerá exclusivamente ao empregado a invenção ou o modelo de utilidade por ele desenvolvido, desde que desvinculado do contrato de trabalho e não decorrente da utilização de recursos, meios, dados, materiais, instalações ou equipamentos do empregador. (Regulamento)

Art. 91. A propriedade de invenção ou de modelo de utilidade será comum, em partes iguais, quando resultar da contribuição pessoal do empregado e de recursos, dados, meios, materiais, instalações ou equipamentos do empregador, ressalvada expressa disposição contratual em contrário. (Regulamento)

§ 1º Sendo mais de um empregado, a parte que lhes couber será dividida igualmente entre todos, salvo ajuste em contrário.

§ 2º É garantido ao empregador o direito exclusivo de licença de exploração e assegurada ao empregado a justa remuneração.

§ 3º A exploração do objeto da patente, na falta de acordo, deverá ser iniciada pelo empregador dentro do prazo de 1 (um) ano, contado da data de sua concessão, sob pena de passar à exclusiva propriedade do empregado a titularidade da patente, ressalvadas as hipóteses de falta de exploração por razões legítimas.

§ 4º No caso de cessão, qualquer dos co-titulares, em igualdade de condições, poderá exercer o direito de preferência.

Art. 92. O disposto nos artigos anteriores aplica-se, no que couber, às relações entre o trabalhador autônomo ou o estagiário e a empresa contratante e entre empresas contratantes e contratadas. (Regulamento)

Art. 93. Aplica-se o disposto neste Capítulo, no que couber, às entidades da Administração Pública, direta, indireta e fundacional, federal, estadual ou municipal

Art. 94. Ao autor será assegurado o direito de obter registro de desenho industrial que lhe confira a propriedade, nas condições estabelecidas nesta Lei.

Parágrafo único. Aplicam-se ao registro de desenho industrial, no que couber, as disposições dos arts. 6º e 7º.

A CLT, Decreto Lei 5.452/1943 que consolidou as leis trabalhistas, traz em seu artigo 454 o entendimento acerca da propriedade da criação.

Art. 454 - Na vigência do contrato de trabalho, as invenções do empregado, quando decorrentes de sua contribuição pessoal e da instalação ou equipamento fornecidos pelo empregador, serão de propriedade comum, em partes iguais, salvo se o contrato de trabalho tiver por objeto, implícita ou explicitamente, pesquisa científica. ([Vide Lei nº 9.279, de 14.5.1996](#))

Parágrafo único. Ao empregador caberá a exploração do invento, ficando obrigado a promovê-la no prazo de um ano da data da concessão da patente, sob pena de reverter em favor do empregado da plena propriedade desse invento.

Em suma, se estiver estipulado no contrato de trabalho do criador ou se a criação resultar da natureza dos serviços para o qual o empregado foi contratado, os direitos patrimoniais serão do empregador, ou seja, direitos de comercializar, publicar e reproduzir a obra. Entretanto, será apenas de propriedade do empregado a Invenção ou Modelo de Utilidade que seja desenvolvida por ele, desde que desvinculado do contrato de trabalho e que não tenha decorrido de recursos do empregador. No mais, ressalvada disposição em contrário, caso a Invenção ou MU decorra de contribuição pessoal do empregado juntamente com a utilização de recursos do empregador, a propriedade será dividida meio a meio.

Por fim, no que couber ao desenho industrial a propriedade desse ativo será daquele que a lei determinar ou do que esteja estipulado em contrato de trabalho, conforme artigo 6º da lei 9.279/96.

3.4 Formas de Proteção por Propriedade Intelectual e o Design de Moda

3.4.1 Proteção no Brasil

Como retrata Mariot (*apud* FEDERMAN, 2016), o Brasil foi o quarto país a ter uma lei de patentes após a Inglaterra, EUA e França.

Os primeiros registros acerca da intenção de proteger os ativos intelectuais datam da época de Dom João VI, 1809, quando este assinou o chamado “alvará”, o qual concedia privilégio de invenção à criação que fosse dotada de novidade e pudesse ser produzida industrialmente. (MARIOT *apud* FERDEMAN, 2016, p.61)

Nesse mesmo caminho, em 1882, foi promulgada a Lei 3.129, a qual dispunha acerca da concessão de patentes no Brasil e que possuía critérios até hoje utilizados. (MARIOT *apud* FERDEMAN, 2016, p. 61)

Atualmente, a Propriedade Industrial no Brasil é regida pela Lei 9.279/96 e em conjunto com a Lei de direito autoral 9.610/98 fazem parte da previsão legal de nossa Constituição Federal, bem como de alguns acordos e tratados como a Convenção da União de Paris – CUP (que trata da Propriedade Industrial); Convenção da União de Berna (define parâmetros do direito do autor); Convenção da União de Roma (aborda sobre direitos conexos) e o acordo TRIPS (que trata da proteção da Propriedade Intelectual no âmbito da Organização Mundial do Comércio - OMC).

A legislação brasileira garante proteção aos ativos intangíveis através do direito da Propriedade Intelectual e cerca o título conferido com os principais arcabouços jurídicos para a legítima utilização da propriedade adquirida através do devido registro. Tal sistema permite ao titular da propriedade usar, gozar e fruir do ativo protegido pela Propriedade Intelectual. Além do mais, a previsão de proteção dos ativos intangíveis está presente na nossa própria Constituição.

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

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

XXVIII - são assegurados, nos termos da lei:

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

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

XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País; (BRASIL, 1988) – grifos nossos.

Denis Barbosa (2007) ressalta a importância da inclusão dos Direitos de Propriedade Intelectual na Constituição.

Não é em todo sistema constitucional que a Propriedade Intelectual tem o prestígio de ser incorporado literalmente no texto básico. Cartas de teor mais político não chegam a pormenorizar o estatuto de patentes, do direito autoral e das marcas; nenhuma, aparentemente, além da brasileira, abre-se para a proteção de outros direitos. (BARBOSA, 2007, p. 2)

No próximo tópico pretende-se discorrer acerca das formas de proteção possíveis no Brasil e como estas podem ser usadas para proteger o design de moda, suas vantagens e desvantagens.

3.4.1.1 Tipos de Proteção

Já salientamos a importância da Propriedade Intelectual para a indústria da moda. Veremos a seguir como ela pode ser aplicada e, assim, será compreendida a peculiaridade de cada modalidade de proteção das criações da moda.

Para um singela introdução e uma visão mais clara de como utilizar essa proteção, pode-se proteger as criações da indústria da moda da seguinte forma: a criação de um novo fecho éclair com uma funcionalidade diferente poderá receber sua proteção por patente de modelo de utilidade e o estilista que usa um sinal distintivo para distinguir suas peças poderá registrá-lo como marca. (MEDEIROS, 2016)

A) Marcas

A lei da Propriedade Industrial, por meio do seu artigo 122, estipula o que pode ser registrado como marca e, através do artigo 123 define os tipos de marca que poderão ser protegidos junto ao INPI:

Art. 122. São suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais.

Art. 123. Para os efeitos desta Lei, considera-se: I - marca de produto ou serviço: aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa [...].

Dênis Barbosa (2002) define marca como sendo um sinal passível de representação com a finalidade de distinguir a origem de produtos e serviços. Vejamos sua completa definição:

marca é o sinal visualmente representado, que é configurado *para o fim específico* de distinguir a origem dos produtos e serviços. Símbolo voltado a um fim, sua existência fáctica depende da presença destes dois requisitos: **capacidade de simbolizar, e capacidade de indicar uma origem específica, sem confundir o destinatário do processo de comunicação em que se insere: o consumidor.** Sua proteção jurídica depende de um fator a mais: a *apropriabilidade*, ou seja, a possibilidade de se tornar um símbolo exclusivo, ou legalmente unívoco, em face do objeto simbolizado.

João da Gama Cerqueira (2010), conceitua marca como sendo “todo sinal distintivo aposto facultativamente aos produtos e artigos das indústrias em geral para identificá-los e diferenciá-los de outros idênticos ou semelhantes de origem diversa”.

O mesmo Autor apresenta importantes considerações acerca das marcas:

É nesse caso que o princípio da especialidade da marca tem sua maior aplicação, abrandando a regra relativa à novidade. A marca deve ser nova, diferente das já existentes; mas, tratando-se de produtos ou de indústrias diversas, não importa que ela seja idêntica ou semelhante à outra em uso. Quando se trata de indústrias ou gêneros de comércio inteiramente diversos, a questão da coexistência de marcas idênticas ou semelhantes facilmente se resolve. Ninguém confundiria, por exemplo, uma peça de fazenda com uma garrafa de vinho; um automóvel ou uma balança, não sendo induzido em erro pelo fato de ser usada a mesma marca nesses produtos.

Podemos exemplificar tipos de marcas que se enquadram nos requisitos e definições da lei e doutrina como sendo os sinais exteriorizados através de palavras, desenhos, símbolos, signos etc. Tais sinais possuem a função de identificar e distinguir os produtos aos quais são apostos e/ou serviços prestados certa atividade,

lucrativa ou não. O objetivo da marca é atrair novos clientes ou conservar os antigos e, principalmente, por meio de sua função distintiva, evitar que os produtos de uma empresa sejam adquiridos no lugar.

Para ser concedido o pedido de registro da marca deve preencher requisitos, os quais segundo Denis Barbosa (2002) e outros autores seriam: Distintividade, Novidade Relativa, Veracidade e Liceidade; sendo que o Manual de Marcas do INPI nos indica mais um, qual seja, o da Disponibilidade. Vejamos: 1) Novidade Relativa: a qual, segundo Dênis Barbosa (2002), é a exigência de que o sinal marcário possa ser concedido ao titular do pedido sem que seja infringido direito de terceiros, esse requisito se relaciona com o princípio da especialidade da marca, o qual restringe a marca do registro de terceiros apenas em sua especialidade ; 2) Liceidade: conforme o Manual de Marcas do INPI, considera-se esse requisito como a “não interdição legal por motivo de ordem pública ou por razão da moral e dos bons costumes”; 3) Distintividade: para Denis Barbosa (2002), a marca não deve se confundir com o que já existe em domínio comum, ou seja, como preceitua o Manual de Marcas do INPI, a exigência de ser distintiva “se relaciona com a própria função da marca, consistente em distinguir o objeto por ela assinalado, de maneira que seja possível sua individualização de outros de mesmo gênero, natureza ou espécie”. Com isso entende-se que a marca deve ser capaz de se distinguir das que já indicam produtos/serviços semelhantes ou iguais; 4) Veracidade: a qual proíbe o registro de sinais de caráter enganoso, quanto à origem, procedência, natureza, finalidade ou utilidade dos produtos ou serviços que o mesmo visa assinalar, com o intuito de resguardar o consumidor; e 5) Disponibilidade: o sinal deve estar livre para ser apropriado, ou seja, o sinal pretendido deve estar livre de empecilhos. A marca para o mercado da moda possui uma função simbólica, pois vai muito além do

faturamento de uma grife. A mesma envolve e comunica perfis, sonhos, objetivos e desejos de um grupo social.

O conhecimento da marca pelos consumidores é fundamental para que estes deem preferência a ela, juntamente com a qualidade que esta apresenta, o que possibilita a tais empresas atribuírem maior valor aos seus produtos e continuarem correspondendo às expectativas do consumidor. Algumas vezes, o valor do produto torna-se irrelevante, comparado às associações que uma marca permite fazer entre o consumidor e seu produto, o que pode ser atribuído por fatores tangíveis e intangíveis. (PINHO, 1996, p. 48)

Em suma, as marcas são sinais visualmente perceptíveis utilizados para identificar serviços ou produtos. Em relação à Indústria da Moda, a proteção da marca auxilia na preservação da integridade do nome de uma empresa e/ou Designer. (MEDEIROS, 2016)

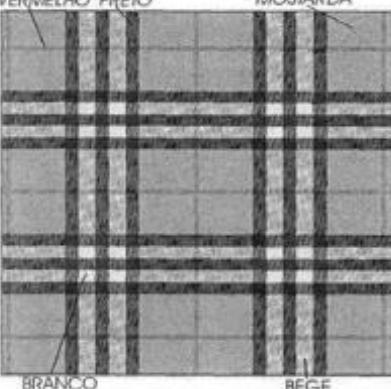
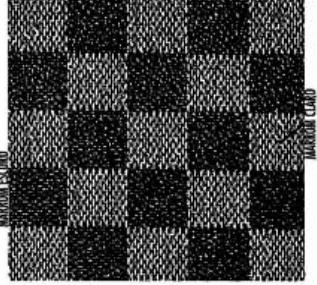
Por ser uma indústria onde a criatividade é seu ponto central, os pedidos de proteção por marcas pelas empresas da área vão além do uso trivial que se costuma associar à proteção marcária, como exemplo o registro de estampas utilizadas em bolsas e o design de bolsos de calça como marca, será demonstrado a seguir.

As marcas podem ser utilizadas para auxiliar no zelo e na construção da reputação de um estilista/designer, mas não possuem força suficiente para proteger os bens desenvolvidos por este profissional ao ponto de coibir a cópia de seus designs. (MEDEIROS, 2016)

É o caso da proteção por marca figurativa, por empresas do ramo da moda, para elementos famosos e ícones de suas coleções, em razão da utilização desses

elementos que identificam o Estilista/Designer e promovem a associação do consumidor com a marca. Vejamos alguns exemplos:

QUADRO 1 – EXEMPLOS DE MARCAS FIGURATIVAS E SUAS APLICAÇÕES

PRODUTO	MARCA
 Fonte: Google Imagens	 Registro de Marca Figurativa Titular: Burberry Limited Processo nº 822964147
 Fonte: Google Imagens	 Registro de Marca Figurativa Titular: Louis Vuitton Malletier Processo nº 820609480
	Fonte: Base de Dados do INPI

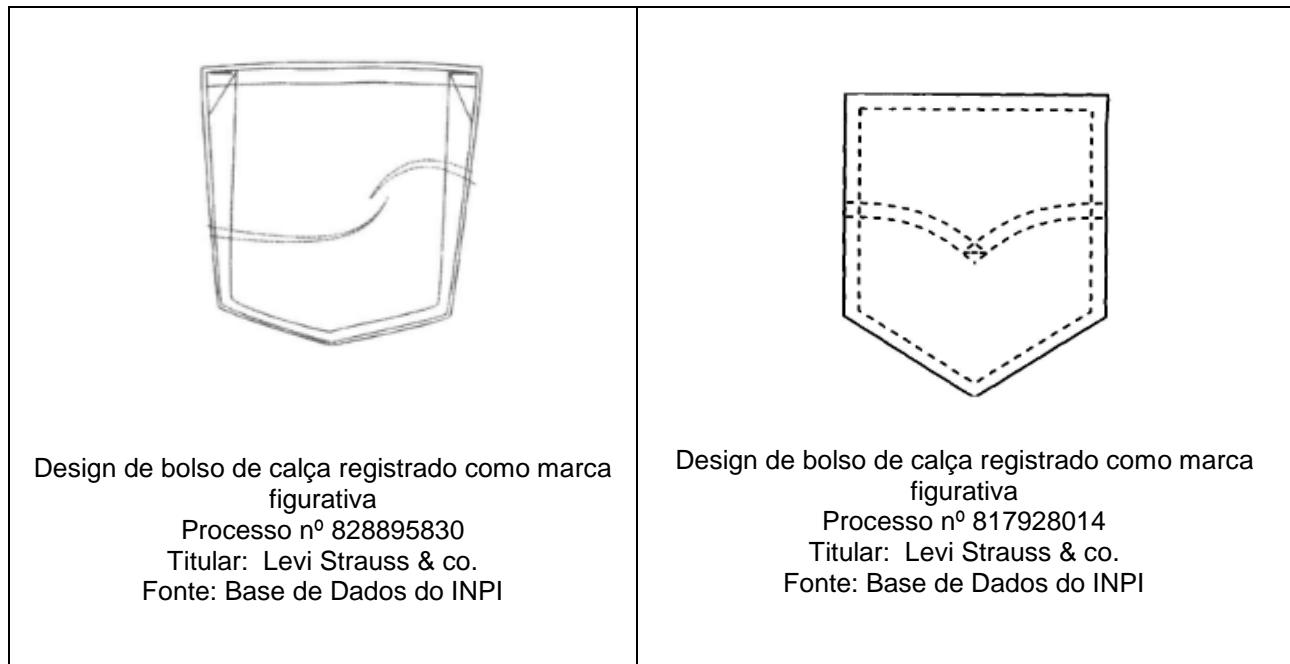
Em ação ajuizada pela Louis Vuitton em desfavor do titular da marca “Viviton”, para que este cessasse a utilização da marca e a imitação de sua marca figurativa, o Desembargador, em acórdão, considera a marca figurativa como elemento identificador da marca. Leia-se:

(...) MARCA Figurativa Desenho intitulado "Damier" **Elemento identificador da marca "Louis Vuitton"** caracterizado pelo desenho xadrez em cores diversas (marrom e bege) Desenho xadrez pertencente ao domínio público **Diferencial presente na padronagem das cores, dotadas de originalidade e novidade** Estampa idêntica utilizada em baú comercializado pela recorrente, que usa a marca "Viviton" Violação do direito de exclusividade da marca pertencente à cossuplicada (...)

(TJ-SP - APL: 2129648620108260100 SP 0212964-86.2010.8.26.0100, Relator: Ricardo Negrão, Data de Julgamento: 07/08/2012, 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial, Data de Publicação: 09/08/2012)

Outra forma de proteção de design de moda por marca, a qual vem sendo utilizada pelas empresas do ramo, é a proteção do design aplicado às peças de roupas.

QUADRO 2 – REGISTROS DE MARCAS FIGURATIVAS PARA BOLSO



Como visto, a proteção do Design de Moda por marca é possível, porém não abrange todas as necessidades das criações da moda e, por isso, serviria como uma proteção auxiliar ao design e a criações que sejam interessantes de perpetuar-se no tempo, como exemplo dos bolsos da calça que podem tornar-se característicos de uma marca; e as estampas ícones de marcas renomadas que viram identidade visual entre elas e os consumidores. Mas é importante destacar que a proteção de tais peças como marca, torna as mesmas aderentes à função de marca e ao sistema de marcas, com todas as suas idiossincrasias, como ocorre com a proteção restrita do sinal pelo princípio da especialidade, entre outras peculiaridades.

B) Patentes

A patente de invenção é um título conferido pelo estado para dar ao titular da patente a possibilidade de explorar a sua criação por prazo determinado. Assim, tal ativo visa proteger invenções que apresentem produtos ou processos inovadores. Deste modo, por um período de tempo, a patente de invenção vigora pelo prazo de 20 anos contados da data de depósito, o titular usufrui exclusivamente de sua invenção, sem a interferência de terceiros, e obtém seu investimento na descoberta de volta. Assim, findo o prazo de vigência da patente esta passa a ser de domínio público beneficiando em troca a sociedade e estimulando a inovação e o investimento em novas descobertas.

Para ser possível a proteção da invenção por patente esta deve cumprir alguns requisitos, tais como: novidade, a invenção deve ser nova e não pode ter sido revelada anteriormente, ou seja, não pode estar compreendida no estado da técnica; atividade inventiva, a invenção não pode ser óbvia a um técnico especializado na matéria e aplicabilidade industrial, a invenção deve ser passível de fabricação industrial.

Em razão das características da patente, entende-se que a tutela do design de moda não se adequaria a este tipo de proteção. Primeiramente, porque a própria Lei de Propriedade Industrial em seu artigo 10, IV não considera invenção nem modelo de utilidade as criações estéticas.

Art. 10. Não se considera invenção nem modelo de utilidade:
IV - as obras literárias, arquitetônicas, artísticas e científicas ou qualquer **criação estética;**

Outro fator é o de que o design de moda não atenderia aos requisitos da novidade e da atividade inventiva, os designs de moda em sua maioria não possuem uma grande diferenciação dos já existentes e, assim, não seriam considerados uma invenção. Medeiros (2016), citando Eguchi (2011), afirma que essa impossibilidade de proteção se daria ao fato de que os itens da moda já possuem seus parâmetros pré-fixados, como por exemplo, uma bolsa deve ter alças. Desse modo, existem limites para o quesito da novidade e os designers esbarrariam nisso ao solicitar a proteção por patente.

Como visto, para o design de moda, a proteção por patente não é adequada. Entretanto, a indústria da moda se utiliza dessa proteção para outras criações, muitas dessas criações protegidas por patente revolucionaram a mencionada indústria.

Portilho (2015), em sua dissertação, nos relata que, em 1236, fora concedido um dos primeiros privilégios de exclusividade, em Bordeaux, com vigência de 15 anos para tecelagem e tingimento de tecidos de lã.

A título de curiosidade, listaremos algumas invenções que revolucionaram a indústria da moda. Em 1937, a empresa Du Pont patenteou a fibra de Nylon a qual introduziu a era das fibras sintéticas. Já em 1939, fora apresentada a meia de Nylon

na exposição mundial em Nova York, sendo a mesma um sucesso. A descoberta do Nylon serviu para que as pesquisas fossem sendo aperfeiçoadas e que surgissem novos tecidos e fibras, como exemplo: jérsei, fibra acrílica, tergal, poliéster, lastex e lycra.

Outra patente importante e inovadora na indústria da moda é a patente do fecho éclair. Em, 1917 após o aperfeiçoamento de ideias anteriores semelhantes ao atual fecho éclair, fora solicitada a patente do famoso fecho. Na época de seu patenteamento, ele era feito apenas em metal e, na década de 30, passou a ser produzido em plástico por ser mais maleável.

Sendo assim, percebe-se que, para a proteção do design de moda, não é interessante o uso da patente, mas que as proteções da indústria da moda realizadas através da patente são revolucionárias, sendo até aplicadas no design de moda e continuam sendo utilizadas para o desenvolvimento dessa indústria tão importante para economia mundial.

B.1) Patente de Modelo de Utilidade

A patente de modelo de utilidade protege uma melhoria inovadora em um produto já conhecido no mercado, seria uma forma de aperfeiçoamento do objeto.

Art. 9º É patenteável como modelo de utilidade o objeto de uso prático, ou parte deste, suscetível de aplicação industrial, que apresente nova forma ou disposição, envolvendo ato inventivo, que resulte em melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação.

São requisitos do pedido de Modelo de Utilidade (MU):

- Novidade
- Ato Inventivo
- Aplicação Industrial

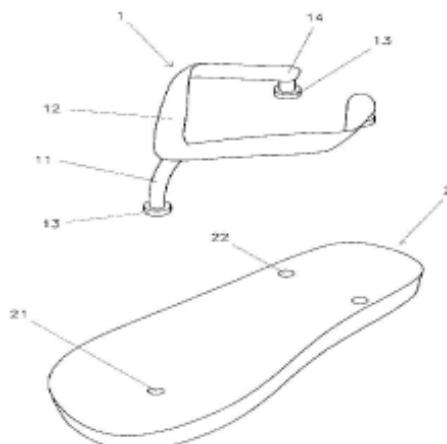
No caso do Modelo Industrial, o resultado da invenção deve ser a melhora funcional do produto em seu uso ou fabricação.

A proteção por Patente de Modelo de Utilidade confere ao titular a possibilidade de exploração exclusiva pelo prazo de 15 anos contados da data de depósito do pedido.

O modelo de utilidade exige os mesmos requisitos da patente de invenção e, por isso, entendemos não ser uma das melhores formas de se proteger o design de moda.

A título ilustrativo, apresentaremos um pedido de modelo de utilidade de calçado, MU 8900617-8, intitulado “DISPOSIÇÃO EM CALÇADO COM TIRA DE DEDO”. O modelo de utilidade apresentado permite que seja reduzido o contato da tira de dedo do calçado com o pé do usuário.

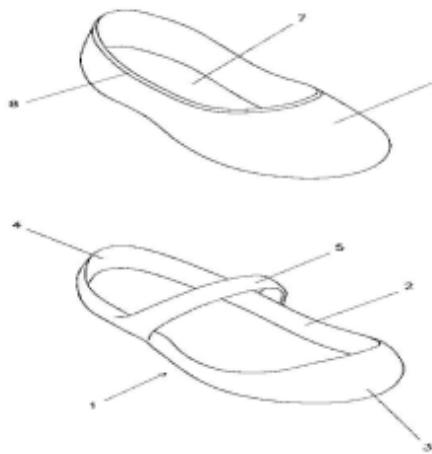
FIGURA 5 - MU 8900617-8
Disposição em calçado com tira de dedo



Fonte: Base de Dados do INPI

Outro exemplo é o calçado conversível, onde permite-se o uso como tênis, sandália ou sapatilha.

FIGURA 6 – MU 9000390-0
Disposição em Calçado Conversível



Fonte: Base de Dados do INPI

Como visto, o Modelo de Utilidade é utilizado para proteção de produtos advindos da indústria da moda, mas não seria o mais adequado para o design de moda em si.

C) Trade Dress

O Trade Dress é o conjunto imagem do produto ou, melhor dizendo, a vestimenta do próprio negócio, é a soma de todos os elementos que caracterizam determinado negócio ou produto. O Trade Dress é uma forma de proteção muito importante para as empresas, pois é ele que diferenciará uma empresa de outra por seus elementos de conjunto imagem.

Essa forma de proteção não está prevista na legislação brasileira, entretanto, ela é defendida pela doutrina e jurisprudência brasileiras como um dos sinais distintivos da empresa. No mais, por não existir essa previsão legal, a proteção do trade dress tem sido demonstrada através da repressão à concorrência desleal.

Para Denis Barbosa (2011), o instituto do trade dress pode ser entendido como “*o conjunto de cores, a forma estética, os elementos que compõem a aparência externa, como o formato ou apresentação de um produto, estabelecimento ou serviço, suscetível de criar a imagem-de-marca de um produto em seu aspecto sensível*”.

Tinoco Soares (2016), define o trade dress como a “*imagem total ou aparência geral de um produto ou serviço, incluindo, mas, não limitando a, desenho da embalagem, rótulos, recipientes, mostruários, decoração, o desenho do produto, a característica do produto ou a combinação das características do produto, não devendo o trade dress ser protegido sob essa forma se, eventualmente, for funcional*”.

Assim, pelo exposto, o trade dress seria utilizado para proteger as características originais e totalmente distintivas da aparência de um produto ou serviço. Dessa forma esse tipo de proteção, garantida pela proibição da concorrência desleal, não estaria apta a proteger completamente o design de moda em si, mas seria uma forma interessante de proteção para as características de diferenciação da marca que produz o design, ou para identidade visual distintiva daquele produto.

D) Desenho Industrial

As primeiras leis que tratavam acerca da proteção do Desenho Industrial foram criadas na França (1806) e na Inglaterra (1842), e em seguida outros países foram criando suas próprias leis acerca da matéria. (PORTILHO, 2015, p. 128)

No Brasil, o Desenho Industrial passou a ser protegido por meio do Decreto nº 24.507/1934, sendo incorporado ao sistema de proteção dado à proteção do sistema

de patentes. Por ocasião do citado Decreto e até o Código da Propriedade Industrial de 1971 existia a proteção ao “modelo industrial” (forma tridimensional) e ao desenho industrial (forma bidimensional). (PORTILHO, 2015, p. 130)

Assim, conforme Portilho (2015) nos relata, essa forma de proteção permaneceu em vigor até a promulgação da atual Lei de Propriedade Industrial 9.279/96, a qual unificou as duas formas de proteção em uma única, as denominando como “Desenho Industrial”. Da mesma forma, com a entrada em vigor da atual lei de Propriedade Industrial, o desenho industrial, que antes era protegido por patentes, passou a ter sua proteção garantida por registro.

A proteção por Desenho Industrial visa a proteger a ornamentalidade de uma criação e, diferente do Direito Autoral, como veremos, necessita de um pedido de registro para que seja conferida sua proteção legal.

A forma de proteção do Desenho Industrial no Brasil é tutelada pela Lei 9.279/1996. Desse modo, de acordo com a mencionada Lei, em seu artigo 95, seria considerado: “desenho industrial a 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” (BRASIL, 1996).

Do disposto no artigo 95 acima citado, podemos aferir os requisitos próprios para a concessão do Desenho Industrial. Assim, o Desenho Industrial deve ser novo, ou seja, não estar compreendido no estado da técnica, deve ser original, possuindo configuração diferente dos objetos já existentes, deve ser passível de fabricação industrial, conforme artigo 95 da Lei de Propriedade Industrial, e não pode possuir caráter puramente artístico, em concordância com o artigo 98. Neste a LPI estipula:

Não se considera Desenho Industrial qualquer obra de caráter puramente artístico.
(BRASIL, 1996)

Sendo assim, objetos de arte e peças de artesanato serão excluídos da proteção por Desenho Industrial, por não serem passíveis de cumprirem o requisito da aplicação industrial.

No mais, ressalta-se que existem proibições expressas de proteção por Desenho Industrial na própria Lei de Propriedade Industrial em seu artigo 100. Vejamos:

Art. 100. Não é registrável como desenho industrial:

I – o que for contrário à moral e aos bons costumes ou que ofenda a honra ou imagem de pessoas, ou atente contra liberdade de consciência, crença, culto religioso ou idéia e sentimentos dignos de respeito e veneração;

II – a forma necessária comum ou vulgar do objeto ou, ainda, aquela determinada essencialmente por considerações técnicas ou funcionais.

Tão logo o pedido seja deferido, a proteção do Desenho Industrial será em todo território nacional e garantirá ao titular do direito sua exploração exclusiva, pelo prazo inicial de 10 anos contados da data do depósito do pedido, sendo que este prazo pode ser prorrogado por mais três períodos sucessivos de 5 anos cada, perfazendo um total de 25 anos.

O Desenho Industrial parece uma boa saída para que estilistas/designers protejam suas criações, entretanto, algumas peculiaridades envolvem o pedido de registro de Desenho Industrial. Conforme as orientações do próprio INPI em seu site, a proteção conferida ao Desenho Industrial não engloba “funcionalidades, vantagens

práticas, materiais ou formas de fabricação, assim como também não se pode proteger cores ou a associação destas a um objeto”.

No mais, devemos observar uma peculiaridade importante ao pedido de registro de Desenho Industrial, qual seja, o requisito da funcionalidade. Semelhante à proteção conferida nos EUA, no Brasil, para proteger as criações bidimensionais ou tridimensionais por meio do Desenho Industrial estas não podem possuir apenas o aspecto funcional, ou não poderão ser protegidas por Desenho Industrial.

Com isso, artigos como peças de vestuário com corte comum, mas com estampas diferenciadas, seriam apenas protegidos pelo Desenho Industrial e somente na estampa e não em sua forma, corte ou silhueta em si, em razão do caráter útil da peça.

Em seu artigo, Maia (2016) ressalta a importância que o registro do Desenho Industrial pode ter na produção das empresas, em razão da importância do estilo e status dados pelo mercado da moda, as criações passíveis de proteção poderão corroborar para o aumento das vendas da empresa ligada ao setor da indústria da moda.

Além do mais, pode ocorrer a proteção de uma criação e esta tornar-se um ícone da moda. Ou seja, esse tipo de criação, que se perpetuará no tempo, faz-se interessante a proteção pelo Desenho Industrial, pois seus frutos serão colhidos ao longo de anos. Entretanto, peças voltadas ao curto ciclo da moda podem não chegar a usufruir dos benefícios da proteção do DI por não permanecerem no mercado ao tempo de processamento do pedido e do deferimento pelo INPI. (MAIA, 2016, p.)

Entretanto, Portilho (2015) faz uma consideração importante quanto à proteção por DI, ela chama atenção para o tempo entre o depósito e a concessão de um registro de DI, que é bem inferior ao tempo de concessão de um registro de marca. Desse modo, caso a criação atenda aos requisitos da originalidade, da novidade, não estando no estado da técnica, e puder ter sua fabricação industrial, a proteção por Desenho Industrial torna-se interessante para garantir os direitos do criador.

Alguns problemas podem ser ocasionados pelo tipo de proteção conferida pelo Desenho Industrial. Cabe observar que, nos pedidos de DI são realizados apenas o exame formal preliminar em relação a formulários, documentos, a comprovação de pagamento da retribuição e a suficiência visual do objeto pleiteado para fins de proteção. Caso tudo esteja em conformidade com a lei, o pedido de registro será publicado e concedido sem que sejam realizadas as análises referente aos requisitos, principalmente, da novidade e originalidade.

Desse modo, a falta de um exame de mérito acerca da registrabilidade da criação pode resultar na concessão de registros a objetos que não sejam originais. Logo, caso não seja apresentado qualquer pedido de nulidade ao registro tal registro possuirá validade jurídica. (PORTILHO, 2015, p. 134)

Penido (2016), relembra a possibilidade do titular do Desenho Industrial requerer, conforme o artigo 111 da LPI, o exame do objeto do registro em relação aos requisitos da novidade e originalidade, após a concessão e a qualquer tempo de sua vigência. Assim, o INPI emitirá um parecer de mérito o qual, caso constate a ausência dos requisitos exigidos em lei nos artigos 95 a 98, acarretará na instauração de ofício do Processo Administrativo de Nulidade – PAN.

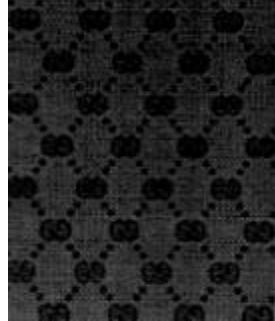
Art. 111. O titular do desenho industrial poderá requerer o exame do objeto do registro, a qualquer tempo da vigência, quanto aos aspectos de novidade e de originalidade.

Parágrafo único. O INPI emitirá parecer de mérito, que, se concluir pela ausência de pelo menos um dos requisitos definidos nos arts. 95 a 98, servirá de fundamento para instauração de ofício de processo de nulidade do registro.

A proteção por DI poderá ser aplicada à indústria da moda em diversas áreas, como exemplo:

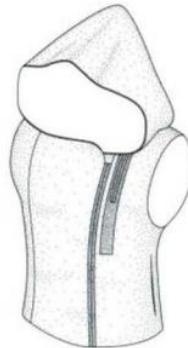
1) Na indústria têxtil:

QUADRO 3 – DI NA INDÚSTRIA TÊXTIL

Desenho Industrial	Produto
 <p>Padrão aplicado a tecido Nome do Depositante: Guccio Gucci SpA (IT) DI 5401771-8 Fonte: Base de Dados do INPI</p>	 <p>Fonte: Google Imagens</p>

2) Na confecção de peças:

FIGURA 7 – DI PARA PROTEÇÃO DE PEÇAS DE VESTUÁRIO



Configuração aplicada em peça de vestuário com capuz

Nome do Titular: NIKE INNOVATE C.V. (US)

BR 30 2015 001547 0

Fonte: Base de Dados do INPI

3) Em calçados:

FIGURA 8 A – DI PARA PROTEÇÃO DE CALÇADOS



Configuração aplicada em sandália.

Nome do Titular: GRENENE S.A. (BR/CE)

DI 6400609-3

Fonte: Base de Dados do INPI

FIGURA 8 B – DI para proteção de Calçados



Configuração aplicada em solado de calçado

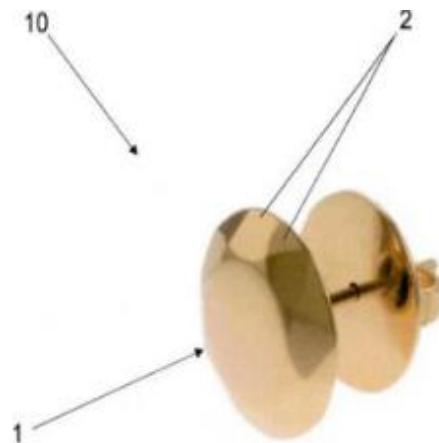
Nome do Titular: NIKE INNOVATE C.V. (US)

BR 30 2015 000449 5

Fonte: Base de Dados do INPI

4) Em Joias:

FIGURA 9 A – DI PARA PROTEÇÃO DE JOIAS



Configuração aplicada em brinco
Nome do Titular: JACK VARTANIAN - EPP (BR/SP)
BR 30 2014 004272 6
Fonte: Base de Dados do INPI

FIGURA 9 B – DI para proteção de joias



Configuração aplicada em brinco
Nome do Titular: MIRANDOURO OFICINA DE JOALHERIA EIRELI (BR/SP)
BR 30 2013 003712 6
Fonte: Base de Dados do INPI

FIGURA 10 – DI PARA PROTEÇÃO DE ACESSÓRIOS



Configuração aplicada em bracelete

Nome do Titular: Hermes Sellier (FR)

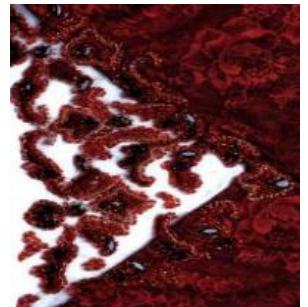
BR 30 2012 004128 7

Fonte: Base de Dados do INPI

Ressalta-se que peças criadas de forma artesanal, manualmente, não são passíveis de proteção por Desenho Industrial por não serem passíveis de cumprir o requisito da aplicação industrial.

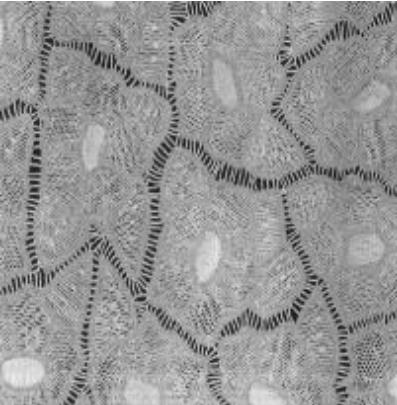
Em análise do arquivo de registros de Desenho Industrial do INPI, encontramos alguns pedidos de registro com processos administrativos de nulidade instaurados de ofício justamente por serem peças artesanais.

QUADRO 4 – PEDIDOS DE DI ARTESANAIS INDEFERIDOS

PEDIDO DE REGISTRO DE DI	JUSTIFICATIVA INPI
 <p>Pedido nº BR 30 2014 005956 4 Título: Configuração de Bordado Aplicado em Tecido Nome do Titular: Patricia Bonaldi Moda Feminina Ltda (BR/MG)</p>	<p>Processo Administrativo de Nulidade de Ofício instaurado em face de infringência do art. 95, nos termos do art. 113 da LPI (...) não se pode considerar que se trata de um conjunto ornamental de linhas e cores. Além disso, o <u>objeto parece resultar de um processo de delicada confecção manual, na qual há sensível interferência do criador ou artesão</u>. Com isso, <u>por apresentar formas que não são plenamente reproduzíveis com uniformidade e em larga escala, inferimos que o requisito da aplicação industrial não é atendido pelo objeto do pedido.</u></p>
  <p>Pedido nº BR 30 2014 005353 1 Pedido nº BR 30 2014 003566 5</p>	<p>Processo Administrativo de Nulidade de Ofício instaurado em face de infringência do art. 95, nos termos do art. 113 da LPI (...) Além de apresentar <u>formas que não servem de tipo de fabricação industrial</u>, a matéria do pedido não constitui a forma plástica ornamental de um objeto nem um conjunto ornamental de linhas e cores.</p>

O tipo de aplicação em tecido, acima demonstrado, por ser um trabalho manual deve ser protegido por Direito Autoral. Diferente são os exemplos abaixo demonstrados por serem passíveis de produção industrial.

QUADRO 5 – REGISTROS DE DI COM APLICAÇÃO INDUSTRIAL

 DI 7101281-8 Título: Padrão Ornamental Aplicado em Tecido Rendado Nome do Titular: Martha Regina Santos Costa Medeiros (BR/AL)	 DI 7101283-4 Título: Padrão Ornamental Aplicado em Tecido Rendado Nome do Titular: Martha Regina Santos Costa Medeiros (BR/AL) Ressalta-se que neste caso o que estaria sendo protegido aqui é a configuração aplicada ao bordado, o desenho em si e que este, em função dos avanços tecnológicos pode ser produzido em escala industrial a partir de um protótipo ou um modelo
---	---

Como visto, considerando a diversidade de possibilidades de formas tridimensionais e de padrões ornamentais, a proteção por Desenho Industrial pode abranger vários itens da Indústria da Moda e por seu tempo de concessão um pouco mais célere é uma forma de proteção que deve ser levada em conta pelas empresas e designers que pretendam ter suas criações resguardadas.

E) Direito Autoral

A proteção do Direito Autoral brasileiro é assegurada pela Lei 9.610/1998. O artigo 8º, da legislação de Direito Autoral pátria, determina quais criações são excluídas da proteção legal. No Brasil, não é exigido qualquer ato formal para

proteção das criações pelo Direito do Autor, basta apenas a criação da obra para que seja garantida sua tutela legal.

O Direito do Autor, no Brasil, é garantido pela Constituição, artigo 5º, incisos XXVII e XXVIII, pela Lei 9.610/1998 e por tratados e convenções internacionais, dentre eles a Convenção de Berna.

A Convenção de Berna é relativa à proteção das obras literárias e artísticas e entrou no ordenamento jurídico brasileiro pelo Decreto 75.699/75 e em seu artigo 2º estão dispostas as obras suscetíveis de proteção, semelhante ao que a lei brasileira apresenta. Por isso, a lista não é restritiva, permitindo a extensão da proteção para outras obras que não estão listadas.

Desse modo, Westin (2013 apud PORTILHO, 2015), nos ensina que “desde [que] as criações da Indústria da Moda sejam consideradas formas de expressão artística, não haveria impedimento para que elas fossem amparadas por Berna”.

A Convenção de Berna possui como um de seus princípios o do “tratamento nacional”. Segundo este princípio, a proteção dada ao nacional de um país membro para as suas obras deverá ser a mesma dada ao nacional de outro país membro da Convenção, ou seja, um design de moda protegido em um país membro, esse deve ser igualmente protegido aqui no Brasil. Um ponto importante é que mesmo países como os Estados Unidos, que não preveem proteção para peças do vestuário por estas serem consideradas funcionais, terão suas criações protegidas nos países signatários da Convenção de Berna pelo Direito do Autor em razão do princípio do tratamento nacional.

O Direito Autoral possui duas características quanto à sua proteção, ele protege o aspecto patrimonial e o aspecto moral da relação autor e obra. Para Denis

Barbosa (2012), o direito autoral possuiria duas porções: uma porção moral, a qual estaria relacionada aos direitos íntimos do autor e que estaria ligada diretamente a sua consagração por sua contribuição ao interesse social; já sua porção patrimonial estaria ligada ao proveito econômico dos direitos decorrentes de sua criação.

Para Bittar (2003), “o direito moral é a base e o limite do direito patrimonial, que por sua vez, é a tradução da expressão econômica do direito moral”.

O Direito de Autor está pautado em duas vertentes, qual seja, o Direito de Personalidade (direito moral) e o Direito de Propriedade (direito patrimonial). Esses dois atributos do Direito de Autor são legitimados no artigo 22 da lei 9.610/98, tendo em vista que o artigo preceitua que o autor possui “direitos morais e patrimoniais sobre a obra”.

A possibilidade de proteção, através do Direito Autoral, traz ao criador uma segurança jurídica e tal segurança estimula este criador em produzir e apresentar novas criações e, com isso, estimula outros a criarem e participarem do mercado, como no caso dos designers. Desse modo, ocorre um estímulo ao desenvolvimento e progresso econômico-sociocultural.

O Direito Autoral protege “as criações do espírito”, ou seja, tutela as expressões artísticas, literárias e científicas. Desse modo, conforme explicações de Silveira (1982), as criações da moda nem sempre são tuteladas pelo Direito do Autor. Para tal, estas devem conseguir se desvincular de seu caráter utilitário, ou seja, o seu caráter estético deve ser separado do seu caráter técnico e funcional

Desse modo, o design de moda, um vestido por exemplo, encontraria respaldo na proteção autoral, caso o mesmo seja dotado de uma mínima criatividade que o torne único em relação aos já existentes. O vestido comum sem nenhum

expressão autoral, não seria passível de proteção, mas um vestido com corte, estampa ou bordado diferenciado, por exemplo, pelo poderia ser protegido pelo direito de autor. Para Portilho (2015), o que se protegeria no Direito do Autor seria o resultado de sua atividade criativa e esta deve resultar em uma obra de caráter intelectual, ou seja, a obra deve ser original.

Ascensão (1997 apud Carvalho, 2016), conforme a doutrina clássica, corrobora com o entendimento da dissociabilidade do valor artístico em relação ao valor utilitário da obra. Conforme o Autor “só poderão fazer se como resultado de uma apreciação se concluir que, além do seu caráter utilitário, têm ainda um mérito particular, que justifica que as consideremos também obras literárias ou artísticas (...) quanto à moda, em si, como estilo, não é protegida”. (ASCENSÃO apud CARVALHO, 2016, p. 226)

Quanto ao tema, Bittar (2003) discorre que a obras utilitárias seriam passíveis de proteção por Propriedade Industrial e não direito autoral. Entretanto, o autor diferencia a utilidade intelectual, a qual estaria no âmbito do direito do autor, da utilidade técnica.

Entende-se que a utilidade técnica estaria relacionada a produtos que poderiam ser aplicados industrialmente. Mas, tais criações seriam diferentes das criações de design, as quais seriam a união entre a técnica e a estética. (CARVALHO, 2016)

O rol exemplificativo, do artigo 7º, das obras intelectuais que podem ser protegidos pela Lei de Direitos Autorais:

Art. 7º São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como:
I - os textos de obras literárias, artísticas ou científicas;

II - as conferências, alocuções, sermões e outras obras da mesma natureza;
 III - as obras dramáticas e dramático-musicais;
 IV - as obras coreográficas e pantomímicas, cuja execução cênica se fixe por escrito ou por outra qualquer forma;
 V - as composições musicais, tenham ou não letra;
 VI - as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas;
 VII - as obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia;
 VIII - as obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia e arte cinética;
 IX - as ilustrações, cartas geográficas e outras obras da mesma natureza;
 X - os projetos, esboços e obras plásticas concernentes à geografia, engenharia, topografia, arquitetura, paisagismo, cenografia e ciência;
 XI - as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova;
 XII - os programas de computador;
 XIII - as coletâneas ou compilações, antologias, enciclopédias, dicionários, bases de dados e outras obras, que, por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam uma criação intelectual. (BRASIL, 1998)

Como visto, as criações provenientes da indústria da moda (design de moda) não estão previstas no artigo 7º da Lei de Direito Autoral. No mais, o rol do artigo 7º é exemplificativo e, desse modo, o que não está previsto nem no artigo 7º como permitido e nem no artigo 8º como proibido de ser passível de proteção, poderia ser protegido por Direito Autoral. Ou seja, por ser um rol exemplificativo, outras criações intelectuais podem ser protegidas pela Lei de Direito Autoral.

As criações que taxativamente não podem ser protegidas pelo Direito do Autor estão listadas abaixo:

Art. 8º Não são objeto de proteção como direitos autorais de que trata esta Lei:
 I - as idéias, procedimentos normativos, sistemas, métodos, projetos ou conceitos matemáticos como tais;
 II - os esquemas, planos ou regras para realizar atos mentais, jogos ou negócios;
 III - os formulários em branco para serem preenchidos por qualquer tipo de informação, científica ou não, e suas instruções;
 IV - os textos de tratados ou convenções, leis, decretos, regulamentos, decisões judiciais e demais atos oficiais;
 V - as informações de uso comum tais como calendários, agendas, cadastros ou legendas;
 VI - os nomes e títulos isolados;
 VII - o aproveitamento industrial ou comercial das idéias contidas nas obras. (BRASIL, 1998)

Um dos requisitos para proteção de uma criação da indústria da moda pelo direito de autor é a originalidade, talvez um dos requisitos mais difíceis de ser apreciado, pois, conforme Skibinski (2017) “a parte central da criação já se encontra em domínio público, como é o caso da camiseta, vestido, meias (...). Entretanto, as obras da moda podem ser protegidas, mesmo que utilizem como base formas comuns, desde que seu conjunto se diferencie das obras já existentes, o que conferiria a peça confeccionada as características relativas ao seu autor. (SKIBINSKI, 2017, p. 56)

Outro requisito é a exteriorização, ou seja, para ser passível de proteção pelo Direito Autoral a obra deve ser materializada, as criações podem ser expressas por qualquer meio.

O registro de Direito Autoral é facultativo. Assim, para comprovar a anterioridade da criação o registro passa a ser um instrumento interessante. Entretanto, a proteção por Direito do Autor é dada pela criação e o registro serve apenas como um documento declarado por quem o compete acerca de que tal criação foi depositada. Há uma fragilidade, portanto, no ato do registro e que pode ser questionado por terceiro que se declare criador e detentor de direito igual ou semelhante e que tenha como comprovar isso.

O registro de obras passíveis de proteção por Direito Autoral pode ser requerido, conforme sua natureza e de acordo com a lei 5.988/73 em seu artigo 17, na Biblioteca Nacional (obras literárias, científicas e artísticas), na Escola de Música (composições musicais), na Escola de Belas Artes - EBA (obras de desenho, pintura, escultura, litografia e artes cinéticas) da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ e no Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia – CONFEA (registro de obras de engenharia, arquitetura e urbanismo). A proteção

Autoral está ligada a pessoa de seu titular, sendo os direitos morais previstos em Lei, intransmissíveis. Por sua vez, os direitos patrimoniais, também previstos em lei são transmissíveis e temporários. A proteção conferida ao Autor de obras puramente derivadas do intelecto perdura por toda sua vida e por mais 70 anos após a sua morte.

Em suma, importante salientar que os direitos morais do autor são direitos inalienáveis e irrenunciáveis. No mais, a proteção dos direitos patrimoniais do autor, de acordo com artigo 41 da lei de Direitos Autorais, perdura por setenta anos contados do ano subsequente ao falecimento do autor da obra. (CARRETONI, 2016)

A possibilidade de proteção, por direito autoral, de design de moda pode ser aferida por meio da jurisprudência. O trecho abaixo extraído da decisão do recurso de apelação do processo entre a Hermès e a Village 284, demonstra com nitidez a opinião, totalmente fundamentada, do Douto Desembargador quanto à proteção por direito autoral da bolsa Birkin ícone da marca Hermès.

(...)Vê-se que as bolsas produzidas pelas rés/reconvintes **tem valor por sua natureza artística, servindo muito mais como objeto de adorno e ostentação**, permanecendo **seu aspecto funcional e utilitário em segundo plano**. Trata-se de obra primígena dotada de originalidade e esteticidade, que goza de proteção pela lei de direito autoral e pelas convenções internacionais que disciplinam a matéria, das quais o Brasil é signatário(...).

(TJ-SP - APL: 01877075920108260100 SP 0187707-59.2010.8.26.0100, Relator: Costa Netto, Data de Julgamento: 16/08/2016, 9ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 17/08/2016)

O caso acima será melhor destrinchado no item 3.5 (página 83) ao tratarmos acerca da possibilidade de proteção cumulativa para o design de moda.

Por todo o exposto, o que pode ser observado, mesmo sem estar expressamente na lei de proteção ao Direito do Autor, é que as criações da indústria da moda, desde que sejam cumpridos os requisitos para a proteção por este

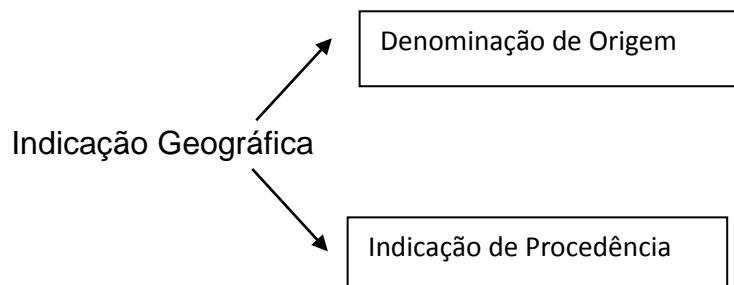
instituto, são passíveis de proteção e cada vez mais tal assertiva é garantida pela jurisprudência pátria e pela doutrina.

F) Indicação Geográfica

O instituto da proteção por Indicação Geográfica tem a finalidade de identificar a origem geográfica de produtos ou serviços através do local de sua produção ou quando suas características estejam ligadas a sua origem. (BRASIL, 1996)

No Brasil, a indicação Geográfica pode ser dividida de duas formas:

FIGURA 11 – DIVISÃO DOS TIPOS DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS



A Denominação de Origem, conforme orientações do INPI em seu site, refere-se ao local que passou a designar produtos e serviços os quais possuem suas características atribuídas à sua origem geográfica.

Já a Indicação de Procedência faz uma referência ao local que ficou conhecido por produzir, fabricar ou extrair um produto ou pela prestação de um serviço.

Rodrigues e Menezes (apud PORTILHO, 2015) aduzem, quanto ao direito de uso da Denominação de Origem e da Indicação de Procedência, que o direito de uso

da primeira caberia, exclusivamente, aos produtores que atendessem ao requisito da qualidade. No que diz respeito à Indicação de procedência, o direito desta cabe a todos os produtores ou prestadores de serviços do local delimitado e referente a essa indicação.

Ainda, Rodrigues e Menezes (apud PORTILHO, 2015) destacam um aspecto importante que é a possibilidade de agregar valor aos produtos tradicionais que são vinculados a seus territórios de origem. Com isso, essa vinculação influenciaria a economia local, protegeria os interesses dos produtores e prestadores de serviço e acarretaria no desenvolvimento econômico da região geográfica.

De acordo com Barbosa (2003), a proteção por Indicação Geográfica seria de uso restrito e um direito singular e individual, mesmo possuindo vários titulares. Com isso, congregando interesses comuns aumenta-se a capacidade estratégica dos associados.

Conforme artigo 182 da Lei de Propriedade Industrial “o uso da indicação geográfica é restrito aos produtores e prestadores de serviço estabelecidos no local (...”).

A indústria da moda também pode ser protegida por Indicação Geográfica. Em consulta a base de dados do INPI, foram encontradas Indicações de Procedência importantes para a mencionada indústria.

QUADRO 6 - INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DO ARTESANATO EM CAPIM DOURADO

Indicação de Procedência do Artesanato em Capim Dourado	
SELO 	PEÇAS EM CAPIM DOURADO  <small>Fonte: Google Imagens</small>
IG200902 Associação dos Artesãos em Capim Dourado da Região do Jalapão do Estado de Tocantins	Fonte: Base de Dados do INPI

QUADRO 7 - INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DE OPALA PRECIOSA DE PEDRO II E JOIAS ARTESANAIS DE OPALAS DE PEDRO II

Indicação de Procedência de Opala preciosa de Pedro II e joias artesanais de opalas de Pedro II	
SELO 	OPALA e JOIAS ARTESANAIS  <small>Fonte: Google Imagens</small>
IG201014 Conselho da União das Associações e Cooperativas de Garimpeiros , Produtores, Lapidários e Joalheiros de Gemas de Opalas e de Joias Artesanais de Opalas de Pedro II – IGO Pedro II	Fonte: Base de Dados do INPI

QUADRO 8 - INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DE CALÇADOS DE FRANCA

Indicação de Procedência de Calçados de Franca	
SELO  Indicação de Procedência	CALÇADOS DE FRANCA  <small>Fonte: Google Imagens</small>
IG201012	Sindicato das Indústrias de Calçados de Franca
Fonte: Base de Dados do INPI	

QUADRO 9 - INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DE TÊXTEIS DE ALGODÃO NATURAL COLORIDO

Indicação de Procedência de Têxteis de algodão natural colorido	
SELO  Indicação de Procedência	TÊXTEIS EM ALGODÃO COLORIDO  <small>Fonte: Google Imagens</small>
IG200904	Cooperativa de produção têxtil de afins do algodão - COOPNATURAL

Fonte: Base de Dados do INPI

QUADRO 10 - INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DE RENDA DE AGULHA EM LACÊ DIVINA PASTORA

Indicação de Procedência de Renda de agulha em lacê Divina Pastora	
SELO 	RENDA DE AGULHA EM LACÊ DIVINA PASTORA 
Fonte: Google Imagens	
IG201107 Associação para o Desenvolvimento da Renda Irlandesa de Divina Pastora	

Fonte: Base de Dados do INPI

QUADRO 11 - INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DE RENDA RENASCença DO CARIRI PARAIBANO

Indicação de Procedência de renda renascença do Cariri paraibano	
SELO 	RENDA RENASCença DO CARIRI PARAIBANO 
Fonte: Google Imagens	
BR402012000005-5 Conselho Ass. Coop. Emp. Ent. Renda Renascença - Conarenda	

Fonte: Base de Dados do INPI

QUADRO 12 - INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DE BORDADO FILÉ DAS LAGOAS DE MUNDAÚ-MANGUABA

Indicação de Procedência de Bordado Filé das Lagoas de Mundaú-Manguaba	
SELO	BORDADO FILÉ DAS LAGOAS DE MUNDAÚ-MANGUABA
	
	Fonte: Google Imagens
BR402014000012-3	
Instituto Bordado Filé das Lagoas de Mundaú-Manguaba	

Fonte: Base de Dados do INPI

Existem diversas indicações de procedência registradas perante o INPI. Tais registros são importantes, principalmente, para que os artesões e pequenas manufaturas agreguem valor ao seu produto e se destaquem em cenário nacional. (PORTILHO, 2015, p. 200)

As matérias protegidas por Indicação Geográfica são utilizadas para criação ou composição de peças de vestuário ou acessórios, ou seja, é possível a criação de designs de moda e, assim, deve-se buscar a proteção mais adequada para aquela criação que possui sua matéria prima protegida por IG.

3.5 Possibilidade De Proteção Cumulativa Do Design De Moda

A possibilidade de dupla proteção está ligada, também, a condição de que um produto que possui características funcionais também pode possuir, concomitantemente, sua natureza artística. A estética e a funcionalidade podem

estar presentes numa peça de roupa, por exemplo e, por isso, mesmo estando concomitantemente presentes na mesma peça ou produto não retira a proteção por parte do Direito de Autor. Porém, quando uma criação for puramente funcional, não estando presente qualquer característica artística, não será possível a dupla proteção.

No mais, destaca-se que existem outras formas de acúmulo que não sejam apenas entre Direito do Autor e Desenho Industrial. Portilho (2015) não só defende a possibilidade como destaca ser possível pela própria Lei de Propriedade Industrial ao relatar que “sobre a cumulação de Desenho Industrial e marca, por exemplo, o art. 124, inciso XXII, da LPI estabelece não ser registrável como marca “objeto que estiver protegido por Desenho Industrial de *terceiro*”. Assim, *contrario sensu*, a LPI aceita que o próprio titular registre seu desenho industrial como Marca”.

Conforme Bittar (2003), certas criações são entendidas como arte aplicada porque englobam características utilitárias com estéticas, desse modo possuem propósitos industriais. Assim, e pelo que foi visto até aqui, pode-se considerar que as criações da indústria da moda podem ser tuteladas tanto pelo direito do autor como pelo Desenho Industrial.

Nascimento (2006) (apud PENIDO, 2016) também entende como possível e aconselha o uso da cumulação de proteções. O autor entende que como os dois institutos possuem natureza e legislações distintas eles se completariam.

Notadamente quanto à proteção por desenho industrial e direito autoral, a dupla proteção não só é permitida no Brasil, como por vezes aconselhável. (NASCIMENTO, 2006)

Nas palavras de Cristina Carretoni (2016) fica mais fácil de entender a possibilidade de dupla proteção e suas peculiaridades:

Assim, tanto o direito de autor quanto o desenho industrial protegem criações com caráter estético, sendo que, no Brasil, é excluída expressamente da proteção por desenhos industriais as “obras de arte pura”, enquanto não há disposição expressa na legislação a respeito da possibilidade de proteção, também, como direito de autor, das criações de forma, com conteúdo estético, mas não intrinsecamente obras de arte pura. Diante disso, os titulares de criações que envolvem objetos de design podem potencialmente recorrer a mais de um instituto de proteção de direitos da Propriedade Intelectual, sendo, portanto, possível que às obras de arte aplicada seja conferida proteção por desenho industrial e também por direito de autor, uma vez que, como já estudado acima, a destinação industrial não impede a proteção autoral.

Sendo admitida a cumulação de proteções sobre uma mesma criação, discute-se sobre a possibilidade e a conveniência de o seu titular invocar ambas para colocar em prática a defesa de seus direitos. **Essa situação poderia permitir, em muitos casos, que os titulares invocassem a proteção por direito de autor para a criações de design, com conteúdo artístico inexpressivo, unicamente com o propósito de valerem-se, principalmente, do prazo ampliado de sua vigência.**

Neste sentido, levanta-se uma questão importante ao se tratar da dupla proteção, qual seja os limites da sua aplicabilidade. Conforme explicitado acima, a dupla proteção por desenho industrial e direito autoral deve ser permitida, porém deve-se sempre levar em conta o objetivo desta múltipla proteção, para que não extrapole a função social da propriedade intelectual. **Assim sendo, importante observar com cautela a finalidade social e econômica de cada instituto de proteção, a fim de evitar com que um indivíduo busque a proteção por direitos autorais somente com o propósito de aumentar o prazo da referida tutela, que para o direito autoral é superior àquele conferido pela propriedade industrial, para impedir a atuação de seus concorrentes.** Vale recordar que a propriedade intelectual tem como uma de suas funções principais incentivar o desenvolvimento não somente tecnológico mas também criativo, portanto o sistema da dupla proteção deve respeitar as respectivas finalidades de cada instituto para que não seja conferido a uma só pessoa o direito de se apropriar de um determinado elemento de design e delimitar a criatividade de outros designers impedindo, de forma abusiva, a referência ao referido elemento protegido.

Um caso famoso e didático para o entendimento da possibilidade de dupla proteção e a consideração de designs de moda como passíveis de proteção por Direito Autoral é o caso da Hermès versus 284.

Em 2010, a 284 lançou uma bolsa denominada “i’m not the original” em que o design da mesma imitava o design da famosa bolsa “Birkin” da Hermès. Após receber notificação extrajudicial por parte da Hermès, a 284 ajuizou ação buscando comprovar que a bolsa “Birkin” não era protegida por direito autoral em razão de seu caráter utilitário.

De início o Douto Magistrado destacou a possibilidade da dupla proteção a criações que sejam dotadas de caráter utilitário e estético, como o caso de algumas peças provenientes da indústria da moda. Vejamos o trecho:

Oportuno lembrar que é possível a dupla proteção, tanto da Lei de Direito Autoral como pela Lei de Propriedade Industrial, em **obras/criações que possuam ao mesmo tempo o caráter estético e a conotação utilitária**, como explica Carlos Alberto Bittar

“Conjugando-se esses elementos, desde a criação, é a obra integrada ao processo econômico, possibilitando a consecução de melhores efeitos na comercialização, cada vez mais dominada pela sofisticação dos mercados. De outro lado, inseparáveis esses caracteres opera-se a proteção da obra nos dois campos citados, reunidos os requisitos legais.”

(TJ-SP - APL: 01877075920108260100 SP 0187707-59.2010.8.26.0100, Relator: Costa Netto, Data de Julgamento: 16/08/2016, 9ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 17/08/2016)

Nesse caminho, a ação judicial seguiu e teve um desfecho interessante que se tornou precedente para o direito da moda, em razão do reconhecimento da proteção de bolsas e acessórios por direito do autor.

No mencionado caso, na decisão proferida na Apelação nº 0187707-59.2010.8.26.0100 do TJ/SP, o magistrado entendeu que a bolsa da Hermès era uma criação artística original, com cunho estético e, por isso, estaria passível de proteção pelo Direito Autoral.

FIGURA 12 – BOLSA 284 X BOLSA BIRKIN



FONTE: Google Imagens.

Vejamos trecho interessante e, oportunamente bem fundamentado, da decisão judicial:

Vê-se que as bolsas produzidas pelas rés/reconvintes **tem valor por sua natureza artística, servindo muito mais como objeto de adorno e ostentação**, permanecendo **seu aspecto funcional e utilitário em segundo plano**. Trata-se de obra primigena dotada de originalidade e esteticidade, que goza de proteção pela lei de direito autoral e pelas convenções internacionais que disciplinam a matéria, das quais o Brasil é signatário. **O fato das bolsas serem produzidas em maior escala pelas rés/reconvintes não lhes retira a natureza de obra de arte, sabido que qualquer obra de arte pode ser reproduzida em larga escala pelo detentor do direito de autor ou sob sua autorização**, a exemplo do que ocorre com a edição de livros, discos e filmes. Nem se diga, como pretende a autora/reconvinda, que a obra copiada teria caído no domínio público.

(TJ-SP - APL: 01877075920108260100 SP 0187707-59.2010.8.26.0100, Relator: Costa Netto, Data de Julgamento: 16/08/2016, 9ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 17/08/2016)

Assim, como não existe previsão legal de proibição e como as proteções são independentes, é possível o acúmulo de proteções desde que os requisitos de cada forma de proteção estejam presentes. Além do mais, deve-se sempre respeitar a função social que a proteção dos ativos intangíveis pela Propriedade Intelectual deve possuir.

A indústria da moda é cíclica, com isso, deve-se lembrar que é comum peças e estilos marcantes de uma época serem revistos e repaginados sem intercorrer na violação de direitos de terceiros.

Pelo exposto, não pode o titular do direito buscar as duas proteções apenas para postergar o tempo de proteção e impedir a atuação de terceiros no mercado. Sendo assim, não pode ser esquecida a função social da Propriedade Intelectual que possui a função de incentivar o desenvolvimento tecnológico e criativo.

3.6 Proteção na França

A França é considerada a capital da alta costura, desse modo, devemos analisar sua história juntamente com a respectiva evolução legislativa para proteger as criações que influenciam o comportamento Francês e a moda no mundo desde o século XVII.

Segundo Susan Scafidi (2006), na história da proteção da moda na França, os tecelões de seda de Lyon foram os primeiros a exigir proteção da Propriedade Industrial para suas criações, e, ainda, em 1787 um decreto real estendeu a proteção para fabricantes de seda de todo o país.

A proteção do design de moda na França tem suas origens na lei do Direito do Autor de 1793, pela qual era considerado arte. Desse modo, o Código Francês de Propriedade Intelectual permitiu que o design de moda e até desfiles de moda fossem protegidos através do sistema de Direito do Autor. Com a proteção ao design de moda conferida pela França, ocorre a promoção da inovação e da criatividade incentivando os designers a apresentarem coisas novas.

O sistema de proteção pelo Direito do Autor na França abrange todo e qualquer trabalho original proveniente da criação humana e não levando em

consideração para proteção qual tipo ou forma de expressão estaria incorporado à obra.

O mercado de moda da França possui extrema importância para a economia do país e, por isso, existe uma enorme quantidade de litígios em função da violação de direitos autorais envolvendo produtos da moda.

Confome Gauss (2013), as obras intangíveis e intelectuais são protegidas sem qualquer registro. No mais, as "criações das indústrias sazonais de vestuário e artigos de moda" são expressamente listadas pelo Código Francês de Propriedade Intelectual como obras da mente. No entanto, enfrentam a dificuldade em demonstrar o caráter original, porque o artigo de moda segue frequentemente as tendências e os estilos do momento. Com isso, os tribunais franceses tendem a analisar o caráter original das criações de moda e tendem a negar a proteção por direitos autorais de criações consideradas comuns.

O Código Francês de Propriedade Intelectual garante que todo trabalho original, expresso de qualquer forma, poderá ser protegido pelo Direito do Autor. O código traz uma lista não exaustiva dos tipos de trabalhos que podem ser protegidos pelo Direito do Autor, tais como: obras literárias, artísticas ou científicas, conferências, discursos, argumentos, obras dramáticas e comédias musicais, obras coreográficas, desfiles de moda, composições musicais com ou sem letra, filmes, obras audiovisuais, designs, entre outras formas artísticas passíveis de proteção.

Vejamos especificamente o artigo L. 112-2 – 14º do Código de Propriedade Intelectual:

Art. L.112-2. Sont considérés notamment comme œuvres de l'esprit au sens du présent code: 14° Les créations des industries saisonnières de

l'habillement et de la parure. Sont réputées industries saisonnières de l'habillement et de la parure les industries qui, en raison des exigences de la mode, renouvellent fréquemment la forme de leurs produits, et notamment la couture, la fourrure, la lingerie, la broderie, la mode, la chaussure, la ganterie, la maroquinerie, la fabrique de tissus de haute nouveauté ou spéciaux à la haute couture, les productions des paruriers et des bottiers et les fabriques de tissus d'ameublement.⁹

Um dos benefícios garantidos em lei pelos titulares de marcas, direitos autorais e design é o de ser possível a obtenção de uma ordem judicial ex parte para realizar busca e apreensão nas dependências de um potencial infrator de seus direitos. Por este meio, é possível coletar informações e comprovar a violação cometida pela parte infratora diretamente na fonte. Desse modo, o procedimento é realizado por oficial de justiça que coleta as informações e colhe amostras de produtos para confeccionar um relatório que será utilizado em uma possível ação judicial. (GAUSS, 2013)

A proteção através da legislação francesa de Propriedade Intelectual, nos termos do artigo L 111-1, estipula que o autor de uma obra de espirito goza de direito sobre esse trabalho apenas pelo fato de sua criação. Ou seja, goza de um direito de propriedade imaterial exclusivo e oponível a tudo que inclui atributos intelectuais e morais, bem como atributos de ordem patrimonial.

Desse modo, o direito é conferido, de acordo com o artigo L 112-1 do mencionado código de propriedade intelectual francês, ao autor de qualquer obra intelectual seja qual for o tipo ou forma de expressão. De acordo com a mencionada

⁹ São considerados como obras da mente, na acepção do presente Código: 14 ° criações das indústrias sazonais de vestuário e adorno. São consideradas indústrias sazonais de indústrias vestuário e adorno, devido às exigências da moda mudam frequentemente a forma de seus produtos, incluindo costura, pele, roupa interior, bordados, moda, calçado, luvas, artigos de couro, fabricantes de alta novidade ou tecidos especiais para alta moda, produções de paruriers e sapateiros e fábricas estofos (tradução literal).

lei, as criações das indústrias sazonais de roupa e adorno, que por causa das exigências da indústria da moda se renovam com frequência, são protegidas simplesmente em razão da criação de uma forma original, mas ressalta-se que as cortes francesas têm levado em consideração o caráter da originalidade das criações e vêm negando a concessão de proteção por direitos autorais de criações comuns nas temporadas de moda. (GAUSS, 2013)

A França possui duas formas de proteção do design de moda, tanto pela lei da Propriedade Intelectual como pelo regulamento de design da União Europeia. Como demonstramos, a lei francesa garante a proteção ao design de moda. No mais, a União Europeia garante proteção ao design de moda em seus países membros.

Conforme a legislação francesa, as criações da moda podem ser protegidas, também, pelo design e, para tanto, são necessários dois requisitos para que um artigo da moda esteja apto a proteção de seu design, qual seja: que este seja dotado de novidade e possua caráter singular. Além do mais, tal proteção deve ser solicitada/registrada para que seja válida.

A proteção garantida pela União Europeia, perante o Escritório de Harmonização no Mercado Interno, ocorre da seguinte forma: o designer pode optar por proteger sua criação através do registro - Registered Community Design (RCD), no limite do território da União Europeia, o que lhe garante uma proteção por 5 anos renováveis até 25 anos, contados da data de depósito, para prevenir o uso não autorizado e a reprodução do design de moda. No mais, caso o designer opte por não registrar sua criação - Unregistered Community Design (UCD), a União Europeia também garante uma proteção contra cópias e imitações pelo período de 3 anos, contados da data em que o design foi disponibilizado ao público. (Shirwaikar, 2009)

Em razão das peculiaridades, onde a vida de um produto pode ser curta e grande parte das criações não podem ser protegidas por algum tipo de registro, a garantia de direitos pelo UCD é bem útil para a indústria da moda. Em razão dessa funcionalidade para este tipo de indústria, existem diversas decisões ligadas ao uso da proteção pela UCD. (GAUSS, 2013)

Um caso de destaque foi a confirmação da proteção pelo Tribunal de Recurso de Paris, por UCD, da bolsa Dior Soft. Em decisão contra a Versace France e Gianni Versace SpA, com base na violação de direitos autorais e infração UCD, o mencionado tribunal entendeu que a Christian Dior Couture apresentou provas suficientes, demonstrando ser a primeira a utilizar o design da bolsa na União Europeia. (GAUSS, 2013)

FIGURA 13 - Bolsa Dior Soft



Fonte: Google Imagens

Sendo assim, mesmo sem registro, os designs são dotados de proteção na França e na União Européia. Faz-se importante observar que a possibilidade de proteção do design sem registro não confere a ele um monopólio e sim a condição de evitar a cópia e utilização indevida do design por terceiros.

Como visto, na França, os designs da indústria da moda podem ser protegidos por duas legislações, desse modo, mesmo sem registro eles possuem proteção. Tais artigos possuem proteção expressa, seja ela pela lei francesa ou pelas formas de proteção garantidas pela União Europeia.

3.7 Proteção nos EUA

O design ligado à moda, para a lei norte americana, é a forma como uma peça de vestuário específica é cortada e modelada. Segundo a linha contrária de alguns países da Europa, esse tipo de design, chamado de design de moda, não é protegido naquele país. (JIMENEZ E KOLSUN, 2010, p.39)

Nos Estados Unidos, os designers encaram com surpresa que a parte mais criativa da indústria da moda não possua sua devida proteção no país, pois outros tipos de design são amplamente protegidos, como o caso do “industrial design”. Desse modo, mesmo que a peça possua um design inovador e diferenciado, para lei americana, não seria ilegal copiar tal design, mesmo que a cópia seja exatamente igual ao original. (JIMENEZ E KOLSUN, 2010, p.39)

Segundo Jimenez e Kolsun (2010), às vezes, como exceção, o corte e a modelagem de um vestuário podem ser protegidos por patente ou trade dress.

O que a lei americana permite, para proteção relacionada à indústria da moda, é a forma cumulativa de proteção, ou seja, um mesmo produto pode ser dotado de diversas formas de proteção ao mesmo tempo, mas que não tão eficazes quanto a peculiaridade das criações.

No cenário americano, pode-se utilizar de forma não satisfatória três formas de proteção para o design de moda: “trademarks/trade dress”, “design patents” e “copyright”.

A utilização da proteção por registro de marca seria possível apenas para proteger a marca, utilizada para identificar produtos. O uso do trade dress permitiria a proteção das características visuais e sensoriais do produto, desde que essas características remetessesem aos consumidores o produto em si, ou seja, os consumidores devem associar esse design com a marca, o chamado “secondary meaning”¹⁰ (MORIS, 2015)

Como exemplo, dessa proteção concedida nos Estados Unidos, está o famoso caso Christian Louboutin vs. Yves Saint Laurent onde a Corte Americana entendeu que o solado vermelho dos sapatos Louboutin seria um símbolo distintivo e que, tal simbologia, estava representando a marca em si para os consumidores e, por isso, merecia proteção (MORIS, 2015).

O “design patent” protege a ornamentação de um design, desde que ele seja novo; ornamental e não somente funcional; e não seja óbvio para um designer com um conhecimento comum na área. Normalmente, esse tipo de proteção vem sendo usada para bolsas, sapatos e joias (MORIS, 2015).

Pode parecer que esse tipo de proteção seria a adequada para o design de moda. Entretanto, o tempo que os EUA levam para conceder essa proteção excede o tempo de vida sazonal das coleções de moda. Assim sendo, só valeria a pena se a

¹⁰ Para Denis Barbosa, “a significação secundária presume a prática simbólica num mercado determinado, que, pelos processos de criação de uma percepção junto ao público de que o signo já não designa um elemento do domínio comum, mas assinala uma origem específica para um produto ou serviço”. (DENIS BARBOSA, 2011, p.1)

busca pela proteção fosse para artigos que não saiam rapidamente de moda, como tênis, bolsas e jóias. (YOUNGER, 2014)

No mais, outro fator que demonstra que esse tipo de proteção não é adequada aos designs de moda, é a dificuldade em preencher os requisitos de registro para a patente de design. Conforme Woods e Monroig (2015), é difícil preencher os 3 requisitos: da novidade, não funcionalidade e inventividade.

Diferentemente de alguns países europeus, o design de moda não pode ser protegido pelo Direito de Autor, qual seja, o “US Copyright Act”. Os designs em si não seriam protegidos por serem considerados objetos funcionais. Na legislação americana, a lei do copyright só irá proteger o design da peça de vestuário, mas não a peça de vestuário em si (MORIS, 2015).

Na lei americana, o Copyright protege apenas os padrões ou impressões no próprio tecido ou aplicados em outros materiais, não se pode proteger as peças de vestuário e acessórios em si por serem considerados objetos funcionais.

Para proteção do design de moda nos EUA utiliza-se, principalmente, a proteção pela marca, pois uma loja, provavelmente, não irá vender suas peças sob a marca de um designer famoso. No entanto, não há como prevenir que essa loja venda roupas idênticas às produzidas por aquele design.

Parece uma situação frágil para os designers, que o principal elemento criativo da moda, quais sejam as peças de roupas de uma coleção, esteja fora da proteção pela Propriedade Intelectual nos EUA. Ou seja, enquanto as marcas estão bem protegidas, o resultado principal da criação está sendo alvo de cópias.

O Copyright americano apenas protege os elementos artísticos de um produto e não sua forma funcional, desse modo é entendido que o design de moda seria considerado funcional. (JIMENEZ E KOLSUN, 2010, p.39)

Assim, teríamos como exemplo de proteção: as estampas, as fivelas de cinto, os gráficos impressos em peças de vestuário, as joias e alguns outros acessórios.

No mais, alguns aspectos isoladamente são protegidos como estampas, cores únicas e combinações novas de elementos usados em algum design. Entretanto, só podem ser objeto de proteção caso existam de forma independente do artigo em si (MORIS, 2015).

Nas palavras da divisão de Copyright da WIPO, são requisitos para proteção americana pelo Copyright que a peça seja tangível e, mesmo que com aspecto utilitário, esta obedeça aos requerimentos de separação física e conceitual. Ou seja, só serão consideradas criações artísticas caso os elementos que a compõe possam ser identificados e utilizados de forma separada do objeto (WOODS E MONROING, 2015).

No mais, quando falamos de obras que sejam objetos úteis, apenas seria passível de proteção quando o design fosse possível de ser identificado de forma isolada e que este pudesse existir isoladamente dos aspectos úteis do objeto (ex: estampa, fivela, etc.). Tal separabilidade pode ser física ou conceitual. A física ocorre quando o design pode ser separado da peça funcional e ser vendido separadamente, sem afetar a funcionalidade. Já a separabilidade conceitual, para Woods e Monroing (2015), ocorre quando o design invoca um conceito separado da funcionalidade da peça de roupa, e a aplicação do design à peça não foi motivada para melhorar a funcionalidade do artigo.

Deste modo, comprehende-se que os designs que possam existir em separado e possam ser aplicados em um artigo de moda podem ser protegidos, já um design de uma peça usual do dia a dia, como saias, blusas etc., em si, não seriam passíveis de proteção em razão da sua caracterização como artigo útil.

Já é histórica a busca da indústria da moda por uma proteção mais eficaz dos designs perante o congresso americano.

Vários projetos de leis (*bills*) já foram encaminhados ao Congresso Americano, mas nenhum obteve aprovação. O mais recente, “*Innovative Design protection Act of 2012*”, teria a proposta de emendar o capítulo 13, do título 17 da lei americana sobre o Copyright. Essa proposta traria mudanças significativas, seguindo os moldes da legislação francesa, de acordo com a qual seria possível a proteção dos designs de moda por três anos, o que permitiria, aos designers, punir aqueles que copiassem o design protegido (MORRIS, 2015).

Woods e Monroig (2015), da divisão de copyright da WIPO, listaram os argumentos mais utilizados para dar apoio ou criticar o projeto de lei “*Innovative Design protection Act of 2012*”. Entre os que apoiam a criação de uma lei específica alegam que o design de moda seria uma forma artística de expressão e deveria ser protegida pelo copyright como outros tipos de criações artísticas que gozam de proteção; outro argumento é de que os Designers estão sofrendo danos causados pelas cópias; os Designers teriam uma motivação além da financeira para criar e, outro ponto levantado, é o de que os países europeus que protegem os designs de moda são líderes da indústria da moda. No mais, como crítica a criação de uma lei específica para proteger os designs de moda encontra-se o argumento de que a cópia promoveria a inovação e a criação de novos designs de moda; que aumentaria

os custos legais dos designers independentes e que, também, existiria um aumento no produto final para os consumidores.

Como visto, são diversos argumentos sobre o tema que tornam o debate conturbado para ambos os lados. No entanto, uma decisão recente da Suprema Corte Americana pode mudar os rumos do que pode ser protegido através do Copyright. O caso envolveu a Varsit Brands v. Star Athletica, que são duas empresas fabricantes dos uniformes utilizados por líderes de torcida, julgado em 22 de março de 2017, o mesmo versava acerca da proteção ou não por copyright dos uniformes de líderes de torcida que continham design Chevron aplicado. A Star Athletica é uma empresa relativamente nova no mercado de fabricação dos mencionados uniformes, já a Varsit Brands é a líder no mercado nesse tipo de vestimenta. Ocorre que, logo após a empresa Star Athletica apresentar seu primeiro catálogo de uniformes, a gigante Varsit Brands a acusou de infringir seus direitos de Copyright, mais precisamente pela divisa em formato V chamada “Chevron”, presente em todos uniformes da marca.

FIGURA 14 – Esquerda a imagem mostra o uniforme da empresa Varsity e na direita uma imagem do catálogo da Star Athletica.



Fonte:<https://consumerist.com/2016/11/01/why-the-supreme-court-suddenly-cares-about-cheerleader-uniforms/>

No mais, em 22 de março de 2017, a Suprema Corte Americana proferiu sentença que, em decisão majoritária, acolheu que os elementos eram passíveis de proteção por Copyright, em razão de serem possíveis de serem identificados separadamente e existirem independentemente dos uniformes, outro exemplo dado na decisão foi de que se o design fosse aplicado em uma tela ele seria considerado arte e seria passível de proteção pelo Copyright. Entretanto, destaca-se que a proteção foi dada para a divisa em formato V chamada “Chevron” e não nos uniformes de líderes de torcida.

A Lei do Copyright americana, em sua seção 113(b), exclui da proteção os artigos considerados funcionais. Para tanto, tal exclusão é justificada como forma de prevenir que pequenas coisas possam ser protegidas e monopolizadas. Com isso, pode-se ter a proteção de uma criação artística como um estampado numa peça de vestuário, mas não poderia, através do copyright, proteger a peça em si. Ou seja, pode-se proteger a estampa de uma camiseta, porém não seria possível a proteção separada apenas da camiseta.

Certas criações da indústria da moda não podem mais ser consideradas apenas como artigos puramente úteis, algumas criações devem sim gozar de uma proteção eficaz. A utilização do copyright para proteger tais direitos não reduzirá a inovação, mas estimulará as grandes empresas varejistas, que atualmente copiam os artigos de moda, a atuarem de outra forma criando novos projetos. Entende-se que é necessária alguma forma de proteção mais eficaz para proteger o trabalho dos designers. Deste modo, como teme-se, os tribunais americanos não serão abarrotados de ações judiciais, esses inicialmente terão que esclarecer o que poderá ser protegido pela nova lei apenas. Desta forma, ressalta-se ainda que, o monopólio garantido pela proteção será apenas de três anos. Com isso, serão

protegidos projetos inovadores que inspirarão novas tendências, garantindo a proteção dos designers independentes e incentivando criações originais. (WEST, 2011, p. 86)

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

4.1 Principais Contribuições

A era do imediatismo, na qual vivemos, proporciona que a cópia dos designs de moda já tenha início no momento em que ocorrem os desfiles e são apresentadas as coleções das semanas de moda. A fotografia de um modelo pode ser instantaneamente encaminhada para a fábrica, a qual irá copiá-la conseguindo lançar tal cópia dias após o desfile de lançamento.

Imaginando o cenário acima percebe-se o quanto importante é a proteção das criações da indústria da moda, principalmente para obtenção de retorno de todo o investimento financeiro e criativo por de trás do lançamento de uma coleção.

Com o presente trabalho, buscou-se estudar às possíveis proteções as criações da moda, principalmente, ao design de moda. Assim, com o estudo bibliográfico realizado, foi possível desenvolver uma cartilha pensando nos profissionais do design de moda para que estes possam conhecer seus direitos e que saibam aplicá-lo no dia a dia de trabalho, disseminando conhecimento acerca da proteção das criações por Propriedade Intelectual. As possibilidades e formas de obtenção de tal proteção, muitas vezes, são desconhecidas por esses profissionais.

Ao analisarmos as possíveis formas de proteção das criações da moda, e em especial do design de moda, acreditamos que na legislação brasileira sejam a proteção por Desenho Industrial e Direito Autoral as formas que mais conseguem se adequar e garantir uma proteção mais eficaz que as demais.

Entretanto, como demonstramos, as criações da moda são, na maioria das vezes, consideradas produtos utilitários e, para alguns itens, a tutela pelo Direito Autoral não seria possível.

Sobre as criações melhor tuteladas pelo Direito Autoral, destacamos as peças desenvolvidas artesanalmente, que não seriam passíveis de produção industrial, e as peças de alta costura que em razão de sua qualidade e criatividade também não são produzidas de forma industrial. Tais criações são frutos do íntimo do autor, com características personalíssimas e materiais, por muitas vezes, exclusivos, por isso não conseguem ser produzidas de forma industrial.

Já quanto à proteção por Desenho Industrial, apresentamos que esta pode ser uma boa forma de proteção em razão do período curto para a concessão, mas o prazo de proteção de 10 anos prorrogáveis por três períodos de 5 anos pode ser demais para as criações da moda em função do ciclo dinâmico dessas criações. Entretanto, um dos problemas dessa tutela para os produtos da moda é que a análise do mérito é realizada apenas nos requisitos formais do processo, sendo o exame de mérito realizado apenas quando a pedido do interessado. Assim, várias concessões podem ser realizadas para criações que não são dotadas de novidade e originalidade.

Uma problemática ainda em discussão é a possibilidade de cumulação de proteções. Demonstramos ser sim possível e que a jurisprudência e a literatura estão cada vez mais se posicionando a favor desta dupla proteção. Entretanto, nosso ordenamento jurídico precisa se adequar a esta realidade, pois a falta de comunicação entre os órgãos responsáveis pelo registro de Direitos Autorais e o INPI, responsável pelo registro de direitos da Propriedade Industrial, possibilita que um titular com registro em um dos órgãos possa ser copiado por um terceiro que, de má fé, realize o registro no outro órgão.

Estudada todas essas peculiaridades, formas de proteção, postura de países com legislações específicas e que buscam a aprovação de uma legislação mais

adequada, resumimos este material, adequamos e desenvolvemos uma cartilha com explicações sobre as proteções disponíveis, como obter a proteção dos ativos e ilustramos exemplos que possibilitam a disseminação da Propriedade Intelectual aos profissionais e futuros profissionais do design de moda. Espera-se que o objetivo final deste trabalho, qual seja a criação da mencionada cartilha, possa contribuir para o conhecimento dos profissionais e que estes possam, futuramente, buscar uma proteção mais eficaz para suas criações.

4.2 Sugestões para Futuras Pesquisas

Ao longo do desenvolvimento do presente trabalho surgiram diversos temas que poderiam ser explorados em futuros trabalhos.

Dentre eles, entendemos como principal a análise da possibilidade de criação de uma lei mais adequada à proteção do Design de Moda, com características da já aplicada na França e o projeto de lei que foi apresentado nos EUA para tratar da matéria, tais legislações abarcam um tempo de proteção menor, mais adequado ao ciclo da moda, e a possibilidade da tutela ser concedida de forma mais célere.

Outro tema relevante e interessante, é o estudo comparativo de legislações voltadas à proteção do design de moda em países representantes da moda no mundo e como tais formas de proteção afetam os designers e estilistas.

No mais, ao longo de nossas pesquisas na base de dados do INPI, obtivemos como resultado diversos registros de DI que foram abandonados ao logo do processo de proteção. Pareceu-nos interessante um estudo mais detalhado desses casos. Acerca desses casos, levantamos o questionamento se tal fato se deve ao longo período de proteção, e por isso o desinteresse em renovar a proteção, ou se a proteção tornou-se desinteressante ao titular do direito.

Com nossa revisão bibliográfica e o desenvolvimento de nosso material educativo, esperamos poder contribuir com o tema para futuras pesquisas e desenvolvimento de trabalhos acerca da proteção das criações da indústria da moda pela Propriedade Intelectual.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASCENSÃO, José de Oliveira. Direito Autoral. 2^a ed. Rio de Janeiro. Renovar, 1997.

BARBOSA, Denis Borges. Revistando o tema da significação secundária. Disponível em: http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/200/propriedade/significacao_secundaria.pdf. Acesso em 02.2017.

BARBOSA, Denis Borges. Bases Constitucionais da Propriedade Intelectual. Disponível em: <http://www.nbb.com.br/pub/propriedade13.pdf>. Acesso em 02.2017.

BARBOSA, Denis Borges. Do trade dress e suas relações com a significação secundária. Disponível em: http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/200/propriedade/trade_dress.pdf. Acesso em 02.2017

BARBOSA, Denis Borges. Uma Introdução À Propriedade Intelectual. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2003.

BARBOSA, Lívia. Moda e estilo de vida. Revista da ESPM, vol. 15, ano 14, n.5, p. 16-23, set/out. 2008.

BARROS, Carla Eugênia Caldas. Manual de direito da Propriedade Intelectual. 1. ed. Aracaju: Evocati, 2007.

BITTAR, Carlos Alberto. Direito de Autor. 4^a Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília. Senado Federal, 1988.

BRASIL. Lei 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, 14 maio 1996. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm. Acessado em: 02.2017.

BRASIL. Lei 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, 19 fev 1998. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9610.htm. Acessado em: 02.2017.

BUAINAIN, Antônio Marcio; CARVALHO, Sérgio M. Paulino de. Propriedade Intelectual em um Mundo Globalizado. Wipo International Conference on Intellectual Property, Trade, Technological Innovation and Competitiveness, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Junho. 2000.

CABRERA, Rafaela Ferreira e SILVA, Caíque Tomaz Leite. Fashion Law – O Direito de Propriedade Intelectual e a Indústria da Moda. Revista Jurídica Estácio/UniSEB/Centro Universitário Estácio/UniSEB. Ano IV. nº4 (out. 2014) – Ribeirão Preto, SP: UNICOC, 2014.

CALLAHAN, Casey E. Fashion Frustrated: Why the Innovative Design Protection Act is a Necessary Step in the Right Direction, But Not Quite Enough. Brooklyn Journal of Corporate, Financial & Commercial Law. Volume 7. Edição 1. Artigo 9 – Brooklyn, NY, 2012, p. 200.

CARRETONI, Cristina Zamarion. Estratégias de Proteção do Design. Revista da ABPI, nº 143, Rio de Janeiro, jul/ago de 2016, p. 24.

CARVALHO, Angelo Gamba Prata de. Costurando um Modelo de Proteção da Moda pelo Direito de Autor – Os Desafios e Perspectivas dos Direitos Autorais na Proteção às Criações de Moda. Revista de Propriedade Intelectual Direito Contemporâneo e Constituição – PIDCC, Ano V, v. 10, n. 01, p.216-233, fev. 2016.

CARVALHO, Nuno Tomaz Pires de. O destinatário do sistema brasileiro de patentes. Revista de informação legislativa, v. 25, n. 98, p. 287-332, abr./jun. 1988.

CERQUEIRA, João da Gama. Tratado de Propriedade Industrial. 2ª edição, v.2. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p.

COBRA, Marcos Marketing & Moda. São Paulo: Senac editora, 2007.

DI BLASI, G. A propriedade industrial: os sistemas de marcas, patentes e desenhos industriais analisados a partir da Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Rio de Janeiro: Forense, 2005.

EVELYN, COLUMBA SARA. Fashion Law – Law, Intellectual property, Trademark, Law firm, Legal education. USA: Editora FEC Publishing, 2012.

FEGHALI, Martha Kasznar. Qualificação Profissional no Arco Ocupacional Vestuário do Projovem Urbano: Contribuição para Aprimoramento na Formação Profissional. 2015. Tese de Doutorado em Engenharia da Produção – COPE, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

FERREIRA, Natália Bonora Vidrih; OLIVEIRA., Paulo Sérgio de. Fundamentos da propriedade intelectual. In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XV, n. 105, out 2012. Disponível em: http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=12359. Acesso em 09.2016.

GAUSS, Holger, GUIMBERTEAU, Boriana, BENNET, Simon e LITTA, Lorenzo. Red Soles Aren't Made for Walking: A Comparative Study of European Fashion Laws. Landslide Magazine. Vol. 5, nº 6. American Bar Association, 2013. Disponível em: https://www.americanbar.org/publications/landslide/2012_13/july_august/red_soles_arent_made_walking_comparative_study_european_fashion_laws.html. Acesso em 01.2018.

JIMENEZ, Guillermo C., KOLSUN, Barbara. Fashion Law: A Guide for Designers, Fashion Executives and Attorneys. Nova York: Fairchild Books, 2010.

KONTIC, Branislav. **Inovação e redes sociais:** a indústria da moda em São Paulo. 2007. Tese (Doutorado em Sociologia) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. doi:10.11606/T.8.2007.tde-14112007-141115. Acesso em: 2017-11-13.

LIMA, Jade Vinagre e. Propriedade Intelectual e a Moda: A Ascensão do Fashion Law. Disponível em: <http://irisbh.com.br/propriedade-intelectual-e-a-mod-a-a-ascenso-do-fashion-law/>. Acesso em: 02.2017.

MACEDO, MFG., BARBOSA, ALF. Patentes, pesquisa & desenvolvimento: um manual de propriedade intelectual [online]. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2000.

MACHADO, Luís Severino. Manual de Elaboração de Cartilha para Orientação de Atividades Físicas para Mulher no Climatério. 2015. Dissertação de Mestrado Profissional em Educação nas Profissões de Saúde. Pontifícia Universidade Católica – PUC/SP, Sorocaba/SP.

MARIOT, Gilberto. Fashion Law: A moda nos Tribunais. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

MEDEIROS, Maria Clara de Miranda. As novas possibilidades jurídicas decorrentes da relação entre Propriedade Intelectual e Direito da Moda. JusBrasil. 2015. Disponível em: <https://mariaclaramiranda.jusbrasil.com.br/artigos/303302681/as-novas-possibilidades-juridicas-decorrentes-da-relacao-entre-propriedade-intelectual-e-direito-da-moda>. Acesso em: 20/01/2018.

MENDES, Gabriel; AQUINO, Christian. A Indústria Da Moda: Uma Breve Análise Sobre a Importância Social e Econômica. Essentia - Revista de Cultura, Ciência e Tecnologia da UVA, Sobral, vol. 15, nº 1, p. 11-28, jun./nov. 2013.

MORRIS, Duane. Protecting Fashion Designs Through IP Law. Disponível em: <http://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=f4e56278-eceb-46e8-8a65-752c972d8397>. Acessado em: 02.2017.

- MOURA, Mônica. A moda entre a arte e o design. In: PIRES, Dorotéia Baduy (org.). Design de moda: olhares diversos. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008, p. 37-73.
- NASCIMENTO, Ana Carolina Ururahy Arruda do. A Proteção do Design de Joias no Brasil. Rio de Janeiro . Revista da ABPI, n° 85. ABPI. 2006
- NEGRÃO, Ricardo. Manual de direito comercial e de empresa, volume 1. 3^a edição. São Paulo: Saraiva, 2003, p.142.
- PENA, Rodolfo F. Alves. Economia de Mercado; *Brasil Escola*. Disponível em <http://brasilescola.uol.com.br/geografia/economia-mercado.htm>. Acesso em: 05.2016.
- PENIDO, Patricia Neves. o registro de desenho industrial no brasil e no exterior como ferramenta de proteção legal à reproduibilidade no design de joias. 2016. Dissertação de Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro.
- PINHO, J.B. O poder das marcas. São Paulo: Summus editorial, 1996.
- PIERANGELI, José Henrique. Crimes contra a propriedade industrial e crimes de concorrência desleal. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003. pg. 216
- PORTILHO, Deborah. A Propriedade Intelectual na Indústria da Moda: Formas de Proteção e Modalidades de Infração. 2015. Dissertação de Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro.
- _____.PROGRAMA XEQUE-MATE. O que é a indústria da moda?. Disponível em: <http://programaxequemate.blogspot.com.br/2011/06/o-que-e-industria-da-moda.html>. Acesso em: 02.2017.
- SANTOS, Daniela; VELÁZQUEZ, Victor. A Propriedade Intelectual na Perspectiva Histórica do Direito Brasileiro e o Conhecimento Enquanto Moeda Mundial. Revista de Direito da Unimep, v. 2, n. 4, 2003.
- SCAFIDI, Susan. Intellectual Property and Fashion Design. *Intellectual Property and Information Wealth*, v. 1, n. 115, p. 115-131, 2006.
- SHERWOOD, Robert. Propriedade intelectual e desenvolvimento econômico. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 1992.
- SHIRWAIKAR, Pranjal. Fashion Copying and Design of the Law. *Journal of Intellectual Property Rights*, v. 14, p. 113-121, 2009.
- SKIBINSKI, FRANCIELLE HUSS. O Fashion Law no Direito Brasileiro. Revista da ABPI, n. 148, p. 54-67, 2017.

SOARES, José Carlos Tinoco. O emprego inadequado do termo trade dress. Revista da ABPI, n. 144, p.3-15, 2016.

SOUZA, Rodrigo de Oliveira e Valoração de ativos intangíveis: seu papel na transferência de tecnologias e na promoção da inovação tecnológica. Rio de Janeiro : Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2009.

SVENDSEN, Lars. Moda: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

VEILLON, Dominique. *Moda e Guerra – Um retrato da França ocupada*, Jorge Zahar Editor, 2004.

WEST, Brittany. A New Look for the Fashion Industry: Redesigning Copyright Law with the Innovative Design Protection and Piracy Protection Act (IDPPPA). The Journal of Business, Entrepreneurship & the Law, v. 5, issue 1, p. 57-86, 2011.

WOODS, Michele; MONROIG, Miyuki. Fashion Design and Copyright in the US and EU. Disponível em:

http://www.wipo.int/edocs/mdocs/en/wipo_ipr_ge_15/wipo_ipr_ge_15_t2.pdf.

Acessado em: 02.2017.

YOUNGER, Rebecca. Trending Legislation: Current Protection of Fashion Designs and The Idpa. Fashion Law—The Intersection of Trademark and Copyright - Intellectual Property Law Section. Disponível em: http://files.eventential.org/ce342f66-b6b8-459b-a3cd-6f6c4b1040a3/event-105/42428296-IP_FashionLaw_Younger.pdf. Acessado em: 02.2017.

**6. ANEXO I: RESULTADO - CARTILHA PARA O PROFISSIONAL DO DESIGN
DE MODA**

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO.....	112
2. O DESIGN DE MODA.....	112
2.1 O CICLO DA MODA.....	114
3. O PROFISSIONAL DE DESIGN DE MODA – O ESTLISTA/DESIGNER.....	116
3.1 O ESTLISTA/DESIGNER CONTRATADO.....	117
4. COMO PROTEGER AS CRIAÇÕES DA MODA?.....	118
5. PROTEÇÃO DO DESIGN DE MODA.....	118
5.1 MARCA.....	119
5.1.1 O que é marca?.....	119
5.1.2 Tipos de marca.....	120
5.1.3 Como registrar sua marca?.....	122
5.1.4 Processo Administrativo.....	122
5.1.5 Após o registro.....	123
5.1.6 Registro de marca e o Design de Moda.....	124
5.2 PATENTES.....	126
5.2.1 O que são Patentes?.....	126
5.2.2 Como obter um pedido de patente?.....	127
5.2.3 Patente e Design de Moda.....	129
5.3 DIREITO DE AUTOR.....	131

5.3.1 O que é direito de autor?.....	131
5.3.2 Como registrar?.....	132
5.3.3 O que pode ser protegido?.....	134
5.4 DESENHO INDUSTRIAL.....	135
5.4.1 O que é?.....	135
5.4.2 Como registrar.....	138
5.4.3 O que não pode ser registrado por Desenho Industrial.....	139
5.4.4 Após o registro.....	140
5.5 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA.....	141
6. POSSIBILIDADE DE PROTEÇÃO CUMULATIVA DO DESIGN DE MODA.....	145
6.1 É POSSÍVEL A DUPLA PROTEÇÃO DO DESIGN DE MODA?.....	145
7. CASOS PRÁTICOS.....	146

1. APRESENTAÇÃO

A presente cartilha é um dos produtos do curso de Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação que tem como título da dissertação: “Propriedade Intelectual e o Design de Moda”, do programa de Pós Graduação do Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI.

O objetivo da cartilha é ampliar os conhecimentos dos profissionais da área da moda acerca do cenário de proteção das criações de moda, principalmente do Design de Moda. No mais, para apresentarmos as explicações de forma mais didática, serão expostas a seguir algumas formas possíveis de proteção do Design de Moda, os passos para obter a tutela, peculiaridades da forma de proteção e cases que envolvam a proteção das criações da indústria da moda.

Entendemos que a eficaz proteção das criações de moda pelo direito da Propriedade Intelectual, deve ser compreendida em razão da natureza das estações curtas e dos ciclos de produtos em constante mudança, as pressões em torno dos produtos falsificados e pirateados e o recorrente problema da concorrência desleal.¹¹

2. O DESIGN DE MODA

“In order to be irreplaceable one must always be different”¹²
(Coco Chanel)

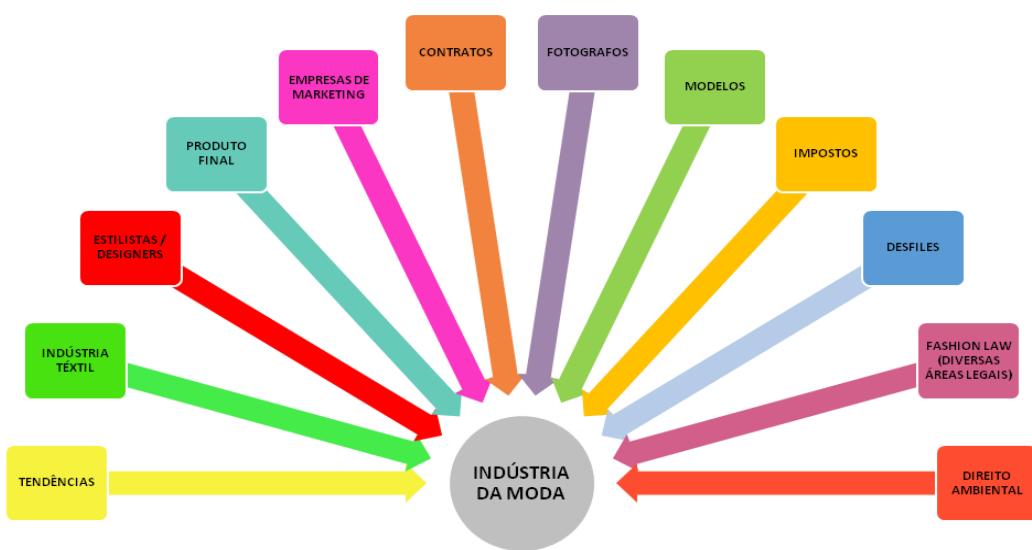
A moda seria totalmente dependente da criatividade dos estilistas os quais através de seu conhecimento desenvolvem coleções exclusivas. Desse modo, a proteção dessas coleções se fazem essenciais para esses profissionais que se

¹¹ EVELYN, COLUMBA SARA. Fashion Law – Law, Intellectual property, Trademark, Law firm, Legal education. USA: Editora FEC Publishing, 2012.

¹² Para ser insubstituível, alguém deve ser diferente. (tradução literal)

utilizam da exclusividade, pois isto garantirá a sobrevalorização do produto comercializado e do design desenvolvido.¹³

A indústria da moda envolve diversas áreas dos mais diversos setores. Desse modo, por mexer com várias áreas da economia e gerar uma receita que movimenta a economia mundial, deve-se buscar proteger o produto final dessa cadeia, gerando lucros maiores para seus participantes e incentivando seu maior desenvolvimento.



INDÚSTRIA DA MODA E AS ÁREAS ENVOLVIDAS

Fonte: criação da autora

Neste sentido, entendemos a moda e sua importância como uma indústria cultural e criativa, com poder econômico mundial e que movimenta bilhões na economia global.

Nesta cartilha informativa, as **criações de moda** serão compreendidas como **criações de Estilistas e Designers que desenvolvem roupas, estampas e acessórios** por suas inspirações pessoais em conformidade com estilos e tendências, do momento atual ou releituras, ou, até mesmo, atuando de forma

¹³ CABRERA, Rafaela Ferreira e SILVA, Caíque Tomaz Leite. Fashion Law – O Direito de Propriedade Intelectual e a Indústria da Moda. Revista Jurídica Estácio/UniSEB/Centro Universitário Estácio/UniSEB. Ano IV. nº4 (out. 2014) – Ribeirão Preto, SP: UNICOC, 2014

inovadora, criando estilos e tendências para a indústria da moda que se perpetuarão no tempo. Quando tratarmos acerca do **design de moda** estaremos fazendo referência ao corte de roupa, peças de vestuário, design de roupas, modelos estruturados de vestimentas etc.

As criações de moda são influenciadas por aspectos culturais e sociais e possuem, também, influências temporais. Os profissionais que atuam diretamente com o design de moda trabalham com brechas de tempo bastante pequenas e são os responsáveis por colher tendências, perfis e informações que serão introduzidas em coleções futuras, ou seja, eles devem prever as preferências dos consumidores.

A proteção às criações de moda, em particular a de design de moda, possui suas peculiaridades, principalmente em razão do tipo de criação e sua devida adequação à forma de proteção.

2.1 O CICLO DA MODA

A moda é uma indústria dinâmica¹⁴. Existem tendências que são passageiras e outras que se tornam ícones de moda atemporais. Temos como exemplos: o tailleur Chanel, a bolsa Kelly da grife Hermés, a camisa polo Ralph Lauren etc., todos designers inovadores e que se perpetuam no tempo.

¹⁴ CABRERA, Rafaela Ferreira e SILVA, Caíque Tomaz Leite. *Fashion Law – O Direito de Propriedade Intelectual e a Indústria da Moda*. Revista Jurídica Etácio/UniSEB/Centro Universitário Estácio/UniSEB. Ano IV. nº4 (out. 2014) – Ribeirão Preto, SP: UNICOC, 2014



Fontes:

Imagen de Coco Chanel: Google Imagens.
Bolsa Kelly: Revista Vogue
Camiseta Polo: www.ralphlauren.com

O ciclo da moda é influenciado pelas chamadas *Fashion Week*, eventos que ocorrem semestralmente entre janeiro e abril (coleção outono/inverno) e setembro a novembro (coleção primavera/verão), onde são apresentadas as coleções das grandes marcas e, consequentemente, as tendências, cores, peças de desejo para aquela estação. Após a *Fashion Week*, mesmo as marcas que não apresentam suas criações no evento utilizam as tendências desfiladas em suas coleções.

As criações da indústria da moda são desenvolvidas de acordo com o ciclo da moda e estão divididas em 3 tipos de produtos:

- **Produtos considerados novidades ou modinhas:** são as peças desenvolvidas em determinada coleção que vendem em grande quantidade em razão do consumo em massa, em sua maioria são as peças de vestuário e acessórios que aparecem em novelas, são usadas por digital influencers etc.
- **Produtos Clássicos:** são as peças introduzidas no mercado e que possuem o ponto de saturação moderado e, provavelmente, irão permanecer no mercado. Ou seja, tais peças nunca saem de moda e permanecem no mercado ao longo dos anos, algumas vezes são repaginadas e voltam ao mercado.

- **Produtos entre a modinha e os clássicos:** são as peças que são desejo em uma temporada e saturam, mas após algumas temporadas elas retornam ao mercado repaginadas ou não.

Todo esse esforço criativo deve ser compensado e, necessariamente, se faz importante uma adequada proteção das peças ícones que podem perpetuar o nome de uma empresa ou Estilista/Designer.

3. O PROFISSIONAL DO DESIGN DE MODA – O ESTILISTA/DESIGNER

O Estilista é o profissional que está conectado mais as artes. É o profissional que desenvolve peças únicas para coleções inovadoras, ele não se preocuparia tanto com a funcionalidade das peças e sim com sua estética, ele é o profissional responsável por criar tendências inovadoras e as novidades da moda para o mercado.

O profissional designer de moda, por sua vez, utiliza de suas habilidades para a produção de produtos como roupas, joias, calçados e acessórios, levando em conta a objetividade e a funcionalidade desses produtos. Seguindo a definição da Escola de Belas Artes de São Paulo¹⁶, esse profissional busca a representação de um conceito através da criação de um produto, não apenas por sua estética, mas considerando sua funcionalidade.

No mais, os dois profissionais criam tendências inovadoras e trazem ao mercado da moda inovações, ou seja, os dois profissionais tendem a utilizar seu talento para antecipar uma época, mudanças de comportamento e criar tendências.

Observamos a importância do valor da criação para a valorização do produto final. Assim, entendemos ser a criatividade dos profissionais o elemento essencial da criação de peças clássicas de moda que por serem referência em determinada

¹⁶ Faculdade de Belas Artes de São Paulo/SP. Existe diferença entre designer de moda e estilista? Disponível em: <http://blog.belasartes.br/2017/11/10/existe-diferenca-entre-designer-de-moda-e-estilista/>. Acesso em 20/01/2018.

época influenciam as criações até os dias de hoje, peças ícones da moda possuem alto valor agregado a elas e tudo decorreu da sua criação artística/design, ou seja, o Estilista/Designer é uma das peças fundamentais da Indústria da Moda.

3.1 O ESTILISTA/DESIGNER CONTRATADO

Afinal quais são os direitos dos profissionais de Design de Moda quando estes atuam ligados a algum empregador?

Os autores de obras protegíveis através da lei de direitos autorais vão possuir sempre os direitos morais sobre a obra e deverão ter, por isso, seu nome vinculado à sua obra, mesmo quando geridos por contrato de trabalho.

Os direitos morais, conforme a lei de proteção dos direitos autorais em seu artigo 27, são irrenunciáveis e inalienáveis. Desse modo, pertencerão sempre ao estilista/designer criador da obra.

Os direitos patrimoniais poderão ser negociados e irão depender da previsão legal ou do que foi acordado em contrato de trabalho celebrado entre o criador e o empregador.

No que diz respeito aos ativos regidos pela Lei de Propriedade Industrial 9.279/96, nos artigos 6, 88, 90 a 94, a titularidade de patentes, modelos de utilidade e Desenhos Industriais serão asseguradas conforme o contrato de trabalho estabelecido entre as partes.

Assim, se estiver estipulado no contrato de trabalho do criador ou se a criação resultar da natureza dos serviços para o qual o empregado foi contratado, os direitos patrimoniais serão do empregado, ou seja, direitos de comercializar, publicar e reproduzir a obra. Entretanto, será apenas de propriedade do empregado a Invenção ou Modelo de Utilidade que seja desenvolvida por ele, desde que desvinculado do contrato de trabalho e que não tenha decorrido de

recursos do empregador. No mais, ressalvada disposição em contrário, caso a Invenção ou MU decorra de contribuição pessoal do empregado juntamente com a utilização de recursos do empregador, a propriedade será dividida meio a meio. No caso do Desenho Industrial a propriedade desse ativo será daquele que a lei determinar ou do que esteja estipulado em contrato de trabalho, conforme artigo 6º da lei 9.279/96.

4. COMO PROTEGER AS CRIAÇÕES DA MODA?

A Propriedade Intelectual protege as criações meramente artísticas ou criações derivadas do intelecto que podem ser passíveis de aplicação industrial ou não. Desse modo, seus titulares teriam seus direitos resguardados e poderiam usufruir de forma exclusiva, por um certo período, de suas criações. A proteção limitada e condicionada a um período de tempo possui como objetivo assegurar ao criador a exploração exclusiva temporária sobre determinado mercado para que este possa obter o retorno de todo esforço financeiro despendido com sua criação.

No Brasil, os Direitos do Autor e o Direito da Propriedade Industrial são os meios utilizados para proteção das criações de moda. Existe ainda a possibilidade de se poder utilizar, de forma ponderada, a proteção cumulativa.

Para tornar mais fácil sua compreensão, apresentaremos, no decorrer da cartilha, as formas possíveis de proteção no Brasil. Assim, o profissional da moda pode identificar quais criações podem ser protegidas e qual a forma mais adequada.

5. PROTEÇÃO DO DESIGN DE MODA

Para uma singela introdução e uma visão mais clara de como utilizar essa proteção, podemos proteger as criações da indústria da moda da seguinte forma: a

criação de um novo zíper com uma funcionalidade diferente poderá receber sua proteção por patente de modelo de utilidade e o estilista que usa um sinal distintivo para distinguir suas peças poderá registrá-lo como marca.¹⁷

5.1 MARCA

5.1.1 O QUE É MARCA?

São sinais passíveis de representação com a finalidade de identificar e distinguir a origem de produtos e serviços¹⁸

São sinais exteriorizados através de palavras, desenhos, símbolos, signos etc.. Tais sinais possuem a função de distinguir os produtos sobre os quais são apostos ou serviços com os quais são veiculados, de certa atividade, lucrativa ou não. Seu objetivo é atrair clientes ou conservar os antigos e, principalmente, por meio de sua função distintiva, evitar que os consumidores sofram alguma lesão em razão de serem ludibriados por marcas duvidosas.

A propriedade da marca, no Brasil, é adquirida através do registro no Instituto Nacional da Propriedade Intelectual – INPI, ou seja, a marca, no Brasil, é protegida a partir do sistema atributivo. O registro de uma marca confere ao seu titular um direito de propriedade.

¹⁷ MEDEIROS, Maria Clara de Miranda. As novas possibilidades jurídicas decorrentes da relação entre Propriedade Intelectual e Direito da Moda. JusBrasil. 2015. Disponível em: <https://mariaclaramiranda.jusbrasil.com.br/artigos/303302681/as-novas-possibilidades-juridicas-decorrentes-da-relacao-entre-propriedade-intelectual-e-direito-da-moda>. Acesso em: 20/01/2018.

¹⁸ BARBOSA, Denis Borges. Uma Introdução À Propriedade Intelectual. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2003.

5.1.2 TIPOS DE MARCA

De acordo com a apresentação visual:

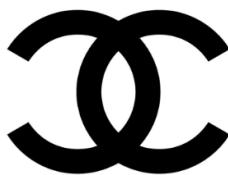
- **Marca Nominativa:** é a marca apresentada apenas por uma ou mais palavras (em letras de forma), ou seja, a expressão distintiva simples.

EXEMPLOS: CHANEL

BURBERRY

- **Marca Figurativa:** é a imagem, figura, símbolo, desenho, qualquer forma estilizada de letra ou algarismo isoladamente, ideogramas ou palavra composta por letras de alfabetos diferentes da língua vernácula.

EXEMPLOS:



Fontes: Imagens disponíveis em: http://www.chanel.com/pt_BR/ e <https://br.burberry.com/>

- **Marca Mista:** Quando a expressão distintiva está associada a um logotipo, emblema ou figura, ou seja, quando for a combinação de elementos nominativos e figurativos.

EXEMPLOS:



Fontes: Imagens disponíveis em: http://www.chanel.com/pt_BR/ e <https://br.burberry.com/>

- **Marca Tridimensional:** é a marca utilizada para distinguir produtos ou serviços e que é apresentada em forma tridimensional, distintiva e que não seja “funcional”.



Fonte: Imagem disponível na busca pública do INPI – registro de marca nº 824586875

De acordo com o que a marca vai identificar, as mesmas podem ser divididas em:

- **Marcas de Produto ou Serviço:** sinais distintivos que visam identificar produtos ou serviços.
- **Marcas Coletivas:** sinais distintivos que visam identificar produtos ou serviços provenientes de uma determinada coletividade.
- **Marcas de Certificação:** sinais distintivos que visam atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas, padrões ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada.

5.1.3 COMO REGISTRAR SUA MARCA

Para a Lei de Propriedade Industrial 9.279/96, pode ser registrado como marca todo sinal distintivo que seja visualmente perceptível e que não esteja compreendida nas proibições legais.

O pedido de registro de marca deve ser requerido junto ao INPI, autarquia federal responsável por receber pedidos de proteção de ativos da Propriedade Industrial, diretamente pelo interessado ou por procurador por ele constituído.

Existem duas formas de dar entrada no pedido de registro de marca:

- Sistema e-marcas: para utilização desse sistema o usuário realiza um cadastro e faz todo o processo de forma eletrônica.
- Formulário em papel: protocolado em uma representação do INPI ou pelos correios

5.1.4 PROCESSO ADMINISTRATIVO

Para dar início ao pedido de registro o requerente deverá realizar um cadastro no site do INPI (www.inpi.gov.br) e emitir a GRU referente ao depósito do pedido de registro de marca.

Após protocolado, o pedido de registro será publicado e poderá receber oposição de terceiros em até 60 dias da data da publicação.

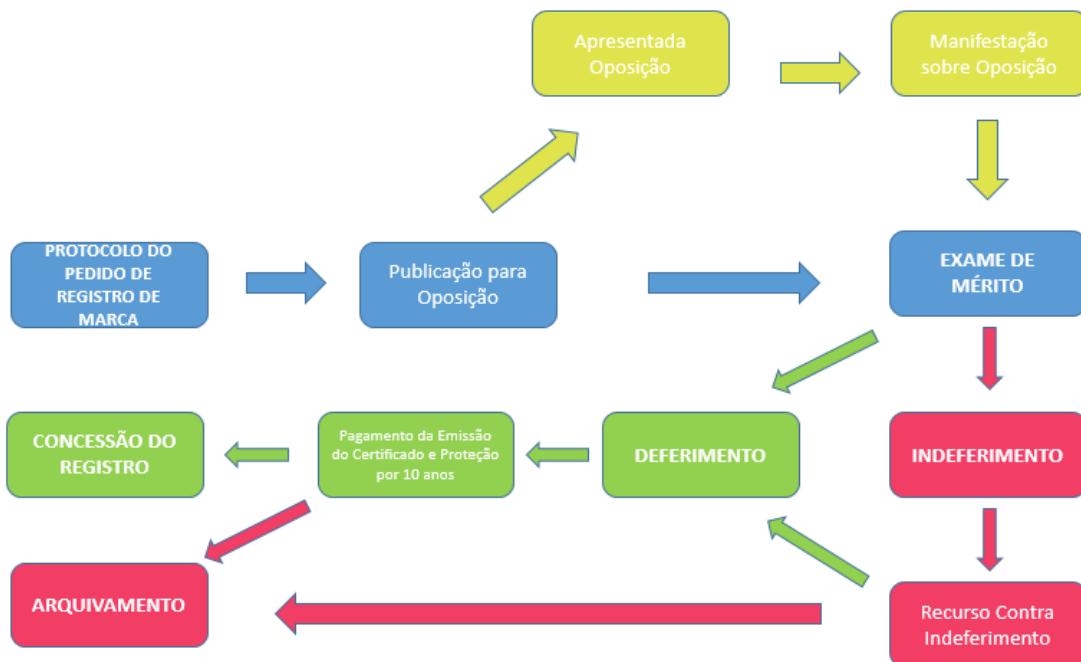
Caso o pedido de registro sofra oposição, o Requerente terá o prazo de 60 dias da data da publicação da oposição para apresentar manifestação à oposição de terceiros.

Para todos os procedimentos aqui mencionados, o INPI possui taxas específicas que deverão ser geradas por meio de uma guia de recolhimento da

união (GRU) em seu site. Além disso, importante observar que todas as manifestações devem ser protocolados junto ao INPI.

Assim, decorrido o prazo para apresentação de oposição e, se tiver sido interposta, após decorrido o prazo para manifestação o pedido será examinado.

Caso deferido, será concedido o certificado de registro, após o pagamento da retribuição correspondente. No mais, caso o pedido seja indeferido, o requerente terá o prazo de 60 dias, contados da publicação do indeferimento, para apresentar o respectivo recurso contra o ato de indeferimento.



Etapas do Processo Administrativo de Registro de Marcas
Fonte: criação da autora

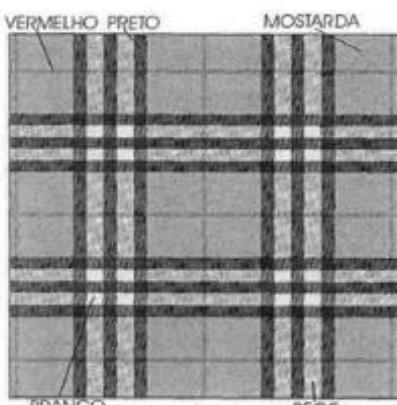
5.1.5 APÓS O REGISTRO

O registro da marca vigorará por 10 anos da data da concessão e poderá ser prorrogado por períodos iguais, sucessivamente. Sendo assim, é importante o titular acompanhar seu registro para renová-lo ao final dos 10 anos de proteção.

No mais, a partir da concessão do registro, o titular possui o prazo de 5 anos para início do uso da marca. Caso contrário, o registro estará sujeito a caducidade.

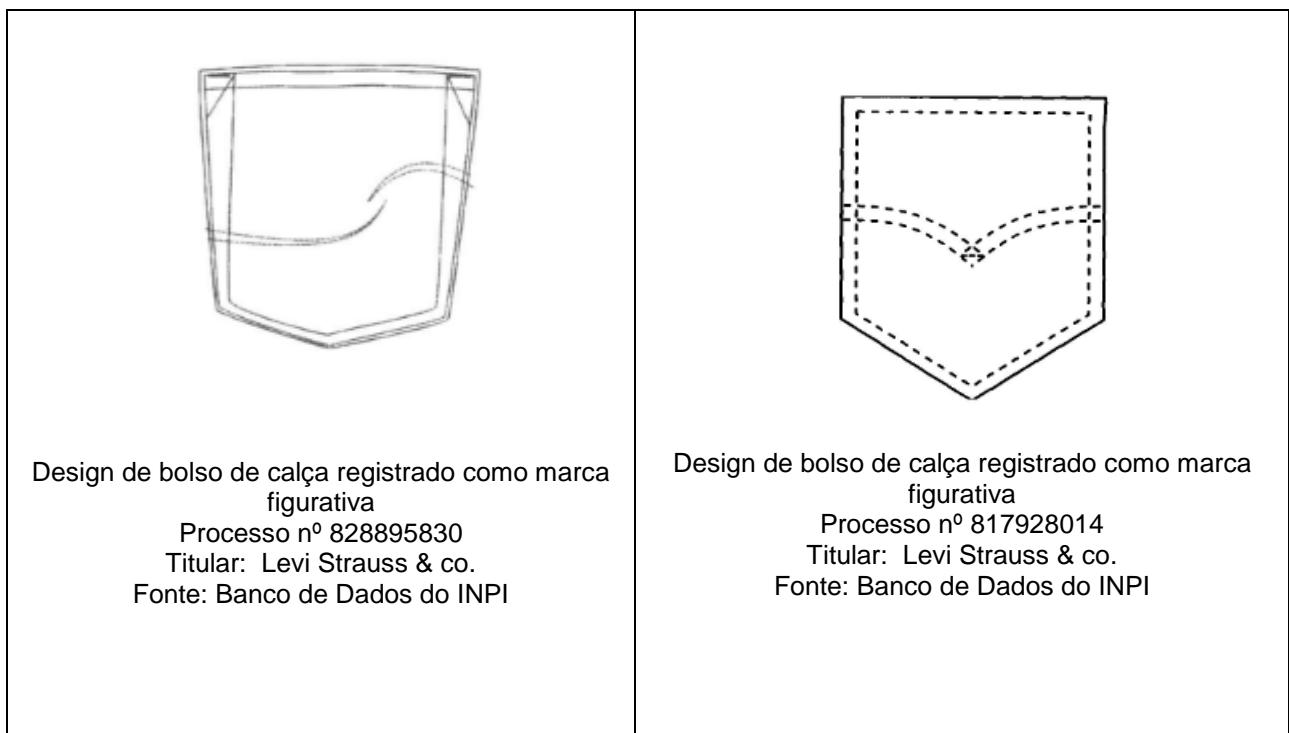
5.1.6 REGISTRO DE MARCA E O DESIGN DE MODA

Por ser uma indústria onde a criatividade é seu ponto central, os pedidos de proteção por marcas pelas empresas da área vão além do uso trivial que se costuma associar à proteção marcária, como exemplo o registro como marca das estampas utilizadas em bolsas e o design de bolsos de calça, como será demonstrado a seguir.

PRODUTO	MARCA
  <p>Fonte: Google Imagens</p>	 <p>Registro de Marca Figurativa Titular: Burberry Limited Processo nº 822964147 Fonte: Banco de Dados do INPI</p>



Outra forma de proteção de design de moda por marca, a qual vem sendo utilizada pelas empresas do ramo, é a proteção do design aplicado às peças de roupas.



As marcas podem ser utilizadas para auxiliar na proteção e na construção da reputação de um estilista / designer, mas não possuem força suficiente para

proteger os bens desenvolvidos por este profissional ao ponto de coibir a cópia de seus designs²⁰.

A proteção do Design de Moda por marca é possível, porém não abrange todas as necessidades das criações da moda e, por isso, serviria como uma proteção auxiliar ao design e a criações que sejam interessantes de perpetuarem-se no tempo, como exemplo dos bolsos da calça que podem tornar-se característicos de uma marca; e as estampas ícones de marcas renomadas que viram uma forma de identificação para seus consumidores.

5.2 PATENTES

5.2.1 O QUE SÃO PATENTES?

Se você inventou uma tecnologia, pode ser um produto ou processo, poderá requisitar sua proteção através do sistema de Patente. A proteção por patente pode ser por Patente de Invenção (PI) ou Patente de Modelo de Utilidade (MU).

Patente de Invenção (PI): A patente de invenção é um título conferido pelo Estado para dar ao titular a possibilidade de explorar a sua criação por prazo determinado, qual seja, o prazo de 20 anos contados da data do depósito do pedido. Os ativos protegidos por PI são aqueles que atendam aos requisitos da **Novidade:** a invenção deve ser nova e não pode ter sido revelada anteriormente, ou seja, não pode estar compreendida no estado da técnica; **Atividade Inventiva:** a invenção não pode ser óbvia para um técnico especializado na matéria; e **Aplicação Industrial:** a invenção deve ser passível de fabricação industrial ou ser

²⁰ MEDEIROS, Maria Clara de Miranda. As novas possibilidades jurídicas decorrentes da relação entre Propriedade Intelectual e Direito da Moda. JusBrasil. 2015. Disponível em: <https://mariaclaramiranda.jusbrasil.com.br/artigos/303302681/as-novas-possibilidades-juridicas-decorrentes-da-relacao-entre-propriedade-intelectual-e-direito-da-modas>. Acesso em 20/01/2018.

aplicada na indústria. Assim, a PI visa proteger invenções que apresentem produtos ou processos inovadores, como por exemplo: máquinas, processos de fabricação etc.

A Patente de Invenção confere ao seu titular, pelo prazo de 20 anos contados da data de depósito, o direito de usufruir exclusivamente de sua invenção, sem a interferência de terceiros, e obtém, com isso, a possibilidade de obter seu investimento com a invenção de volta. Assim, findo o prazo de vigência da patente esta passa a ser de domínio público beneficiando a sociedade e estimulando a inovação e o investimento em novas descobertas.

- **Patente de Modelo de Utilidade (MU):** protege o objeto de uso prático, ou parte deste, suscetível de **aplicação industrial**, que apresente **nova forma ou disposição**, envolvendo **ato inventivo**, que resulte em **melhoria funcional** no seu uso ou em sua fabricação, ou seja, protege uma melhoria inovadora em um produto já conhecido no mercado, seria uma forma de aperfeiçoamento do objeto.

A proteção por Patente de Modelo de Utilidade confere ao titular a possibilidade de exploração, exclusiva, pelo prazo de 15 anos contados da data de depósito do pedido.

5.2.2 COMO DEPOSITAR UM PEDIDO DE PATENTE

Primeiramente, deve ser realizada uma busca de anterioridade para conhecer o estado da técnica do que se pretende proteger.

Para se obter a patente é necessário redigir o pedido e, para tanto, é importante que esta tarefa seja designada a um profissional qualificado. O pedido de patente é composto por:

- **Relatório Descritivo:** no qual se descreve o campo da invenção, o estado da técnica e a invenção propriamente dita;
- **Reivindicações:** no qual encontra-se a definição da invenção. São as reivindicações que determinarão o que será patenteado.
- **Desenhos:** quando possível, ilustram a invenção ou as formas de sua obtenção.
- **Resumo:** Descrição sucinta da invenção.

Após a busca pelo estado da técnica e a redação do pedido de patente chegou a hora de reunir os documentos:

- Conteúdo Técnico - relatório descritivo, quadro reivindicatório, listagem de sequências (para pedido da área biotecnológica), desenhos (se for o caso) e resumo;
- Formulário de depósito de patente FQ001, o qual deve ser obtido no site do INPI (www.inpi.gov.br);
- Comprovante de pagamento da GRU.

Trâmite Processual do Pedido de Patentes:

- Após o depósito do pedido de patente, será realizado o exame formal para constatar se o pedido preenche todos os requisitos exigidos em lei. Em seguida, o pedido aguardará sua publicação que ocorrerá em 18 meses, da data do depósito ou da data de prioridade;

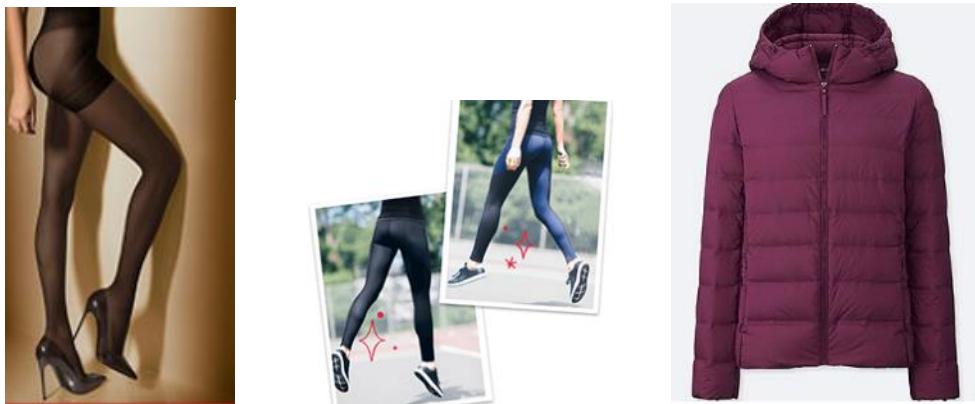
- O exame substantivo do pedido deverá ser requerido dentro do prazo de 36 meses da data do depósito. Após o requerimento de exame o examinador do INPI poderá emitir um parecer, uma exigência, deferir ou indeferir o pedido.
- Caso o pedido seja deferido, deve-se pagar a taxa final para expedição da carta patente;
- Deve-se atentar que, a partir do terceiro ano do depósito da patente, é devido o pagamento de anuidades do pedido de patente até a expiração da patente, caso esta seja concedida.

5.2.3 PATENTE E DESIGN DE MODA

Por seus requisitos, a tutela do design de moda não se adequaria a este tipo de proteção. Primeiramente, porque a própria Lei de Propriedade Industrial em seu artigo 10, IV não considera invenção nem modelo de utilidade as criações estéticas.

A indústria da moda se utiliza da proteção por patente para outras criações, muitas dessas criações revolucionaram a mencionada indústria. Vejamos alguns exemplos:

Em 1937, a empresa Du Pont patenteou a fibra de nylon a qual deu início a era das fibras sintéticas. Já em 1939, fora apresentada a meia de nylon na exposição mundial em Nova York e fora um sucesso. A invenção do nylon serviu para que as pesquisas fossem sendo aperfeiçoadas e que surgissem novos tecidos e fibras, como exemplo: jérsei, fibra acrílica, tergal®, poliéster, lastex e Lycra®.



Fontes:

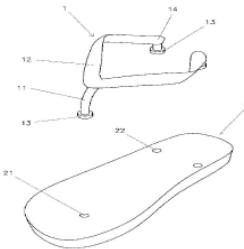
Disponíveis respectivamente em: <https://www.lycra.com/en/> e <https://www.uniqlo.com/us/en/home/>

Outra patente importante e inovadora na indústria da moda é a patente do fecho éclair. Em, 1917 após o aperfeiçoamento de ideias anteriores semelhantes ao atual fecho éclair, fora solicitada a patente do famoso fecho. Na época de seu patenteamento, ele era feito apenas em metal e, na década de 30, passou a ser produzido em plástico por ser mais maleável.



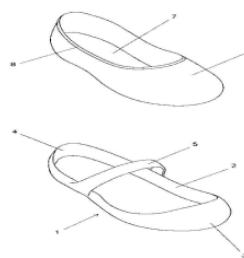
Fonte: Getty Images/iStockphoto

A proteção por modelo de utilidade é utilizada na indústria de calçados para proteção de modelos diversos com novas funcionalidades.



O modelo de utilidade apresentado permite que seja reduzido o contato da tira de dedo do calçado com o pé do usuário

MU 8900617-8
Disposição em calçado com tira de dedo
Fonte: Banco de Dados do INPI



MU 9000390-0
Disposição em Calçado Conversível
Fonte: Banco de Dados do INPI

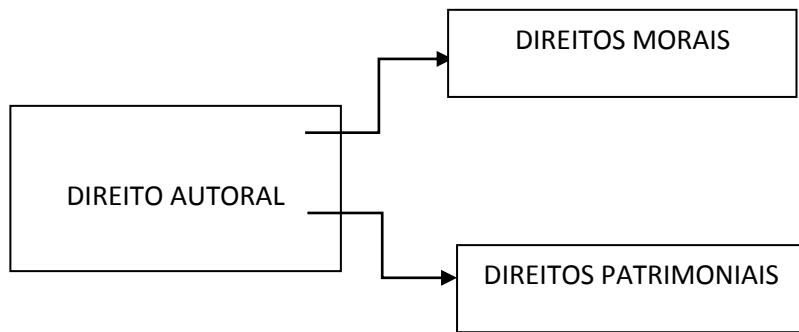
Para o design de moda em si, encarado como peça de vestuário, não é interessante o uso da patente, mas as proteções da indústria da moda realizadas através da patente são revolucionárias, possibilitando a criação dos mais diferentes designs através de novas tecnologias.

5.3 DIREITO DE AUTOR

5.3.1 O QUE É DIREITO DE AUTOR?

O Direito Autoral está regulamentado pela Lei de Direitos Autorais, 9.610/98. É o direito que protege as criações artísticas ou, como diversos autores intitulam, “as criações do espírito”. Ou seja, tutelam as expressões artísticas, literárias e científicas.

Pode-se definir como sendo as prerrogativas garantidas por lei ao criador da obra intelectual, concedendo uma proteção para que ele possa gozar dos benefícios morais e patrimoniais resultantes da exploração de suas criações.



O Direito Autoral é dividido em direito moral, sendo este inalienável e irrenunciável, o qual está relacionado ao vínculo pessoal do autor com sua obra e que está ligado diretamente a sua consagração por sua contribuição ao interesse social; e direito patrimonial, o qual está ligado ao proveito econômico dos direitos decorrentes de sua criação.²¹

O registro de Direito Autoral é facultativo, mas é interessante utilizar-se do registro para comprovar a anterioridade da criação. Destaca-se ser, a proteção por Direito de Autor um registro declaratório que pode ser questionado por terceiro que se declare criador e detentor de direito igual ou semelhante.

A proteção dos direitos patrimoniais do autor, de acordo com artigo 41 da lei de Direitos Autorais, perdura por toda a vida do autor e mais **setenta anos contados do ano subsequente ao falecimento do autor da obra**.

5.3.2 COMO REGISTRAR?

Os seguintes órgãos são responsáveis pelo registro de direitos autorais:

- **Escritório de Direitos Autorais (EDA) da Fundação Biblioteca Nacional (FBN): registro de obras literárias, desenhos e músicas;**

²¹ BARBOSA, Denis Borges. Direito Autoral e Liberdade de Expressão: Estudos de Direito. Disponível em: <http://denisbarbosa.addr.com/geiger.pdf>. Acesso em 20/01/2018.

O prazo para processamento do pedido de registro é de até cento e oitenta dias após o protocolo. A resposta Certidão de Registro, Carta de Dependência ou Carta de Indeferimento será enviada por correio para o endereço informado no formulário.

Para maiores informações e consultar os documentos necessários para o pedido de registro consulte o site: <https://www.bn.gov.br/servicos/direitos-autoriais>

- **Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro: registro de obras de artes visuais;**

Para maiores informações e consultar os documentos necessários para o pedido de registro consulte o site: <http://www.eba.ufrj.br/index.php/servicos/direitos-autoriais>

- **Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (CONFEA): registro de obras de engenharia, arquitetura e urbanismo;**

Para maiores informações e consultar os documentos necessários para o pedido de registro consulte o site: <http://www.confea.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=1801>

- **Escola de Música da Universidade Federal do Rio de Janeiro: registro de obras musicais.**

Para maiores informações e consultar os documentos necessários para o pedido de registro consulte o site: http://www.musica.ufrj.br/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=49&Itemid=108

5.3.3 O QUE PODE SER PROTEGIDO?

O artigo 7º, da Lei 9.610/98, traz o rol exemplificativo das obras intelectuais que podem ser protegidas por Direito Autoral. Entretanto, as criações provenientes da indústria da moda, principalmente o design de moda em si, não estão previstas no artigo 7º da Lei de Direito Autoral. Mas, o artigo 8º, da mesma lei, traz taxativamente o que não pode ser protegido e, como as criações de moda não estão relacionadas neste, o que não é proibido é passível de proteção por Direito Autoral. Ou seja, por ser um rol exemplificativo, outras criações intelectuais podem ser protegidas pela Lei de Direito Autoral.

Lembre-se que: para ser passível de proteção do Direito Autoral a criação deve desvincular-se de seu caráter utilitário, ou seja, a forma com que o objeto se exterioriza não deve confundir-se com sua própria utilidade

Vejamos: o design de moda, um vestido por exemplo, encontraria respaldo na proteção autoral, caso o mesmo seja dotado de uma mínima criatividade que o torne único em relação aos já existentes. O vestido comum sem nenhum expressão autoral, não seria passível de proteção, mas um vestido com corte, estampa ou bordado diferenciado, por exemplo, poderia ser protegido pelo direito de autor.

O Direito Autoral é uma boa alternativa para a proteção das criações da indústria da moda e, principalmente, do design em si, mesmo sem estar expressamente na lei de proteção ao Direito do Autor, desde que sejam cumpridos os requisitos para a proteção por este instituto.

5.4 DESENHO INDUSTRIAL

O Desenho Industrial parece uma boa saída para que estilistas protejam suas criações, entretanto, algumas peculiaridades envolvem o pedido de registro de Desenho Industrial. Conforme as orientações do próprio INPI em seu site, a proteção conferida ao Desenho Industrial não engloba “funcionalidades, vantagens práticas, materiais ou formas de fabricação, assim como também não se pode proteger cores ou a associação destas a um objeto”.²²

5.4.1 O QUE É?

A proteção por Desenho Industrial visa proteger a ornamentalidade de uma criação e, diferente do Direito Autoral, necessita de um pedido de registro para que seja conferida sua proteção legal.

O Desenho Industrial, no Brasil, é tutelado pela Lei 9.279/1996. É considerado “desenho industrial a 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”.²³

O Desenho Industrial deve ser **novo**, ou seja, não estar compreendido no estado da técnica, deve ser **original**, possuindo configuração diferente dos objetos já existentes, deve ser **passível de fabricação industrial** e **não pode possuir caráter puramente artístico**.

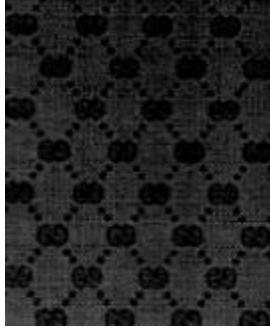
²² Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Disponível em: <www.inpi.gov.br>

²³ Lei 9.279/1996 (BRASIL, 1996).

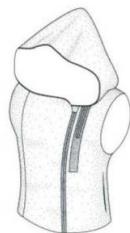
Sendo assim, objetos de arte e peças de artesanato serão excluídos da proteção por Desenho Industrial, por não serem passíveis de cumprirem o requisito da aplicação industrial.

A proteção por DI poderá ser aplicada à indústria da moda em diversas áreas, como exemplo:

1) Na indústria têxtil:

Desenho Industrial	Produto
 Padrão aplicado a tecido Nome do Depositante: Guccio Gucci SpA (IT) DI 5401771-8 Fonte: Banco de Dados do INPI	 Fonte: Google Imagens

2) Na confecção de peças:



Configuração aplicada em peça de vestuário com capuz
 Nome do Titular: NIKE INNOVATE C.V. (US)
 BR 30 2015 001547 0
 Fonte: Banco de Dados do INPI

3) Em calçados:

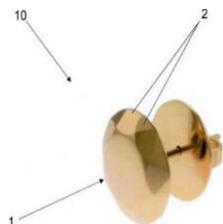


Configuração aplicada em sandália.
Nome do Titular: GRENDENE S.A. (BR/CE)
DI 6400609-3
Fonte: Banco de Dados do INPI



Configuração aplicada em solado de calçado
Nome do Titular: NIKE INNOVATE C.V. (US)
BR 30 2015 000449 5
Fonte: Banco de Dados do INPI

4) Em Joias:



Configuração aplicada em brinco
Nome do Titular: JACK VARTANIAN - EPP (BR/SP)
BR 30 2014 004272 6
Fonte: Banco de Dados do INPI



Configuração aplicada em brinco
Nome do Titular: MIRANDOURO OFICINA DE JOALHERIA EIRELI (BR/SP)
BR 30 2013 003712 6
Fonte: Banco de Dados do INPI



Configuração aplicada em bracelete
Nome do Titular: Hermes Sellier (FR)
BR 30 2012 004128 7
Fonte: Banco de Dados do INPI

5.4.2 COMO REGISTRAR?

O pedido de registro de Desenho Industrial pode ser realizado online no site do INPI (www.inpi.gov.br) e deverá conter:

- Requerimento;
- Relatório descritivo, se for o caso;
- Reivindicações, se for o caso;
- Desenhos ou fotografias;
- Campo de aplicação do objeto;
- Comprovante do pagamento da retribuição relativa ao depósito.

Após o protocolo será realizado o exame formal preliminar em relação a formulários, documentos, a comprovação de pagamento da retribuição e a suficiência visual do objeto pleiteado para fins de proteção. Caso tudo esteja em conformidade com a lei, o pedido de registro será publicado e concedido.

Atualmente, o INPI não realiza o exame de mérito para confirmar os requisitos da novidade e originalidade. Caso o titular do Desenho Industrial opte, ele pode requerer, conforme o artigo 111 da LPI, o exame do objeto do registro após a concessão e a qualquer tempo de sua vigência. Assim, o INPI emitirá um parecer de mérito o qual, caso constate a ausência dos requisitos exigidos em lei nos artigos 95

a 98, acarretará na instauração de ofício do Processo Administrativo de Nulidade – PAN.

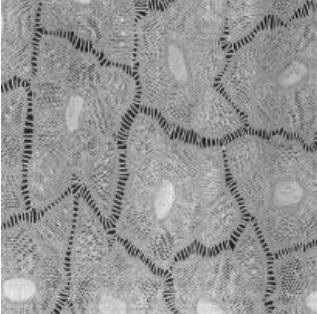
Tão logo o pedido seja deferido, a proteção do Desenho Industrial será em todo território nacional e garantirá ao titular do direito sua exploração exclusiva, pelo prazo inicial de 10 anos contados da data do depósito do pedido, sendo que este prazo pode ser prorrogado por mais três períodos sucessivos de 5 anos cada, perfazendo um total de 25 anos.

5.4.3 O QUE NÃO PODE SER REGISTRADO POR DI

Peças criadas de forma artesanal, manualmente, não são passíveis de proteção por Desenho Industrial por não serem passíveis de cumprir o requisito da aplicação industrial. Veja um exemplo de PAN – Processo Administrativo de Nulidade instaurado de ofício em razão do pedido de DI ser de peça artesanal:

PEDIDO DE REGISTRO DE DI	JUSTIFICATIVA INPI
 <p>Pedido nº BR 30 2014 005956 4 Título: Configuração de Bordado Aplicado em Tecido Nome do Titular: Patricia Bonaldi Moda Feminina Ltda (BR/MG) Fonte: Banco de Dados do INPI</p>	<p>Processo Administrativo de Nulidade de Ofício instaurado em face de infringência do art. 95, nos termos do art. 113 da LPI (...) não se pode considerar que se trata de um conjunto ornamental de linhas e cores. Além disso, o <u>objeto parece resultar de um processo de delicada confecção manual, na qual há sensível interferência do criador ou artesão</u>. Com isso, <u>por apresentar formas que não são plenamente reproduutíveis com uniformidade e em larga escala, inferimos que o requisito da aplicação industrial não é atendido pelo objeto do pedido</u>.</p>

O tipo de aplicação em tecido, acima demonstrado, por ser um trabalho manual deve ser protegido por Direito Autoral. Diferente são os exemplos abaixo demonstrados por serem passíveis de produção industrial.

 DI 7101281-8 Título: Padrão Ornamental Aplicado em Tecido Rendado Nome do Titular: Martha Regina Santos Costa Medeiros (BR/AL) Fonte: Banco de Dados do INPI	 DI 7101283-4 Título: Padrão Ornamental Aplicado em Tecido Rendado Nome do Titular: Martha Regina Santos Costa Medeiros (BR/AL) Fonte: Banco de Dados do INPI
--	---

Considerando a diversidade de possibilidades de formas tridimensionais e de padrões ornamentais, a proteção por Desenho Industrial pode abranger vários itens da Indústria da Moda e por seu tempo de concessão um pouco mais célere é uma forma de proteção que deve ser levada em conta pelas empresas e designers que pretendam ter suas criações resguardadas.

5.4.4 APÓS O REGISTRO

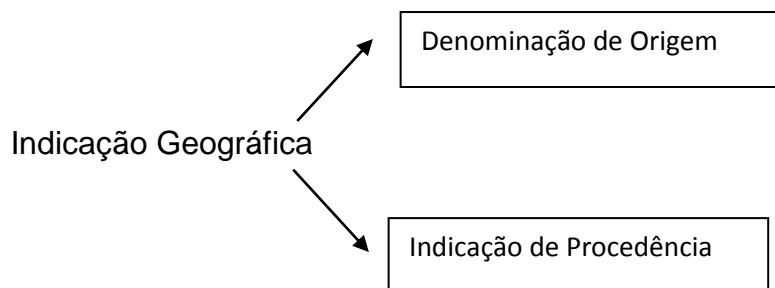
Deve ser realizada a manutenção de o seu registro através do pagamento das taxas quinquenais de manutenção. O 2º Quinquênio deve ter seu pagamento efetuado no quinto ano contado da data de depósito.

Para os demais períodos, o cálculo funciona da mesma maneira devendo, no entanto, a taxa quinquenal ser acompanhada da solicitação de Prorrogação do Registro.

5.5 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

O instituto da proteção por Indicação Geográfica tem a finalidade de identificar a origem de produtos ou serviços através do local de sua produção ou quando suas características estejam ligadas a sua origem. (INPI, 2018)

No Brasil, a indicação Geográfica pode ser dividida de duas formas:



A Denominação de Origem, conforme orientações do INPI em seu site, refere-se ao local que passou a designar produtos e serviços os quais possuem suas características atribuídas à sua origem geográfica.

Já a Indicação de Procedência faz uma referência ao local que ficou conhecido por produzir, fabricar ou extrair um produto ou pela prestação de um serviço.

Existem Indicações de Procedência importantes para a indústria da moda.

Vejamos:

Indicação de Procedência do Artesanato em Capim Dourado		Indicação de Procedência de Calçados de Franca	
SELO 	PEÇAS EM CAPIM DOURADO 	SELO 	CALÇADOS DE FRANCA 
IG200902 Associação dos Artesãos em Capim Dourado da Região do Jalapão do Estado de Tocantins – AREJA Fonte: Banco de Dados do INPI		IG201012 Sindicato das Indústrias de Calçados de Franca Fonte: Banco de Dados do INPI	

Indicação de Procedência de Opala preciosa de Pedro II e joias artesanais de opalas de Pedro II

SELO



OPALA e JOIAS ARTESANAIS



Fonte: Google Imagens

IG201014

Conselho da União das Associações e Cooperativas de Garimpeiros, Produtores, Lapidários e Joalheiros de Gemas de Opalas e de Joias Artesanais de Opalas de Pedro II – IGO Pedro II

Fonte: Banco de Dados do INPI

Indicação de Procedência de Têxteis de algodão natural colorido

SELO



TÊXTEIS EM ALGODÃO COLORIDO



Fonte: Google Imagens

IG200904

Cooperativa de produção têxtil de afins do algodão – COOPNATURAL

Fonte: Banco de Dados do INPI

Indicação de Procedência de renda renascença do Cariri paraibano	
SELO 	RENDA RENASCENÇA DO CARIRI PARAIBANO  Fonte: Google Imagens
BR40201200005-5 Conselho Ass. Coop. Emp. Ent. Renda Renascença – Conarenda Fonte: Banco de Dados do INPI	SELO 
Indicação de Procedência de Renda de agulha em lacê Divina Pastora	
SELO 	RENDA DE AGULHA EM LACÊ DIVINA PASTORA  Fonte: Google Imagens
IG201107 Associação para o Desenvolvimento da Renda Irlandesa de Divina Pastora Fonte: Banco de Dados do INPI	

Indicação de Procedência de Bordado Filé das Lagoas de Mundaú-Manguaba	
SELO 	BORDADO FILÉ DAS LAGOAS DE MUNDAÚ-MANGUABA  Fonte: Google Imagens
BR402014000012-3 Instituto Bordado Filé das Lagoas de Mundaú-Manguaba Fonte: Banco de Dados do INPI	

As matérias protegidas por Indicação Geográfica são utilizadas para criação ou composição de peças de vestuário ou acessórios, ou seja, é possível a criação de designs de moda e, assim, deve-se buscar a proteção mais adequada para aquela criação que possui sua matéria prima protegida por IG.

6. POSSIBILIDADE DE PROTEÇÃO CUMULATIVA DO DESIGN DE MODA

6.1 É POSSÍVEL A DUPLA PROTEÇÃO DO DESIGN DE MODA?

Sim. A possibilidade de dupla proteção está ligada, também, a condição de que um produto que possui características funcionais também pode possuir, concomitantemente, sua natureza artística. A estética e a funcionalidade podem estar presentes numa peça de roupa, por exemplo, e, por isso, mesmo estando concomitantemente presentes na mesma peça ou produto não retira a proteção por parte do Direito de Autor. Porém, quando uma criação for puramente funcional, não estando presente qualquer característica artística, não será possível a dupla proteção.

Certas criações são entendidas como arte aplicada porque englobam características utilitárias e estéticas, desse modo possuem propósitos industriais. Assim, e pelo que foi visto até aqui, pode-se considerar que as criações da indústria da moda podem ser tuteladas tanto pelo direito do autor como pelo direito ao Desenho Industrial.²⁴

²⁴ BITTAR, Carlos Alberto. Direito de Autor. 4^a Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.

7. CASOS PRÁTICOS

A) GUCCI x GUESS



Fonte: Google Imagens

No caso em questão, a Gucci levou à corte americana a Guess alegando plágio do design de seus produtos, segundo a empresa Italiana Gucci a Guess teria reproduzido a listra vermelha, o monograma e o padrão da estampa para compor o design de seus produtos. Como desfecho, a juíza responsável pelo caso entendeu que a Guess infringiu direitos de marcas registradas mas que a Gucci não sofreu diminuição de suas vendas ou lucros.

B) CHRISTIAN LOUBOUTIN x YVES SAINT LAURENT



Fonte: Google Imagens

Mais um caso da corte americana, a Christian Louboutin, uma renomada marca de calçados, produziu calçados de luxo, cuja sola exterior é de cor vermelho. Assim, a Louboutin solicitou a proteção da sola vermelho ("Red Sole Trademark") e foi concedido o registro em 2008. Três anos depois, em 2011, a Yves

Saint Laurent lançou uma coleção de calçados monocromáticos em várias cores, incluindo vermelho.

Tão logo tomou conhecimento, a Louboutin apresentou uma ação de violação de marca registrada contra a YSL em abril de 2011 no Tribunal Distrital dos EUA para o Distrito Sul de Nova York. Entretanto, o mencionado tribunal não reconheceu o direito da Louboutin. Em recurso, no tribunal superior, reconheceu o direito da Loubotí, mas permitiu que a Yves Saint Laurent utilizasse a cor vermelha no solado no caso de sapatos monocromáticos. Sendo assim, como visto, o tribunal reconheceu o caráter de marca distintiva da sola dos sapatos da Christian Louboutin.

C) DAMYLLER x LEVI'S



Fonte: Google Imagens

Agora um caso dos tribunais brasileiros, a empresa americana Levi Strauss apresentou ação determinando que a empresa brasileira Damyller suspendesse a venda de diversos produtos, pois a empresa estaria copiando a tradicional costura dos bolsos da marca americana, além da famosa etiqueta vermelha da Levi's.

Em suas alegações a Levi's alegou que a costura arqueada é utilizada desde 1873 e que a etiqueta vermelha distingue a calça há 80 anos. No mais, como

demonstrado em tópico acima da presente cartilha, a Levi's possui o registro da marca figurativa do bolso no INPI.

Assim, em liminar fora determinada que a Damyller está proibida de fabricar, encomendar, comercializar, expor à venda e ter em estoque modelos que contenham a tradicional costura dos bolsos.

O caso ainda não foi encerrado na justiça brasileira.

D) H. STERN x MONTE CARLO JOIAS



Fonte: Google Imagens

Ao tomar conhecimento do caso, a joalheria H. Stern apresentou ação em face da Monte Carlo Joias argumentando que esta vem se valendo da prática de concorrência desleal, consubstanciada na imitação indevida de uma de suas coleções de joias, a "Coleção Stars" da H. Stern.

A H. Stern sustentou que seria detentora dos direitos sobre o design das joias da Coleção Stars, bem como dos direitos de Propriedade Industrial sobre a marca figurativa e nominativa registrada sob a expressão "STERN STAR".

O caso ainda não foi encerrado na justiça brasileira.

ANEXO II – QUESTIONÁRIO PARA ESPECIALISTAS EM PROPRIEDADE INTELECTUAL

Questionário para opinião da cartilha educativa

No caso de existir algum tópico em que você assinalou “não” como resposta, indique a página e o parágrafo, expresse a sua opinião e dê as suas sugestões para o aperfeiçoamento da cartilha:

1. Em relação às ilustrações (figuras, desenhos):

a) A composição visual é atrativa?

Sim () Não ()

b) A quantidade de ilustrações é adequada?

Sim () Não ()

d) As ilustrações são pertinentes?

Sim () Não ()

2. Quanto ao conteúdo:

a) As informações estão corretas?

Sim () Não ()

b) As informações são apropriadas ao público-alvo?

Sim () Não ()

c) As informações são apresentadas em um contexto pertinente com o do público-alvo?

Sim () Não ()

3. Em relação à linguagem:

a) É compreensível e conveniente ao público-alvo?

Sim () Não ()

b) Todos os conceitos importantes são abordados de forma clara e objetiva?

Sim () Não ()

c) Você observou algum erro ou idéia prejudicial em relação às informações contidas neste tópico da cartilha?

Sim () Não ()

Neste item c. no caso da resposta afirmativa, por favor, indique a página, o parágrafo e expresse sua opinião.

4. Opinião final após a leitura?

5. Por favor, acrescente alguns outros comentários relevantes e que não foram incluídos neste questionário.
