
FASHION LAW: A ÁREA DO DIREITO QUE PROTEGE AS CRIAÇÕES DA MODA

Luana Otoni de Paula
Advogada Sócia do Homero Costa Advogados

Bernardo José Drumond Gonçalves
Advogado Sócio do Homero Costa Advogados

Moda é significado, é a eterna recorrência do novo, é a expressão do irracional. Compreender o conceito de moda é imprescindível para entender também o termo *Fashion Law*, que surgiu nos Estados Unidos e passou a ser difundido no mundo, especialmente após a criação, por Susan Scafidi, do *Fashion Law Institute*, ligado à Fordham University, em Nova York, em 2010.

Com o surgimento de conflitos especificamente ligados à moda e ao *design*, como direitos autorais, propriedade industrial, *trade dress*, concorrência "parasitária", direito do consumidor, privacidade, regulação da internet e sustentabilidade, além de relações de trabalho e societárias, há vários aspectos legais a serem observados pelos *players* desse mercado. Uma série de leis deve ser rigidamente observada e seguida quando o assunto é moda, seja no que diz respeito à criação, seja no que concerne à comercialização.

A título de exemplo, uma simples reprodução da estampa de um grafismo indígena tem de ser autorizada pelo cacique da tribo. Isso porque existem leis que protegem a propriedade cultural dos indígenas e o direito autoral precisa de ser respeitado.

Para compreender melhor os efeitos do *Fashion Law*, é fundamental entender os conceitos de *trade dress* e aproveitamento parasitário. O primeiro, de origem norte-americana, determina a individualidade do produto, o que o faz ser identificado entre os seus concorrentes, mesmo sem a presença da marca ou da logo. Seria algo como o solado vermelho de *Christian Louboutin*, que processou a *Saint Laurent*, em 2011, por usar a cor nas solas de quatro modelos. Outro exemplo clássico, os monogramas da *Louis Vuitton*.

Recentemente, Ivanka Trump, que vende a sua própria linha de roupa e acessórios, também foi alvo de uma queixa no Tribunal de Manhattan, em Nova York. Ivanka foi

acusada de copiar sapatos da marca italiana Aquazzura¹, o que configuraria concorrência desleal, por terem produzido um par de sapatos iguais a um dos seus modelos mais icásticos (notórios) – as sandálias “*Wild Thing*”. Eles teriam copiado desde o formato da sandália, a silhueta, as franjas que cobrem os dedos dos pés e até o salto. Nos EUA, o modelo da Aquazzura é vendido a 785 dólares, enquanto que o modelo *Hettie*, de Ivanka Trump, custa 145 dólares. Essa típica prática (*trade dress*) é vedada pelas regras cogentes aplicáveis às relações afetas à *Fashion Law* e os prejuízos derivados devem ser ressarcidos.

Já a concorrência “parasitária”, ocorre a partir do aproveitamento indevido do marketing, da publicidade e das próprias campanhas promocionais de lançamento de produtos concorrentes, imitados integralmente em sua forma, mas com materiais de qualidade inferior. O parasita se beneficia injustamente da criação, do esforço, dos investimentos e do *know-how* do concorrente, economizando os gastos necessários à criação do produto original.

Uma determinada empresa não pode estampar, por exemplo, a estrela de três pontas da *Mercedes-Benz* em quaisquer souvenirs ou roupas, sem prévia e expressa autorização do detentor dos direitos autorais do logotipo, que tem proteção legal. Isso induziria o consumidor a achar que o produto tem associação com aquela marca e empresa. A Justiça brasileira tem sido rígida na análise de casos que envolvam a proteção desses direitos.

Considerando, contudo, algumas peculiaridades da moda, como a sazonalidade das coleções, o conceito de tendência, as diferenças e limites entre os produtos *inspired* (inspirados) e as sucessivas e desautorizadas cópias, têm levado os operadores da área à reflexão, no sentido de que os instrumentos jurídicos já estabelecidos à proteção genérica das obras não seriam propriamente adequados a esse ramo, que é *sui generis*.

Os Poderes Judiciário e Legislativo vêm sendo chamados a exercer, em caráter imediato, um papel significativo nessa caracterização das situações peculiares e na proteção dos respectivos direitos, seja ao julgar casos concretos, seja ao criar ou adequar legislações capazes de atender à essas singularidades e demandas.

¹ <https://www.publico.pt/culto>

Representantes do *Fashion Law* buscam, por exemplo, no âmbito do Poder Legislativo, por uma regulamentação mais adequada à indústria da moda e suas criações, tais como a facilitação e desburocratização do trâmite administrativo de registros e patentes, priorizando a conclusão desses procedimentos, pois afetam negativamente a proteção e divulgação das criações.

No âmbito Judicial, por sua vez, é indispensável e até mesmo fundamental que se amplie a competência das Varas Judiciais e das Câmaras de julgamento especializadas em propriedade intelectual, voltadas à formação de um entendimento jurisprudencial mais uniforme, baseado em conhecimento específico das matérias em debate e de acordo com a visão que cada segmento exige.