



**FASHION LAW: A INFLUÊNCIA DA MODA E SEUS IMPACTOS NA SOCIEDADE:
UMA ANÁLISE SOBRE PRODUTOS *INSPIRED* E A CONCORRÊNCIA DESLEAL**

Ana Cristina Bastos de Azevedo¹

Lair de Castro Júnior²

No presente estudo são abordados temas referentes ao *Fashion Law* (Direito da Moda), lançando-se luz sobre questões atuais do mundo da moda e percorrendo-se sobre os produtos *inspired* no mercado e sobre quais seriam os limites da inspiração, para que não haja incidência de práticas relativas à concorrência desleal. O objetivo principal é analisar, dentro do Fashion Law, o processo de criação de ideias na moda, havendo inspiração em produtos e/ou serviços anteriores. A partir disso, traz-se o debate sobre a partir de que momento a inspiração para criação de uma obra deixa de sê-la unicamente e configura-se como plágio acarretando uma possível concorrência desleal. Também se analisa que medidas podem ser tomadas judicialmente a partir da constatação do plágio e outros crimes. O estudo desenvolveu-se a partir de pesquisas bibliográficas em doutrinas – principalmente brasileiras –, revistas científicas e informativas, jornais, jurisprudências, anais, leis específicas (Lei 9.610/98, e Lei 9.279/96) e outros meios que se fizeram necessários. Busca-se analisar a influência da moda na sociedade desde os tempos mais antigos. Em diferentes civilizações e momentos na linha temporal, notamos que o estado tentou controlar a moda, tornando-a exclusiva para específicas classes sociais, como Olga Carolina Pontes Bon (2018, p. 6) descreveu alguns exemplos das regras impostas naquela época. No entanto, esse controle não perdurou ou

¹ Autora: Ana Cristina Bastos de Azevedo, Bacharel em Direito - Instituição: Faculdades Integradas Vianna Júnior - E-mail: anacbastos08@gmail.com

² Orientador: Prof. Lair de Castro Júnior



logrou êxito, visto que as ações estatais tornaram-se, na realidade, incentivos para as pessoas burlarem as normas vigentes. Nesse cenário, a moda se difundiu e influenciou pessoas e sociedades através de diversos meios, adaptando-se até os dias atuais e sobrevivendo às regulações estatais. Também se apresentam os tipos de proteção de direitos autorais, previsto na Lei 9.610/1998, e propriedade industrial, Lei 9.279/96, e suas aplicações no universo da moda. Um ponto essencial para a compreensão do debate trazido pelo estudo é a análise da figura do *trade dress* (conjunto-imagem) e a concorrência desleal, que serve como forma de reprimir a concorrência parasitária. Nesse sentido, podemos observar que existem formas de proteção através da patente e do certificado de registro, que são concedidos no Brasil pelo INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial), uma autarquia federal, e também maneiras de reivindicar direitos da propriedade intelectual em casos que não atendem aos requisitos previstos pelo órgão. Dentro desse tema, o estudo realiza a necessária diferenciação entre plágio, contrafação e inspiração. Essa compreensão é importante para que se entenda melhor a aplicação desses artifícios legais nos casos concretos, uma vez que é possível haver contrafação sem plágio, mas o plágio pode ser uma modalidade de contrafação, de acordo com Manoel Santos (2014, p.182). Também se analisaram os artigos previstos na legislação brasileira que listam os tipos de violação à propriedade intelectual e as punições aplicadas em casos de *fashion law*. Contudo, como vemos, a legislação ainda apresenta alguns desfalques, cabendo a interpretação do legislador em cada situação. Com base no estudo, podemos concluir que cada vez mais em nossa sociedade as pessoas vêm sendo constantemente influenciadas de alguma maneira. Como consequência disso, sempre algum produto ganha destaque. Da mesma forma, os produtos de grandes grifes, ao serem adquiridos, geram nos compradores uma sensação de pertencer a um status diferente, de ter algo que nem todos podem ter. Dessa forma, algumas marcas tentam se aproveitar da fama ou do fato de determinado produto ser diferente dos demais para fazer cópias que ultrapassam o limite da inspiração, ou seja, não se apropriam apenas da ideia geral do produto

inspirador. Logo, nessas condições podem-se caracterizar crimes, mesmo que o produto original não tenha registro ou patente. Do mesmo modo, havendo a comprovação do prejuízo alheio e o aproveitamento parasitário, pode-se haver o enquadramento como concorrência desleal.

REFERÊNCIAS

BON, Olga Carolina Pontes. A Transformação do vestir: um estudo sobre leis suntuárias, moda e modernidade. In: Colóquio de Moda, 14, 2018, Curitiba. *Anais eletrônicos*. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/>> Acesso em: 30 de jul de 2019.

_____. **Lei nº 9.279**, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm>. Acesso em: 24 set 2019.

_____. **Lei nº 9.610**, de 19 de fevereiro de 1988. Regula direitos autorais. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm>. Acesso em: 12 set 2019.

SANTOS, Manoel J. Perira dos. A questão da autoria e da originalidade em direito de autor. IN____; JABUR, Wilson Pinheiro (Coords.). **Direito autoral** (Série GVLaw: Propriedade Intelectual). São Paulo: Saraiva, 2014.