

Relatório do Software Anti-plágio CopySpider Para mais detalhes sobre o CopySpider, acesse: <https://copyspider.com.br>

Instruções Este relatório apresenta na próxima página uma tabela na qual cada linha associa o conteúdo do arquivo de entrada com um documento encontrado na internet (para "Busca em arquivos da internet") ou do arquivo de entrada com outro arquivo em seu computador (para "Pesquisa em arquivos locais"). A quantidade de termos comuns representa um fator utilizado no cálculo de similaridade dos arquivos sendo comparados. Quanto maior a quantidade de termos comuns, combinada com o agrupamento desses termos, maior a similaridade entre os arquivos. É importante destacar que a classificação da semelhança como Alta, Moderada e Baixa não representa um "índice de plágio". Por exemplo, documentos que citam de forma direta (transcrição) outros documentos, podem ter uma similaridade Alta e ainda assim não podem ser caracterizados como plágio. Há sempre a necessidade do avaliador fazer uma análise para decidir se as semelhanças encontradas caracterizam ou não o problema de plágio ou mesmo de erro de formatação ou adequação às normas de referências bibliográficas. Para cada par de arquivos, apresenta-se uma comparação dos termos semelhantes, os quais aparecem em vermelho. Veja também: [Analisando o resultado do CopySpider Qual o percentual aceitável para ser considerado plágio?](#)

Versão do CopySpider: 3.2 Relatório gerado por:
assizgabi@gmail.com Análise no modo: Web/Normal
(99.17%) em 13:09 Idioma da busca: Português

Agrupamento Semelhança Termos comuns Arquivos Alto Moderada 858 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO- GABRIELA ASSIZ.docx X www.dbba.com.br/wp-content/uploads/questes-fundamentais-de-direito-de-autor-livro-reviso-final-2-1.pdf **Alto Moderada** 821 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO- GABRIELA ASSIZ.docx X www.dbba.com.br/wp-content/uploads/introducao_pi.pdf **Alto** Baixa 573 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO- GABRIELA ASSIZ.docx X core.ac.uk/download/pdf/604384427.pdf **Alto** Baixa 555 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO- GABRIELA ASSIZ.docx X bdm.unb.br/bitstream/10483/33134/1/2022_LarissaPonetesDiasMatos_tcc.pdf **Alto** Baixa 542 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO- GABRIELA ASSIZ.docx X repositorio.ufba.br/bitstream/ri/15656/3/direito_autoral_propriedade_intelectual_plagio_RI.pdf **Alto** Baixa 491 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO- GABRIELA ASSIZ.docx X repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/26760/1/2023_2_LAURA_BITENCOURT_CORREA_MEYER_TCC.pdf **Alto** Baixa 360 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO- GABRIELA ASSIZ.docx X www.cidp.pt/revistas/rjlb/2022/3/2022_03_0111_0151.pdf **Alto** Baixa 254 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO- GABRIELA ASSIZ.docx X pt.wikipedia.org/wiki/Propriedade_intelectual **Alto** Baixa 254 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO- GABRIELA ASSIZ.docx X pt.wikipedia.org/wiki/Propriedade_intelectual#Diferenca_entre_Direito_Autoral_e_Propriedade_Industrial

Alto [Baixa 177 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO- GABRIELA ASSIZ.docx X](#)
www.academia.edu/download/31579791/ANAIS-V-C

[ODAIP-Versao-Final.pdf#page=121](#)

Arquivo 1: TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO- GABRIELA ASSIZ.docx (6252 termos) **Arquivo 2:** www.dbba.com.br/wp-content/uploads/questes-fundamentais-de-direito-de-autor-livro-reviso-final-2-1.pdf (221675 termos) **Termos comuns:** 858 **Índice de similaridade antigo:** 0,37% **Novo índice de similaridade:** 13,72% **Índice de agrupamento:** Alto O texto abaixo é o conteúdo do documento **Arquivo 1**. Os termos em vermelho foram encontrados no documento **Arquivo 2**. Id da comparação: 13f882b44ea8db6x115

FASHION LAW: **A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NO SEGMENTO DA MODA À LUZ DA LEI** No 9.610/98

Gabriela Assiz Rola de Aquino Oliveira [1: Graduanda em Direito na Universidade Católica do Salvador (UCSal). E-mail: gabrielaassiz.oliveira@ucsal.edu.br] Alexandre Barreiros de Carvalho Fonseca [2: Doutorando em Políticas Sociais e Cidadania na UCSal. Mestre em Filosofia pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Pós-Graduado em **Direito do Estado pela** Faculdade Baiana de Direito (FBD). Graduado em Filosofia pela UFBA. Graduado em Direito pela UCSal. Analista Judiciário **do Tribunal de Justiça** da Bahia (TJBA).]

RESUMO: Este trabalho pretende analisar **a proteção da propriedade intelectual no** setor da moda **à luz da Lei** no 9.610/98, **com** foco nos desafios jurídicos entre inspiração e cópia. A moda, enquanto expressão criativa e cultural, encontra dificuldades **na delimitação do que constitui plágio** ou apenas influência legítima, gerando incertezas jurídicas para designers e empresas. **Por este motivo**, a pesquisa investiga **os limites da** legislação brasileira **sobre direitos autorais** aplicados às **criações de moda**, considerando **a originalidade como** requisito essencial para proteção legal. A metodologia adotada será a bibliográfica, com abordagem hipotético-dedutiva, permitindo uma análise crítica das lacunas normativas existentes. O estudo busca compreender **até que ponto a legislação vigente** atende às necessidades do setor e se há necessidade de ajustes para garantir maior segurança jurídica. Conclui-se que a indefinição entre inspiração e cópia fragiliza **a proteção das criações de moda**, exigindo uma abordagem equilibrada que preserve a criatividade sem comprometer **os direitos autorais**.

PALAVRAS-CHAVE: FASHION LAW. INSPIRAÇÃO. CÓPIA. PROPRIEDADE INTELECTUAL. DIREITO AUTORAL. MODA

SUMÁRIO: 1. Introdução. 2. A Moda e sua Indústria. 2.1 Evolução Histórica da **Indústria da Moda**. 2.2 A

Moda como Fenômeno Social e os Desafios Jurídicos do Fashion Law. 3. Aplicabilidade da Lei de Direito Autoral. 3.1. Requisitos de Atribuição de Autoria. 3.2. Direito Moral e Direito Patrimonial do Autor. 4. Inspiração e Cópia no Direito da Moda: Limites e Implicações Jurídicas. 4.1. Os Limites entre Inspiração e Cópia: Fragilidade e Riscos à Proteção Autoral na Moda. 4.2. Análise do Caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent. 5. Conclusão. 6. Referências

INTRODUÇÃO: A moda, para além de uma expressão estética ou fenômeno passageiro, constitui um reflexo complexo das transformações culturais, sociais, econômicas e comportamentais de uma sociedade. Ao longo da história, ela se consolidou como um instrumento de comunicação visual e simbólica, por meio do qual indivíduos e grupos expressam identidade, pertencimento, rebeldia e até poder. No contexto contemporâneo, essa manifestação se tornou também um setor produtivo de significativa relevância econômica, responsável por movimentar bilhões na economia global, empregando milhões de pessoas e influenciando diretamente outras indústrias, como publicidade, entretenimento e tecnologia. Entretanto, apesar de sua relevância cultural e econômica, a moda ainda se encontra à margem da efetiva proteção jurídica, especialmente no que diz respeito aos direitos autorais e à propriedade intelectual. A fluidez entre os conceitos de inspiração e cópia, característica intrínseca ao processo criativo da moda, desafia os limites da legislação vigente, principalmente no Brasil, onde a Lei no 9.610/98 não contempla, de forma clara e específica, os produtos e processos próprios desse segmento. Assim, ainda que a criação de um estilista seja fruto de esforço intelectual, com elementos artísticos, inovadores e criativos, nem sempre ela é reconhecida como obra protegida pelo direito autoral. É nesse ponto que se insere o Fashion Law, ou Direito da Moda, uma área emergente e interdisciplinar que busca estudar e regulamentar juridicamente as particularidades desse setor. Embora ainda não consolidado como ramo autônomo no ordenamento jurídico brasileiro, o Fashion Law vem ganhando espaço acadêmico e institucional, com o surgimento de comissões temáticas na OAB, eventos especializados e publicações científicas voltadas à análise de temas como plágio, concorrência desleal, direitos de imagem, contratos de licenciamento, sustentabilidade e proteção da propriedade intelectual. O presente trabalho tem como objetivo analisar a proteção da propriedade intelectual no segmento da moda à luz da Lei no 9.610/98, investigando os limites entre inspiração legítima e cópia indevida, além das dificuldades enfrentadas pelos designers e marcas na defesa de suas criações. A metodologia adotada é a bibliográfica, com abordagem hipotético-dedutiva, permitindo uma análise crítica da legislação vigente e de sua aplicabilidade no setor.

Parte-se da hipótese de que a legislação autoral brasileira, por não contemplar de forma clara as especificidades do universo da moda, é insuficiente para garantir a proteção eficaz das criações desse setor, favorecendo a banalização da cópia e comprometendo a segurança jurídica de estilistas e empresas. Para testar essa hipótese, a pesquisa percorre o desenvolvimento histórico e sociocultural da moda, os fundamentos jurídicos da proteção autoral, os conceitos de autoria, originalidade, direitos morais e patrimoniais, e, por fim, analisa o emblemático caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent como exemplo prático das limitações do sistema atual. A relevância do tema se justifica pela crescente valorização da moda como manifestação artística e produto intelectual, o que exige do Direito uma resposta mais efetiva diante das novas demandas sociais

e econômicas. A análise aqui proposta pretende contribuir para o amadurecimento do **debate sobre a proteção jurídica das criações de moda** e para o fortalecimento de uma cultura jurídica mais sensível às particularidades da criatividade contemporânea.

A MODA E SUA INDÚSTRIA

Evolução Histórica da **Indústria da Moda**

A moda teve seu surgimento identificado em um momento específico, desmistificando **a ideia de que** sempre existiu de maneira trans-histórica (Lipovetsky, 1987, p. 24). **O conceito de** moda, tal como se compreende hoje, começou a se delinear no Renascimento europeu, **no século XV**, quando o vestuário passou a assumir um papel social mais definido. Na corte de Borgonha, **por exemplo, as roupas deixaram de ser** apenas itens funcionais e passaram a representar status social, com determinadas cores sendo exclusivas para a nobreza. Esse sistema hierárquico do vestuário levou a um fenômeno recorrente na **indústria da moda: a prática dos** burgueses de imitar as vestimentas da nobreza, **ao passo que** os nobres, em resposta, buscavam constantemente inovar para manter a distinção. Posteriormente, esse movimento de imitação e inovação constante seria compreendido como tendência, um dos pilares fundamentais da moda, caracterizado pela efemeridade e pela renovação contínua dos estilos para diferenciar grupos sociais e estimular o consumo (Lobo, Pires & Marques, 2014, p. 16). Além dessa transformação social, o próprio termo "moda" tem uma evolução linguística significativa. O vocábulo moda deriva do latim modus, que significa "modo" ou "maneira". **No século XV e início do XVI**, a palavra mode surge na França, associada **não apenas à forma de se vestir, mas também ao** comportamento e ao **estilo de vida**. Já nas cidades italianas, no século XVII, surge a variação modanti, usada para descrever aqueles que seguiam as tendências da época, especialmente inspiradas pela elegância francesa. Inicialmente, o termo estava restrito às mudanças rápidas no vestuário da aristocracia, mas **com o tempo** passou a abranger também convenções sociais, decoração, pensamento, escrita e postura. (Debom, 2018, p. 8). Ademais, a moda, com o passar dos séculos, **passa a ser** impulsionada também pela busca incessante pelo novo, onde a mudança **se torna um** objetivo **em si mesma**. Nesse contexto, há uma ruptura com **a imitação dos** ancestrais e das tradições religiosas, abrindo espaço **não apenas para** as transformações sociais, **mas também para** uma renovação contínua, motivada pelo desejo de distinção e pela satisfação em se reinventar constantemente. (Debom, 2018, p. 10). A moda **não é apenas um** fenômeno estético passageiro, também se estabelece como um sistema que traduz o entendimento da sociedade **sobre si mesma ou sobre a** sua cultura. **Ela não se limita ao** vestuário, mas permeia diferentes áreas, como o consumo, a arte **e até mesmo a** política. Dessa forma, a moda testemunha **a passagem do** tempo, expressando comportamentos e transformações culturais **ao longo da** história, condensando sensibilidades de diferentes épocas (Cezar, 2019, p. 14). Dessa forma, a moda **não se limita a** uma manifestação efêmera do vestuário, mas se configura como um fenômeno dinâmico que acompanha e influencia as transformações sociais **ao longo dos séculos**. Seu desenvolvimento histórico demonstra **que, além de** refletir valores culturais e hierárquicos de cada época, a moda também **atua como um meio de expressão** individual e coletiva. Com o avanço das sociedades e **das tecnologias, a indústria da moda** se consolidou como um setor de grande relevância

econômica e cultural, moldando comportamentos e identidades. Assim, compreender a evolução da moda não apenas resgata sua trajetória histórica, mas também permite uma análise mais ampla sobre seu papel como agente de mudança e inovação na sociedade contemporânea. Dada a complexidade do fenômeno, este trabalho adota a vertente sociocultural e jurídica da moda, com ênfase nas implicações legais da criação no setor, especialmente no que tange à propriedade intelectual.

A Moda Como Fenômeno Social e os Desafios Jurídicos do Fashion Law

No contexto atual, a moda é vista como um fenômeno social difícil de definir devido à sua amplitude e à variedade de opiniões que suscita. Para alguns, é apenas um capricho, enquanto para outros, uma forma de tirania social. Há ainda quem a considere uma mudança gratuita, movida pelo amor à mudança, ou um fenômeno irracional e moralmente condenável. De acordo com Barber e Lobel, a moda possui muitos referentes abrangendo diferentes tipos de comportamentos sociais. Por isso, ao falar sobre moda, é importante delimitar suas coordenadas espaço-temporais para evitar generalizações imprecisas, conforme preconizado pelos lógicos medievais (Baldini, 2006, p. 10). Ademais, a moda, desde seu surgimento, se consolidou como um sistema que abrange constantes mudanças e influências em diversas áreas da vida social, como comportamentos, gostos, artes e linguagem. Esse fenômeno, caracterizado pela efemeridade e transformações rápidas, reflete um dispositivo social que transcende o vestuário e impacta múltiplos setores da coletividade (Calanca, 2008, p.13). Embora a moda influencie diversas áreas da vida social, ela se manifesta de forma mais evidente através das roupas e do modo de vestir. Esses setores se destacam como os principais espaços onde as novidades da moda são apresentadas de maneira mais impressionante. Na maioria dos estudos sobre moda e comportamento, o vestuário é visto como o ponto de partida e o foco principal da análise, pois é nesse campo que se tornam visíveis os aspectos mais significativos do tema. Assim, o modo de vestir desempenha um papel crucial na compreensão da moda e sua história. (Calanca, 2008, p.16). Por isso, diante da crescente influência da moda e de sua complexidade enquanto fenômeno social e econômico, surgem desafios jurídicos que acompanham sua evolução. Questões como proteção de criações, regulamentação da cadeia produtiva e combate à concorrência desleal tornaram-se cada vez mais relevantes. Nesse contexto, o Direito da Moda emerge como um campo especializado do direito que busca atender às demandas jurídicas do setor, lidando com suas particularidades e desafios (Efing e Zoratto, 2021, p. 3). O Fashion Law surgiu para suprir a ausência de proteção às criações da indústria da moda. Com o tempo, essa área do direito se expandiu e, atualmente, abrange todas as questões jurídicas relacionadas ao setor, considerando suas particularidades. (Nascimento, 2021). Assim, o Direito da Moda se consolida como um campo voltado a lidar com questões jurídicas que permeiam toda a cadeia produtiva da moda, abrangendo desde a proteção de criações e marcas até aspectos relacionados à sustentabilidade e à ética no setor, refletindo a complexidade social e econômica que a moda passou a representar na contemporaneidade (Efing e Zoratto, 2021, p. 3). Delineado o conceito e a relevância do Direito da Moda, é fundamental aprofundar a análise sobre sua

origem e os momentos determinantes para sua consolidação como uma área jurídica específica. Embora o Fashion Law, conhecido como Direito da Moda, esteja ganhando notoriedade global atualmente, seu desenvolvimento formal teve início nos Estados Unidos em 2006, na Fordham University, em Nova York, sob a liderança da advogada Susan Scafidi, fundadora do The Fashion Law Institute. Este instituto tornou-se uma referência na aplicação eficaz de leis que protegem marcas, com o objetivo de garantir a execução adequada e enfrentar atos de concorrência desleal. No entanto, apesar de sua relevância, o Fashion Law ainda não constitui um ramo autônomo do Direito, uma vez que não há uma legislação específica que aborde os conflitos da indústria da moda. Assim, sua prática envolve a aplicação de conceitos de diferentes áreas do direito, como o direito tributário e de propriedade intelectual, aplicados de forma direcionada às necessidades do setor (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 2). Para Susan Scafidi, o Fashion Law abrange toda a trajetória de um item de vestuário, desde sua concepção pelo designer até sua chegada ao consumidor. Esse campo envolve diversas questões jurídicas, sendo especialmente relacionado à propriedade intelectual, negócios e finanças, comércio internacional, regulamentação governamental, segurança, sustentabilidade, cultura do consumo e direitos civis. (Scafidi, 2012, p.11) No que se refere ao Brasil, a necessidade de proteção jurídica no setor da moda tem sido reconhecida, e algumas seções da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) já possuem comissões especializadas no Direito da Moda, como ocorre nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Pernambuco, Paraíba e no Distrito Federal. Essas iniciativas demonstram a importância crescente desse campo no cenário jurídico nacional (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 2-3). Dessa forma, torna-se evidente a necessidade de um estudo mais detalhado sobre o Direito da Moda, pois ele transcende a simples análise de tendências e vestuário, envolvendo aspectos jurídicos mais complexos que ainda carecem de uma compreensão aprofundada. Embora seja um tema menos explorado no Brasil, sua relevância é significativa para a resolução de litígios e a proteção de criações (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 3). Dentre os diversos desafios enfrentados pelo setor, a proteção da propriedade intelectual se destaca como um dos principais pilares do Fashion Law. A moda, por sua própria natureza, é baseada na criação e na inovação, o que torna essencial a existência de mecanismos jurídicos que garantam a exclusividade de determinadas criações e impeçam sua reprodução não autorizada. A ausência de proteção legal adequada pode prejudicar designers e empresas, incentivando cópias indiscriminadas e desvalorizando o mercado criativo (Plácido, 2015). De acordo com Denis Borges Barbosa, a propriedade intelectual é conceituada da seguinte forma: A Convenção da OMPI define como Propriedade intelectual, a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico (Barbosa, 2003, p-10).

Dito isso, a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) estabeleceu uma distinção dentro do campo da propriedade intelectual, separando-a em propriedade industrial e direito autoral. Essa categorização permite que a legislação brasileira trate o direito da moda de maneira mais específica para cada situação. (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 9). Compreender o Fashion Law e suas particularidades permite enxergar a necessidade de regulamentações mais robustas, especialmente no que tange à proteção da propriedade intelectual. Nesse sentido, a Lei de Direito Autoral surge como um dos principais instrumentos para garantir a exclusividade das criações no setor da moda. A seguir, será analisada sua aplicabilidade e eficácia diante dos desafios desse mercado.

APLICABILIDADE DA LEI DE DIREITO AUTURAL

Requisitos de Atribuição de Autoria

De acordo com a jornalista e advogada Elisângela Dias Menezes, "trata-se, pois, o Direito Autoral, de um conjunto de privilégios de natureza ao mesmo tempo pessoal e patrimonial, cuja aquisição originária está vinculada diretamente ao exercício da criatividade artística, científica ou literária. Em resumo, é o conjunto de direitos resultantes das concepções da inteligência materializadas sob a forma de arte ou cultura" (Menezes, 2007, p. 20). Essa definição evidencia que o direito autoral nasce a partir da criação intelectual, o que fundamenta a análise dos requisitos legais para a atribuição de autoria. Nesse mesmo sentido, Bittar (2019) reforça que o Direito Autoral é um ramo do Direito Privado destinado a regulamentar as relações jurídicas que envolvem a criação e a exploração econômica de obras intelectuais estéticas, abarcando os campos da literatura, das artes e das ciências. Embora pertença majoritariamente à esfera privada, trata-se de um direito que também possui normas de ordem pública, com o objetivo de assegurar sua efetividade. Historicamente, sua evolução está fortemente ligada à valorização do criador e à proteção dos vínculos entre este e os frutos de seu intelecto. No ordenamento jurídico brasileiro, os principais requisitos de atribuição de autoria, encontram-se respaldado pela Constituição Federal de 1988, em seu artigo 5º, incisos XXVII, XXVIII e XXIX, e pela Lei no 9.610/98. A Constituição assegura a proteção das criações intelectuais, prevendo o direito exclusivo de utilização, publicação e reprodução de obras (art. 5º, XXVII), a proteção às participações em obras coletivas e aos direitos conexos (art. 5º, XXVIII), e o estímulo à inovação tecnológica com a proteção da propriedade intelectual (art. 5º, XXIX). De maneira complementar, a Lei no 9.610/98 estabelece a proteção às obras intelectuais, abrangendo criações do domínio artístico, literário ou científico, desde que apresentem originalidade. O artigo 7º especifica que são consideradas obras intelectuais protegidas aquelas "expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte". O artigo 11 define que "autor é a pessoa física criadora da obra", enquanto o artigo 13 dispõe que, na ausência de prova em contrário, presume-se autor aquele que tiver seu nome indicado ou anunciado como tal na utilização da obra, por meio das formas de identificação previstas no artigo anterior, conforme o costume. Essa legislação busca resguardar três principais interesses: o do criador, o da sociedade e o dos investidores intermediários. O criador é protegido tanto em relação aos direitos patrimoniais quanto aos

direitos **morais sobre sua obra**. A sociedade, **por sua vez**, tem garantias que envolvem educação, pesquisa, comunicação, cultura, entre outros aspectos. Já os intermediários **desempenham o papel de** conectar e harmonizar esses interesses (Maia, 2016, p. 8). Dentro desse cenário, destaca-se **como o primeiro requisito essencial de atribuição de autoria**, portanto, **a originalidade**. **A obra deve** apresentar um **grau mínimo de criatividade** que a distinga de outras **criações já existentes**. No setor da moda, isso **significa que a** peça desenvolvida deve conter elementos inovadores, resultantes de escolhas criativas do designer, como o corte, **a combinação de** materiais, cores, estampas, formas **ou até mesmo o conceito** artístico embutido na coleção. **O simples fato de uma peça** ser funcional ou utilitária não basta; ela precisa incorporar valor estético singular e **expressão pessoal do** criador. Contudo, na **indústria da moda**, essa originalidade é particularmente desafiadora. Muitas peças são inspiradas em estilos anteriores ou em tendências culturais e artísticas. Isso torna difícil traçar o limite entre a inspiração legítima, que é natural **no processo criativo**, e a cópia, que pode configurar plágio e ensejar a responsabilização civil. **Por isso, é** necessário observar **se a nova criação** apresenta elementos visuais, estruturais ou conceituais que a distingam **de outras obras** já conhecidas, sob risco de violar **os direitos autorais de terceiros**. **O segundo requisito** importante é a individualidade **da obra, ou seja, ela deve ser resultado de um** esforço intelectual pessoal, **e não uma** reprodução mecânica de modelos preexistentes. No universo da moda, onde as tendências se renovam constantemente e a linha entre inspiração legítima e cópia é tênue, essa exigência **se torna especialmente** complexa de ser aplicada. **A proteção autoral**, nesse sentido, **não se aplica a** ideias genéricas, estilos ou conceitos abstratos, mas sim à forma concreta como esses elementos são organizados e expressos. **Com isso, a** doutrina apresenta **sete requisitos para a proteção autoral**, que ajudam a delimitar **a titularidade da obra**: i) o autor **deve ser uma pessoa física**; ii) a criação deve ser atribuível ao autor; iii) **o objeto protegido** precisa ser uma produção intelectual; iv) a criação deve estar materializada, configurando **um meio de comunicação** (fixação); v) não pode haver qualquer proibição legal **sobre a proteção**; vi) **a obra deve ser inédita, ou seja, não** constituir **cópia de outra já existente**; e vii) deve apresentar um **contributo mínimo em sua concepção** (LIMA, 2021, p. 49). **Em suma, a atribuição de autoria, no contexto da Lei no 9.610/98, envolve uma série de** requisitos que visam garantir **a proteção das obras intelectuais**, respeitando **os direitos do criador e estimulando a produção intelectual**, sendo **a distinção entre** inspiração e cópia, portanto, um dos pontos centrais **na análise da autoria no contexto da** moda. A inspiração é legítima quando promove **a transformação criativa**, gerando uma nova expressão estética, já a cópia se configura quando há reprodução **substancial da obra original**, com alterações meramente superficiais. Assim, **no campo do** Fashion Law, é essencial estabelecer esse limite entre inspiração e cópia na prática para assegurar **que seja feita** da maneira devida a atribuição autoral, atingindo, assim, o principal objetivo **do Direito Autoral**: proteger a originalidade **e a propriedade intelectual sem engessar o processo criativo**.

Direito Moral e Direito Patrimonial **do Autor**

A Lei no 9.610/98, que regulamenta os direitos autorais no Brasil, distingue dois conjuntos fundamentais de prerrogativas conferidas ao criador de uma obra intelectual: os direitos morais e os direitos patrimoniais, previstos no artigo 22 da lei. Ambos possuem funções distintas, mas são igualmente essenciais para a proteção plena da criação autoral, inclusive no segmento da moda. Os direitos morais estão previstos entre os artigos 22 e 27 da referida legislação e referem-se à ligação pessoal e permanente entre o autor e sua obra. Tais direitos garantem, por exemplo, a possibilidade de o criador reivindicar a autoria a qualquer tempo, exigir que seu nome seja indicado sempre que a obra for utilizada, bem como assegurar a integridade da criação, opondo-se a alterações que possam comprometer sua reputação (art. 24, I, II e IV). Além disso, a norma concede ao autor o direito de conservar sua obra inédita, modificá-la, ou até mesmo retirá-la de circulação, sempre que sua exposição causar prejuízo à sua imagem (art. 24, III, V e VI). Vale destacar que, mesmo após o falecimento do criador, certos direitos morais são transmitidos aos seus sucessores, garantindo a perpetuidade da proteção à identidade autoral (art. 24, §1o). Outro ponto relevante é a previsão de que esses direitos são inalienáveis e irrenunciáveis, conforme expressamente estabelece o artigo 27 da Lei, o que reforça o caráter personalíssimo dessa esfera de proteção. Por sua vez, os direitos patrimoniais, disciplinados a partir do artigo 28 da mesma lei, dizem respeito à exploração econômica da obra. Nessa perspectiva, cabe exclusivamente ao autor decidir sobre a utilização de sua criação por terceiros, mediante autorização prévia e, em regra, mediante remuneração. Assim, ele pode permitir ou não a reprodução, distribuição, edição, exibição, adaptação e quaisquer outras formas de aproveitamento econômico da obra. No campo da moda, tais previsões são de extrema relevância, especialmente diante da dificuldade de comprovação da originalidade e da autoria em um setor altamente influenciado por tendências e referências comuns. Justamente por isso, é fundamental estabelecer critérios jurídicos que auxiliem na distinção entre obras autorais genuínas e cópias derivadas de criações anteriores. Essa distinção impacta diretamente o exercício dos direitos patrimoniais: enquanto a inspiração pode resultar em uma nova obra protegida e economicamente explorável por seu criador, a cópia pode configurar violação de direitos autorais. Quando uma criação é considerada cópia, os direitos morais e patrimoniais do autor são diretamente afetados. O autor pode buscar a reparação por violação moral, como o uso não autorizado de seu nome ou a modificação de sua obra, e também por violação patrimonial, exigindo a reparação financeira pelo uso indevido de sua criação. Essas medidas podem incluir a retirada de circulação das peças copiadas, a indenização pelo lucro cessante e, em alguns casos, a imposição de medidas inibitórias para evitar novas violações. Assim, compreender e aplicar os direitos morais e patrimoniais é fundamental para proteger os designers contra o uso indevido de suas criações e garantir-lhes reconhecimento e remuneração justa. Embora distintos, os direitos morais e patrimoniais são complementares e interdependentes. Enquanto os primeiros garantem ao autor a preservação de sua identidade intelectual e reputação, os segundos viabilizam a exploração econômica da obra. Dessa forma, a proteção conferida pela legislação não se limita ao aspecto financeiro, mas abrange também a dignidade do criador como sujeito de direitos, sendo indispensável para a análise das consequências jurídicas decorrentes de criações inspiradas em tendências ou indevidamente copiadas de terceiros.

Além disso, a doutrina reforça a ideia de que os direitos autorais possuem uma estrutura dual (combinando dimensões morais e patrimoniais) que são complementares e indissociáveis no contexto da proteção à criação intelectual. Como explica Bittar (2019, p. 25), "os direitos autorais gozam de estruturação em que se inserem caracteres reais, exatamente em sua face patrimonial", o que justifica sua proteção jurídica robusta quanto à exploração econômica da obra. Ainda segundo o autor, os direitos autorais se diferenciam de outros ramos da propriedade intelectual por não exigirem registro como condição de proteção, sendo suficiente a originalidade da forma para sua validação legal. Isso reforça o entendimento de que a proteção da obra se inicia com sua criação e não com sua formalização em cadastros oficiais, elemento essencial em um setor criativo como o da moda, em que a inovação e a autoria nem sempre estão acompanhadas de registros formais.

INSPIRAÇÃO E CÓPIA NO DIREITO DA MODA: LIMITES E IMPLICAÇÕES JURÍDICAS

Os Limites entre Inspiração e Cópia: Fragilidade e Riscos à Proteção Autoral na Moda À luz das considerações anteriormente delineadas, restou evidente que a compreensão dos limites entre inspiração e cópia é essencial para a proteção das criações no setor da moda. Etimologicamente, o termo "inspirar" deriva do latim inspirare, que significa "soprar para dentro". Essa origem sugere a ideia de infundir algo novo, uma centelha criativa que dá origem a uma obra original. Por outro lado, "copiar" provém do latim copiare, que remete à ação de transcrever ou reproduzir algo já existente. Enquanto a inspiração implica transformação e originalidade, a cópia envolve reprodução fiel e, muitas vezes, não autorizada. Essa diferenciação, ainda que clara em sua origem linguística, mostra-se bastante difusa no campo jurídico e criativo da moda, como será aprofundado a seguir. Diante dessa imprecisão conceitual, o ordenamento jurídico busca estabelecer parâmetros que ajudem a identificar quando há uma simples influência criativa e quando ocorre uma reprodução que fere a originalidade da obra. Dito isso, no âmbito jurídico, a inspiração é considerada legítima e aceita pelas leis, enquanto a reprodução integral ou imitação deve ser reprimida conforme as normas que regem a propriedade intelectual, abrangendo o direito autorial. Entretanto, a distinção entre inspiração e cópia é bastante subjetiva, tornando desafiadora a delimitação clara entre esses dois conceitos (Vieira, 2022, p. 13). Nesse sentido, o fenômeno de copiar para Oliveira (2019, p. 32): Trata-se de uma captura mimética dos elementos do design original, como o espírito, a elegância, a forma, os materiais, o padrão, sem a aposição do logotipo ou da marca nos produtos. Essa prática, segundo o autor, está profundamente enraizada na lógica da indústria da moda, marcada pela tensão constante entre originalidade e imitação. A juíza Renata Mota Maciel, no processo no 1066278-93.2019.8.26.0100, observou que "a atividade criativa neste ramo envolve o conceito amplo de 'inspiração', tornando, muitas vezes, bastante desafiadora a distinção entre cópia ou imitação e inspiração a partir de coleções previamente desenvolvidas por outros estilistas". Além disso, as tendências de moda refletem determinados estilos, peças de roupas, acessórios, calçados, bem como cores, formatos e materiais que atendem ao gosto de um público específico em um período ou estação. É comum que os designers procurem inspirações em fontes semelhantes, o que pode resultar em criações convergentes durante a mesma temporada.

Contudo, a influência das tendências não deve anular o processo criativo individual dos estilistas no desenvolvimento de suas coleções (VIEIRA, 2022, p. 13). Desse modo, observa-se a dificuldade em definir com precisão o limite entre o que se caracteriza como inspiração ou cópia, uma vez que a distinção entre os dois conceitos é sutil e indefinida. Portanto, a partir das análises bibliográficas sobre o tema, percebe-se que a principal dificuldade enfrentada pela indústria da moda em relação à proteção da propriedade intelectual reside na delimitação entre inspiração legítima e cópia. Dessa forma uma análise criteriosa dos limites entre inspiração e cópia, fundamentada na legislação atual e em critérios específicos deve ser feita em prol de um equilíbrio entre a liberdade criativa e a proteção dos direitos autorais, contribuindo para o desenvolvimento de um ambiente mais justo, sustentável e seguro no setor da moda. A dificuldade legal enfrentada pela indústria da moda é a delimitação clara entre inspiração excessiva e cópia, amplificada pela subjetividade das interpretações jurídicas e pelas lacunas da Lei No 9.610/1998. Essa indefinição gera insegurança jurídica para designers e empresas, dificultando a proteção de criações. Uma abordagem criteriosa, que aplique parâmetros objetivos e adequados à legislação vigente, é essencial para equilibrar a liberdade criativa e a proteção de direitos autorais, fortalecendo a segurança jurídica no setor, pois devido a ausência de materialização e por conseguinte, regularização, a maioria dos casos de Fashion Law esbarram nesse problema. Portanto, compreender os limites entre inspiração e cópia não é apenas um exercício conceitual, mas uma exigência prática diante dos inúmeros conflitos que surgem no setor da moda. O estudo das implicações jurídicas desses conceitos demonstra que, sem critérios objetivos e instrumentos de proteção eficazes, os autores ficam à mercê de interpretações subjetivas e decisões inconsistentes. Nesse contexto, o emblemático caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent revela, na prática, as fragilidades do sistema jurídico ao lidar com a tênue fronteira entre criação legítima e reprodução indevida. A seguir, será analisado esse caso paradigmático, que ilustra com precisão os desafios enfrentados pelo Fashion Law na aplicação da legislação vigente.

Análise do Caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent

O caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent (YSL) tornou-se um marco jurídico internacional e é amplamente citado nos estudos sobre Fashion Law. Ele revela, de forma concreta, os limites e as dificuldades enfrentadas na proteção da propriedade intelectual na moda, especialmente quando se trata de elementos não convencionais, como a cor de um produto. A disputa teve início em 2011, quando a marca Louboutin processou a YSL por vender modelos de sapatos com a sola vermelha ? característica visual amplamente associada à identidade da Louboutin. O ponto de conflito estava no fato de que a YSL produziu calçados totalmente vermelhos, incluindo o salto, corpo e sola, o que, segundo Louboutin, configurava uma violação à sua marca registrada nos Estados Unidos para a sola vermelha contrastante. Inicialmente, a corte de primeira instância rejeitou o pedido de Louboutin, entendendo que cores, por si só, não são passíveis de proteção como marca. Contudo, essa decisão foi reformada pela Corte de Apelações do Segundo Circuito, que reconheceu a validade da marca apenas nos casos em que a sola vermelha se apresenta em contraste com o restante do calçado. A Corte de Apelações do Segundo Circuito reformou a decisão de primeira instância e reconheceu a

validade da marca Louboutin, desde que aplicada **em contraste com** o restante do calçado. Conforme destacado no parecer judicial:

“Louboutin’s trademark, **consisting of a** red, lacquered outsole on a high fashion woman’s shoe, when limited to uses **in which the** red outsole contrasts with the color of the remainder of the shoe, has acquired “secondary meaning” as a distinctive symbol that identifies the Louboutin brand? (UNITED STATES COURT OF APPEALS, 2013). [3: “A marca registrada da Louboutin, composta por uma sola vermelha envernizada em um sapato feminino de alta-costura, quando limitada a usos **em que a** sola vermelha contrasta com a cor do restante do sapato, adquiriu “significado secundário” como um símbolo distintivo que identifica a marca Louboutin .”]Essa conclusão evidencia

como a proteção da identidade visual na moda esbarra em exigências de distintividade **cada vez mais** rígidas, **fazendo com que o reconhecimento jurídico** dependa de elementos formais, como o contraste da cor, **e não apenas da** originalidade criativa. Assim, mesmo diante **de uma criação** inovadora amplamente reconhecida, como a sola vermelha de Louboutin, **a proteção não é** plena e a linha entre uma inspiração legítima e uma cópia proibida permanece frágil e sujeita à interpretação judicial. Esse caso ilustra de forma exemplar os desafios que a moda enfrenta ao buscar proteção para elementos estéticos e não funcionais **de suas criações**. A controvérsia gira em torno de limites imprecisos entre estética protegível e uso funcional ou genérico, demonstrando como as interpretações jurídicas podem variar **de acordo com o** contexto e o mercado envolvido. **Mais do que** uma mera disputa entre duas marcas de luxo, o caso materializa a dificuldade em separar **o que é** inspiração aceitável **e o que é** apropriação indevida exatamente o ponto nevrálgico do presente trabalho. A decisão judicial, ao restringir **a proteção ao** uso contrastante da sola vermelha, deixou claro que mesmo um símbolo amplamente reconhecido **pode ter sua** exclusividade relativizada se **o uso por** outra marca não **causar confusão ou** se inserir em outro contexto visual. **Dessa forma,** o caso Louboutin x YSL evidencia **que a proteção de** signos visuais na moda exige análise casuística, técnica e cultural, tornando a linha entre inspiração e cópia ainda mais fluida **e, por vezes,** injusta **para o criador** original. Além disso, destaca **como o direito** tradicional, baseado em categorias rígidas de marca, utilidade ou originalidade, **muitas vezes não** acompanha a complexidade **da criação estética** na moda, o que enfraquece **o sistema de proteção autoral no** setor. **Apesar de ter** sido julgado sob a legislação norte-americana, o caso Louboutin x YSL tem valor paradigmático para o debate no Brasil, pois revela a mesma lacuna enfrentada no ordenamento jurídico nacional: **a ausência de** critérios objetivos para definir **até que ponto** uma criação **pode ser protegida** e quando ela **deixa de ser uma** inspiração legítima para se tornar uma cópia passível de repressão jurídica. **No contexto brasileiro,** onde **a Lei no 9.610/98 não** trata de forma específica **as criações de moda,** os desafios são ainda **maiores, e o** precedente estrangeiro serve como alerta para a necessidade urgente de reflexão doutrinária e evolução legislativa no país. No Brasil, onde a legislação **autoral (Lei no 9.610/98)** carece de dispositivos específicos para a moda, a situação **é ainda mais** delicada. O caso internacional serve como referência para compreendermos como

a ausência de critérios objetivos e a dependência da interpretação subjetiva do Judiciário afetam diretamente a segurança jurídica dos estilistas, incentivando o uso estratégico da "inspiração" como escudo para cópias disfarçadas. Portanto, o conflito entre Louboutin e YSL não apenas reforça a relevância da distinção entre inspiração e cópia, como também comprova, na prática, a fragilidade da proteção da propriedade intelectual no campo da moda. Trata-se de um exemplo emblemático que ecoa os mesmos dilemas enfrentados por inúmeros criadores ao redor do mundo, especialmente aqueles que não dispõem da mesma estrutura jurídica ou visibilidade midiática para defender suas obras.

CONCLUSÃO A partir da análise teórica e prática realizada neste trabalho, foi possível compreender que a proteção da propriedade intelectual no segmento da moda ainda enfrenta barreiras significativas no ordenamento jurídico brasileiro. Embora a Lei no 9.610/98 contemple, em tese, obras intelectuais de natureza artística e criativa, sua aplicação à moda esbarra na ausência de parâmetros objetivos para definir o que é originalidade nesse campo, o que é passível de proteção, e como distinguir, de forma clara e segura, a linha tênue entre inspiração e cópia. A indústria da moda, por sua natureza efêmera e cíclica, é um terreno fértil para a apropriação de ideias, estilos, silhuetas e tendências. Isso não significa, no entanto, que a ausência de proteção jurídica deva ser tolerada. Ao contrário, a banalização da cópia pode desestimular a inovação, prejudicar economicamente os verdadeiros criadores e comprometer o desenvolvimento sustentável e ético do setor. A pesquisa demonstrou que os estilistas brasileiros, em especial os independentes ou em início de carreira, são os mais vulneráveis diante da lacuna normativa e da morosidade do sistema judicial. O estudo do Fashion Law revelou-se fundamental para compreender os múltiplos aspectos jurídicos que permeiam a cadeia produtiva da moda, evidenciando que a ausência de uma legislação específica não impede a aplicação integrada de normas já existentes ? como o direito autoral, o direito industrial, o direito contratual e o direito do consumidor ?, mas torna urgente o desenvolvimento de mecanismos mais apropriados à realidade do setor. A jurisprudência brasileira ainda é escassa e, em muitos casos, contraditória, o que reforça a insegurança jurídica vivida por criadores e empreendedores do ramo. A análise do caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent, por sua vez, permitiu ilustrar as dificuldades enfrentadas até mesmo em sistemas jurídicos mais avançados, como o norte-americano. A discussão sobre o uso exclusivo da cor vermelha na sola dos calçados mostrou que nem mesmo símbolos fortemente associados a uma marca estão plenamente protegidos quando confrontados com conceitos como funcionalidade, ausência de confusão e liberdade criativa. Esse caso, paradigmático, oferece aprendizados relevantes para o contexto brasileiro, ao mesmo tempo em que evidencia a fragilidade do sistema de proteção quando os critérios de avaliação permanecem subjetivos. Além disso, é importante destacar que a proteção da propriedade intelectual na moda não beneficia apenas os grandes nomes da indústria, mas tem impacto direto sobre pequenos empreendedores, estilistas independentes e marcas emergentes. Em um cenário de competitividade acentuada e produção em larga escala, garantir segurança jurídica para esses agentes significa fomentar a diversidade criativa, estimular a economia local e promover um mercado mais justo. A ausência de mecanismos eficazes de proteção contribui para a desigualdade de oportunidades e favorece práticas abusivas, como o roubo de

ideias e a apropriação indevida por empresas maiores e mais estruturadas. Diante de todo o exposto, conclui-se que a legislação atual precisa evoluir para acompanhar a complexidade do mercado da moda, que exige celeridade, inovação e segurança jurídica. É fundamental que o ordenamento jurídico brasileiro reconheça a moda como expressão legítima de criação intelectual, passível de tutela eficaz e coerente com os princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana, da valorização do trabalho e da proteção à propriedade intelectual. O avanço do Fashion Law no Brasil depende, portanto, da conjugação entre produção acadêmica qualificada, atuação institucional proativa e modernização legislativa, de modo a assegurar um ambiente mais justo, ético e protetivo para todos os agentes envolvidos na construção desse fenômeno que é, simultaneamente, cultural, estético, social e econômico.

REFERÊNCIAS

BALDINI, Massimo. A invenção da moda: as teorias, os estilistas, a história. Lisboa: Edições 70, 2006.

BARBOSA, Denis Borges. Uma Introdução À Propriedade Intelectual. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003, p. 10. E-book. Disponível em: <<https://www.dbba.com.br/wp content/uploads/>

introducao_pi.pdf>. Acesso em 25.mar.2025

BITTAR, Carlos Alberto. **Direito do Autor**. 7a ed. rev. ampl. atual. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 25.

BRASIL. **Lei no 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 20 fev. 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm>. Acesso em: 15 nov. 2024.

CALANCA, Daniela. História social da moda. São Paulo: Ed. SENAC, 2008.

Cezar, Marina Seibert. Moda e gênero [recurso eletrônico] : corpo político, cultura material e convenções **na construção da** aparência / Marina Seibert Cezar. ? Novo Hamburgo : Feevale, 2019.

DEBOM, Paulo. Moda: nascimento, conceito e história. Veredas da História, [online], v. 11, n. 2, p. 7-25, dez. 2018. ISSN 1982-4238. Disponível em: <inserir link>. Acesso em: 21 abr. 2025.

FASHION NETWORK. Louboutin x YSL: o veredito final. Disponível em: <<https://br.fashionnetwork.com/news/Louboutin-x-ysl-o-veredito-final,194297.html>>. Acesso em: 25 mai. 2025.

KR?MÁROVÁ, Anna. Fashion Law (Direito da Moda). 2017. Tese (Doutorado). Charles University, Praga. Disponível em: <<https://is.cuni.cz/webapps/zzp/download/150038497>>. Acesso em: 15 nov. 2024.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo : Companhia das Letras, 1987.

LOBO, Renato Nogueiro; PIRES, Erika Thalita Navas; MARQUES, Rosiane do Nascimento. História e sociologia da moda: evolução e fenômenos culturais. 1. ed. São Paulo: Érica, 2014.

MAIA, Livia Barboza. **A proteção do Direito da Moda pela Propriedade Intelectual**. Revista da ABPI, n. 141, p. 3-13, Mar./Abr. 2016. Disponível em: <<https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/a907-livia-barboza-maia.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2024.

Menezes. Elisângela Dias. **Curso de Direito Autoral**. Belo Horizonte: Del Rey, 2007. p. 20

NASCIMENTO, Flávia. Fashion Law ? O Direito da Moda. JusBrasil, 2021. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/artigos/fashion-law-o-direito-da-moda/1293042787>>. Acesso em 25 mar.2025.

OLIVEIRA, Tiago de. A Protecção Jurídica Das Criações De Moda. Coimbra, Portugal: Edições Almedina, maio/2019.

PLÁCIDO, Lucila de Castro. Fashion Law: **a relevância jurídica** da moda. In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XVIII, n. 134, mar. 2015. **Disponível em:**

<<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-134/fashion-law-a-relevancia-juridica-da-moda/>>. Acesso em: 25 mar.2025.

PÚBLICO. Na Europa, as solas de Louboutin não deverão ser protegidas. 07 fev. 2018. **Disponível em:**

<<https://www.publico.pt/2018/02/07/culto/noticia/>

na-europa-as-solas-de-louboutin-nao-deverao-ser-protegidas-1802294>. **Acesso em:** 25 mai. 2025.

REUTERS, Carlo Allegri. Na Europa, as famosas solas Louboutin não deverão ser protegidas. 7 fev. 2018. In:

Culto. **Disponível em:** <<https://www.publico.pt/2018/02/07/culto/noticia/>

naeuropa-as-solas-de-louboutin-nao-deverao-ser-protegidas-1802294>. Acesso: 25 mai. 2025.

RODRIGUES, D. L. de O.; GUERRA, Álvaro R. L.; FREITAS, W. R. de; FONSECA, R. M. de A.; LEMOS, M. L.

Fashion Law: Direito da Moda sob a Perspectiva **da Propriedade Intelectual e o Trade Dress**. Revista

Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, v. 10, n. 6, p. 3801?3823, 2024. **Disponível em:**

<<https://doi.org/10.51891/rease.v10i6.13738>>. Acesso em: 15 nov. 2024.

SCAFIDI, Susan. Fiat Fashion Law! The launch of a label **and a new branch of law**. In: SILVANIC, M. (Ed.).

Navigating Fashion Law: leading lawyers on exploring the trends, cases, and strategies of fashion law. Coletânea inside the minds. New York: Aspatore Books, 2012.

UNITED STATES COURT OF APPEALS. Christian Louboutin **S.A. v. Yves Saint Laurent America Holding, Inc.**,

11-3303-cv. Decisão de 8 mar. 2013. **Disponível em:** <<https://law.justia.com/cases/federal>

/appellate-courts/ca2/11-3303/11-3303-2013-03-08.html>. **Acesso em:** 25 mai. 2025.

VIEIRA, Sofia Castelo. **Proteção Jurídica da Moda: Confronto entre Inspiração e Cópia**. 2022. **Disponível em:**

<<http://eventoscopq.mackenzie.br/index.php/jornada/xviii/paper/viewFile/3046/2110>>. **Acesso em:** 15 nov.

2024.

YANG, Gabriella Tavares. Fashion Law: Análise prática **da Proteção Jurídica** referente ao Limite **entre a Criação e**

a Imitação. Revista Âmbito Jurídico. **Disponível em:** <<https://ambitojuridico.com.br/>

fashion-law-analise-pratica-da-protECAo-juridica-referente-ao-limite-entre-a-criacao-e-a-imitacao/>. Acesso em:

15 nov. 2024.

ZORATTO, Mariele; EFING, Antônio Carlos. Das limitações **da relação entre** direito da moda **e direito de**

propriedade intelectual. Civilistica.com. Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, 2021. Disponível em: <<http://civilistica.com/das-limitacoes-da-relacao-entre-direito-da-moda/>>. Acesso em: 14 nov. 2024.

Arquivo 1: [TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO- GABRIELA ASSIZ.docx](#) (6252 termos) **Arquivo 2:** [www.dbba.com.br/wp-content/uploads/introducao_pi.pdf](#) (295423 termos) **Termos comuns:** 821 **Índice de similaridade antigo:** 0,27% **Novo índice de similaridade:** 13,13% **Índice de agrupamento:** Alto O texto abaixo é o conteúdo do documento **Arquivo 1**. Os termos em vermelho foram encontrados no documento **Arquivo 2**. Id da comparação: b0f1aba7f238a69x117

FASHION LAW: **A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NO SEGMENTO DA MODA À LUZ DA LEI** No 9.610/98

Gabriela Assiz Rola de Aquino Oliveira [1: Graduanda em Direito na Universidade Católica do Salvador (UCSal). E-mail: gabrielaassiz.oliveira@ucsal.edu.br] Alexandre Barreiros de Carvalho Fonseca [2: Doutorando em Políticas Sociais e Cidadania na UCSal. Mestre em Filosofia pela **Universidade Federal da Bahia** (UFBA). Pós-Graduado em Direito do Estado pela Faculdade Baiana de Direito (FBD). Graduado em Filosofia pela UFBA. Graduado **em Direito pela UCSal**. Analista Judiciário **do Tribunal de Justiça da Bahia** (TJBA).]

RESUMO: Este trabalho pretende analisar **a proteção da propriedade intelectual no setor da moda à luz da Lei no 9.610/98**, com foco nos desafios jurídicos entre inspiração e cópia. A moda, enquanto expressão criativa e cultural, encontra dificuldades na delimitação do que constitui plágio ou apenas influência legítima, gerando incertezas jurídicas para designers e empresas. Por este motivo, a pesquisa investiga **os limites da legislação brasileira sobre direitos autorais** aplicados **às criações de moda**, considerando a originalidade como requisito essencial para **proteção legal**. A metodologia adotada será a bibliográfica, com abordagem hipotético-dedutiva, permitindo uma análise crítica das lacunas normativas existentes. O estudo busca compreender até que ponto a legislação vigente atende **às necessidades do setor** e se **há necessidade de** ajustes para garantir maior segurança jurídica. Conclui-se que a indefinição entre inspiração e cópia fragiliza **a proteção das criações de moda**, exigindo uma abordagem equilibrada que preserve a criatividade sem comprometer **os direitos autorais**.

PALAVRAS-CHAVE: FASHION LAW. INSPIRAÇÃO. CÓPIA. PROPRIEDADE INTELECTUAL. DIREITO AUTORAL. MODA

SUMÁRIO: 1. Introdução. 2. A Moda e sua Indústria. 2.1 Evolução Histórica **da Indústria da Moda**. 2.2 A Moda como Fenômeno Social e os Desafios Jurídicos do Fashion Law. 3. Aplicabilidade **da Lei de Direito Autoral**. 3.1. Requisitos de Atribuição de Autoria. 3.2. **Direito Moral e Direito Patrimonial do Autor**. 4.

Inspiração e Cópia no Direito da Moda: Limites e Implicações Jurídicas. 4.1. Os Limites entre Inspiração e Cópia: Fragilidade e Riscos à Proteção Autoral na Moda. 4.2. Análise do Caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent. 5. Conclusão. 6. Referências INTRODUÇÃO: A moda, para além de uma expressão estética ou fenômeno passageiro, constitui um reflexo complexo das transformações culturais, sociais, econômicas e comportamentais de uma sociedade. Ao longo da história, ela se consolidou como um instrumento de comunicação visual e simbólica, por meio do qual indivíduos e grupos expressam identidade, pertencimento, rebeldia e até poder. No contexto contemporâneo, essa manifestação se tornou também um setor produtivo de significativa relevância econômica, responsável por movimentar bilhões na economia global, empregando milhões de pessoas e influenciando diretamente outras indústrias, como publicidade, entretenimento e tecnologia. Entretanto, apesar de sua relevância cultural e econômica, a moda ainda se encontra à margem da efetiva proteção jurídica, especialmente no que diz respeito aos direitos autorais e à propriedade intelectual. A fluidez entre os conceitos de inspiração e cópia, característica intrínseca ao processo criativo da moda, desafia os limites da legislação vigente, principalmente no Brasil, onde a Lei no 9.610/98 não contempla, de forma clara e específica, os produtos e processos próprios desse segmento. Assim, ainda que a criação de um estilista seja fruto de esforço intelectual, com elementos artísticos, inovadores e criativos, nem sempre ela é reconhecida como obra protegida pelo direito autoral. É nesse ponto que se insere o Fashion Law, ou Direito da Moda, uma área emergente e interdisciplinar que busca estudar e regulamentar juridicamente as particularidades desse setor. Embora ainda não consolidado como ramo autônomo no ordenamento jurídico brasileiro, o Fashion Law vem ganhando espaço acadêmico e institucional, com o surgimento de comissões temáticas na OAB, eventos especializados e publicações científicas voltadas à análise de temas como plágio, concorrência desleal, direitos de imagem, contratos de licenciamento, sustentabilidade e proteção da propriedade intelectual. O presente trabalho tem como objetivo analisar a proteção da propriedade intelectual no segmento da moda à luz da Lei no 9.610/98, investigando os limites entre inspiração legítima e cópia indevida, além das dificuldades enfrentadas pelos designers e marcas na defesa de suas criações. A metodologia adotada é a bibliográfica, com abordagem hipotético-dedutiva, permitindo uma análise crítica da legislação vigente e de sua aplicabilidade no setor.

Parte-se da hipótese de que a legislação autoral brasileira, por não contemplar de forma clara as especificidades do universo da moda, é insuficiente para garantir a proteção eficaz das criações desse setor, favorecendo a banalização da cópia e comprometendo a segurança jurídica de estilistas e empresas. Para testar essa hipótese, a pesquisa percorre o desenvolvimento histórico e sociocultural da moda, os fundamentos jurídicos da proteção autoral, os conceitos de autoria, originalidade, direitos morais e patrimoniais, e, por fim, analisa o emblemático caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent como exemplo prático das limitações do sistema atual. A relevância do tema se justifica pela crescente valorização da moda como manifestação artística e produto intelectual, o que exige do Direito uma resposta mais efetiva diante das novas demandas sociais e econômicas. A análise aqui proposta pretende contribuir para o amadurecimento do debate sobre a proteção jurídica das criações de moda e para o fortalecimento de uma cultura jurídica mais sensível às

particularidades da criatividade contemporânea.

A MODA E SUA INDÚSTRIA

Evolução Histórica da Indústria da Moda

A moda teve seu surgimento identificado em um momento específico, desmistificando a ideia de que sempre existiu de maneira trans-histórica (Lipovetsky, 1987, p. 24). O conceito de moda, tal como se compreende hoje, começou a se delinear no Renascimento europeu, no século XV, quando o vestuário passou a assumir um papel social mais definido. Na corte de Borgonha, por exemplo, as roupas deixaram de ser apenas itens funcionais e passaram a representar status social, com determinadas cores sendo exclusivas para a nobreza. Esse sistema hierárquico do vestuário levou a um fenômeno recorrente na indústria da moda: a prática dos burgueses de imitar as vestimentas da nobreza, ao passo que os nobres, em resposta, buscavam constantemente inovar para manter a distinção. Posteriormente, esse movimento de imitação e inovação constante seria compreendido como tendência, um dos pilares fundamentais da moda, caracterizado pela efemeridade e pela renovação contínua dos estilos para diferenciar grupos sociais e estimular o consumo (Lobo, Pires & Marques, 2014, p. 16). Além dessa transformação social, o próprio termo "moda" tem uma evolução linguística significativa. O vocábulo moda deriva do latim modus, que significa "modo" ou "maneira". No século XV e início do XVI, a palavra mode surge na França, associada não apenas à forma de se vestir, mas também ao comportamento e ao estilo de vida. Já nas cidades italianas, no século XVII, surge a variação modanti, usada para descrever aqueles que seguiam as tendências da época, especialmente inspiradas pela elegância francesa. Inicialmente, o termo estava restrito às mudanças rápidas no vestuário da aristocracia, mas com o tempo passou a abranger também convenções sociais, decoração, pensamento, escrita e postura. (Debom, 2018, p. 8). Ademais, a moda, com o passar dos séculos, passa a ser impulsionada também pela busca incessante pelo novo, onde a mudança se torna um objetivo em si mesma. Nesse contexto, há uma ruptura com a imitação dos ancestrais e das tradições religiosas, abrindo espaço não apenas para as transformações sociais, mas também para uma renovação contínua, motivada pelo desejo de distinção e pela satisfação em se reinventar constantemente. (Debom, 2018, p. 10). A moda não é apenas um fenômeno estético passageiro, também se estabelece como um sistema que traduz o entendimento da sociedade sobre si mesma ou sobre a sua cultura. Ela não se limita ao vestuário, mas permeia diferentes áreas, como o consumo, a arte e até mesmo a política. Dessa forma, a moda testemunha a passagem do tempo, expressando comportamentos e transformações culturais ao longo da história, condensando sensibilidades de diferentes épocas (Cezar, 2019, p. 14). Dessa forma, a moda não se limita a uma manifestação efêmera do vestuário, mas se configura como um fenômeno dinâmico que acompanha e influencia as transformações sociais ao longo dos séculos. Seu desenvolvimento histórico demonstra que, além de refletir valores culturais e hierárquicos de cada época, a moda também atua como um meio de expressão individual e coletiva. Com o avanço das sociedades e das tecnologias, a indústria da moda se consolidou como um setor de grande relevância econômica e cultural, moldando comportamentos e identidades. Assim, compreender a evolução da moda não apenas resgata sua trajetória histórica, mas também permite uma análise mais ampla sobre

seu papel como agente de mudança e inovação na sociedade contemporânea. Dada a complexidade do fenômeno, este trabalho adota a vertente sociocultural e jurídica da moda, com ênfase nas implicações legais da criação no setor, **especialmente no que tange à propriedade intelectual.**

A Moda Como Fenômeno Social e os Desafios Jurídicos do Fashion Law

No contexto atual, a moda é vista **como um fenômeno** social difícil de definir devido à sua amplitude e à variedade de opiniões que suscita. Para alguns, **é apenas um** capricho, enquanto para outros, **uma forma de** tirania social. Há ainda quem a considere uma mudança gratuita, movida pelo amor à mudança, ou um fenômeno irracional e moralmente condenável. **De acordo com** Barber e Lobel, a moda possui muitos referentes abrangendo **diferentes tipos de** comportamentos sociais. Por isso, ao falar sobre moda, é importante delimitar suas coordenadas espaço-temporais para evitar generalizações imprecisas, conforme preconizado pelos lógicos medievais (Baldini, 2006, p. 10). Ademais, a moda, desde seu surgimento, se consolidou como **um sistema que** abrange constantes mudanças e influências em diversas áreas da vida social, como comportamentos, gostos, artes e linguagem. Esse fenômeno, caracterizado pela efemeridade e transformações rápidas, reflete um dispositivo social **que transcende o** vestuário e impacta múltiplos setores da coletividade (Calanca, 2008, p.13). Embora a moda influencie diversas áreas da vida social, ela se manifesta **de forma mais** evidente através das roupas e do modo de vestir. Esses setores se destacam como os principais espaços onde as novidades da moda são apresentadas de maneira mais impressionante. **Na maioria dos** estudos sobre moda e comportamento, o vestuário é visto como **o ponto de** partida e o foco principal da análise, pois é nesse campo **que se tornam** visíveis **os aspectos mais** significativos do tema. Assim, **o modo de** vestir desempenha um papel crucial na compreensão da moda e sua história. (Calanca, 2008, p.16). Por isso, diante da crescente influência da moda **e de sua** complexidade enquanto fenômeno **social e econômico**, surgem desafios jurídicos que acompanham sua evolução. Questões como proteção de criações, regulamentação da cadeia produtiva e combate **à concorrência desleal** tornaram-se **cada vez mais** relevantes. Nesse contexto, **o Direito da** Moda emerge como um campo especializado **do direito que busca atender** às demandas jurídicas do setor, lidando com suas particularidades e desafios (Efing e Zoratto, 2021, p. 3). O Fashion Law surgiu para suprir **a ausência de proteção às** **criações da indústria da** moda. **Com o tempo**, essa **área do direito se** expandiu e, atualmente, abrange **todas as** **questões** jurídicas relacionadas ao setor, considerando suas particularidades. (Nascimento, 2021). **Assim, o Direito da** Moda se consolida como um campo voltado a lidar com questões jurídicas que permeiam toda a cadeia produtiva da moda, abrangendo desde **a proteção de criações e** marcas até aspectos relacionados à sustentabilidade e à ética no setor, refletindo a complexidade **social e econômica que** a moda passou a representar na contemporaneidade (Efing e Zoratto, 2021, p. 3). Delineado o conceito e a relevância **do Direito da** Moda, é fundamental aprofundar a análise sobre sua origem e os momentos determinantes para sua consolidação como uma área jurídica específica. Embora o Fashion Law, conhecido **como Direito da** Moda, esteja ganhando notoriedade global

atualmente, seu desenvolvimento formal teve início **nos Estados Unidos em 2006**, na Fordham University, em Nova York, sob a liderança da advogada Susan Scafidi, fundadora do "The Fashion Law Institute". Este instituto tornou-se uma referência na aplicação eficaz **de leis que protegem marcas, com o objetivo de garantir a** execução adequada e enfrentar **atos de concorrência desleal**. No entanto, apesar de sua relevância, o Fashion Law ainda não constitui um ramo autônomo **do Direito, uma vez que não há uma** legislação específica que aborde os conflitos **da indústria da** moda. Assim, sua prática envolve **a aplicação de** conceitos de diferentes áreas **do direito, como o direito** tributário e **de propriedade intelectual**, aplicados de forma direcionada **às necessidades do** setor (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 2). Para Susan Scafidi, o Fashion Law abrange toda a trajetória de um item de vestuário, desde sua concepção pelo designer até sua chegada ao consumidor. Esse campo envolve diversas questões jurídicas, sendo especialmente relacionado **à propriedade intelectual**, negócios e finanças, comércio internacional, regulamentação governamental, segurança, sustentabilidade, cultura do consumo e direitos civis. (Scafidi, 2012, p.11) **No que se refere ao Brasil, a necessidade de proteção jurídica no setor da** moda tem sido reconhecida, e algumas seções da **Ordem dos Advogados do Brasil (OAB)** já possuem comissões especializadas **no Direito da** Moda, como ocorre nos estados **de São Paulo, Rio de Janeiro**, Pernambuco, Paraíba e no Distrito Federal. Essas iniciativas demonstram a importância crescente desse campo no cenário jurídico nacional (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 2-3). Dessa forma, torna-se evidente **a necessidade de um estudo** mais detalhado **sobre o Direito da** Moda, pois ele transcende **a simples análise de** tendências e vestuário, envolvendo aspectos jurídicos mais complexos que ainda carecem de uma compreensão aprofundada. Embora seja um tema menos explorado no Brasil, sua relevância é significativa **para a resolução de litígios e a proteção de** criações (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 3). Dentre os diversos desafios enfrentados pelo setor, **a proteção da** **propriedade intelectual se** destaca **como um dos principais** pilares do Fashion Law. A moda, **por sua própria** natureza, é baseada na criação e na inovação, o que torna essencial **a existência de** mecanismos jurídicos que garantam **a exclusividade de** determinadas criações e impeçam sua **reprodução não autorizada**. **A ausência de** proteção legal adequada pode prejudicar designers e empresas, incentivando cópias indiscriminadas e desvalorizando o mercado criativo (Plácido, 2015). **De acordo com Denis Borges Barbosa, a propriedade intelectual é** conceituada **da seguinte forma: A Convenção da OMPI define como Propriedade intelectual, a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico** (Barbosa, 2003, p-10).

Dito isso, **a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI)** estabeleceu uma distinção **dentro do campo da** **propriedade intelectual**, separando-a **em propriedade industrial e direito autoral**. Essa

categorização permite **que a legislação brasileira trate o direito da moda de maneira mais específica para cada situação**. (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 9). Compreender o Fashion Law e suas particularidades permite enxergar **a necessidade de regulamentações mais robustas, especialmente no que tange à proteção da propriedade intelectual**. Nesse sentido, **a Lei de Direito Autoral surge como um dos principais instrumentos para garantir a exclusividade das criações no setor da moda**. A seguir, será analisada sua aplicabilidade e eficácia diante dos desafios desse mercado.

APLICABILIDADE DA LEI DE DIREITO AUTORAL

Requisitos de Atribuição de Autoria

De acordo com a jornalista e advogada Elisângela Dias Menezes, "trata-se, pois, **o Direito Autoral, de um conjunto de privilégios de natureza ao mesmo tempo pessoal e patrimonial, cuja aquisição originária está vinculada diretamente ao exercício da criatividade artística, científica ou literária**. Em resumo, **é o conjunto de direitos resultantes das concepções da inteligência materializadas sob a forma de arte ou cultura**" (Menezes, 2007, p. 20). Essa definição evidencia **que o direito autoral nasce a partir da criação intelectual, o que fundamenta a análise dos requisitos legais para a atribuição de autoria**. Nesse mesmo sentido, Bittar (2019) reforça **que o Direito Autoral é um ramo do Direito Privado destinado a regulamentar as relações jurídicas que envolvem a criação e a exploração econômica de obras intelectuais estéticas, abarcando os campos da literatura, das artes e das ciências**. Embora pertença majoritariamente à esfera privada, **trata-se de um direito que também possui normas de ordem pública, com o objetivo de assegurar sua efetividade**. Historicamente, sua evolução está fortemente ligada à valorização **do criador e à proteção dos vínculos entre este e os frutos de seu intelecto**. **No ordenamento jurídico brasileiro, os principais requisitos de atribuição de autoria, encontram-se respaldado pela Constituição Federal de 1988, em seu artigo 5o, incisos XXVII, XXVIII e XXIX, e pela Lei no 9.610/98. A Constituição assegura a proteção das criações intelectuais, prevendo o direito exclusivo de utilização, publicação e reprodução de obras (art. 5o, XXVII), a proteção às participações em obras coletivas e aos direitos conexos (art. 5o, XXVIII), e o estímulo à inovação tecnológica com a proteção da propriedade intelectual (art. 5o, XXIX)**. De maneira complementar, **a Lei no 9.610/98 estabelece a proteção às obras intelectuais, abrangendo criações do domínio artístico, literário ou científico, desde que apresentem originalidade**. O artigo 7o especifica que são consideradas **obras intelectuais protegidas** aquelas "expressas **por qualquer meio** ou fixadas em qualquer suporte". O artigo 11 define **que "autor é a pessoa física criadora da obra"**, enquanto **o artigo 13 dispõe que, na ausência de prova em contrário, presume-se autor aquele que tiver seu nome indicado ou anunciado como tal na utilização da obra, por meio das formas de identificação previstas no artigo anterior**, conforme o costume. Essa legislação busca resguardar três principais interesses: o do criador, o da **sociedade e o dos investidores intermediários**. O criador é protegido tanto **em relação aos direitos patrimoniais quanto aos direitos morais** sobre sua obra. A sociedade, **por sua vez**, tem garantias que envolvem educação, pesquisa, comunicação, cultura, entre outros aspectos. Já os intermediários desempenham o papel de

conectar e harmonizar esses interesses (Maia, 2016, p. 8). Dentro desse cenário, destaca-se como **o primeiro requisito essencial de** atribuição de autoria, portanto, **a originalidade**. A obra deve apresentar um grau mínimo **de criatividade que** a distinga **de outras criações** já existentes. **No setor da** moda, **isso significa que a** peça desenvolvida deve conter elementos inovadores, resultantes de escolhas criativas do designer, como o corte, **a combinação de** materiais, cores, estampas, formas **ou até mesmo o** conceito artístico embutido na coleção. **O simples fato de uma peça** ser funcional ou utilitária não basta; ela precisa incorporar valor estético singular e expressão pessoal do criador. Contudo, na indústria da moda, essa originalidade é particularmente desafiadora. Muitas peças são inspiradas em estilos anteriores ou em tendências culturais e artísticas. Isso torna difícil traçar o limite entre a inspiração legítima, **que é natural** no processo criativo, e a cópia, que pode configurar plágio e ensejar a responsabilização civil. **Por isso, é** necessário observar **se a nova** criação apresenta elementos visuais, estruturais ou conceituais que a distingam de outras obras já conhecidas, sob risco de violar **os direitos autorais de terceiros**. **O segundo requisito importante é a individualidade da obra**, ou seja, ela deve ser **resultado de um** esforço intelectual pessoal, **e não uma** reprodução mecânica de modelos preexistentes. No universo da moda, onde as tendências se renovam constantemente e a linha entre inspiração legítima e cópia é tênue, essa exigência se torna especialmente complexa de ser aplicada. **A proteção autoral**, nesse sentido, **não se aplica a** ideias genéricas, estilos ou **conceitos abstratos**, **mas** sim à forma concreta como esses elementos são organizados e expressos. Com isso, a doutrina apresenta sete **requisitos para a proteção autoral**, que ajudam a delimitar **a titularidade da** obra: i) o autor deve ser **uma pessoa física**; ii) a criação deve ser atribuível ao **autor**; iii) **o objeto protegido** precisa ser uma produção intelectual; iv) a criação deve estar materializada, configurando **um meio de comunicação** (fixação); v) **não pode haver** qualquer proibição legal **sobre a proteção**; vi) a obra deve ser inédita, **ou seja, não** constituir cópia de outra já existente; e vii) deve apresentar um contributo mínimo em sua concepção (LIMA, 2021, p. 49). Em suma, **a atribuição de** autoria, **no contexto da Lei no 9.610/98**, envolve **uma série de** requisitos que visam **garantir a proteção das obras intelectuais**, respeitando **os direitos do criador e estimulando a produção intelectual**, sendo **a distinção entre** inspiração e cópia, portanto, um dos pontos centrais na análise da autoria **no contexto da** moda. A inspiração é legítima quando promove a transformação criativa, gerando uma nova expressão estética, já a cópia se configura quando há reprodução substancial da obra original, com alterações meramente superficiais. Assim, **no campo do** Fashion Law, é essencial estabelecer esse limite entre inspiração e cópia na prática **para assegurar que** seja feita da maneira devida a atribuição autoral, atingindo, assim, o principal objetivo **do Direito Autoral**: proteger a originalidade **e a propriedade intelectual sem** engessar o processo criativo.

Direito Moral e Direito Patrimonial do Autor

A Lei no 9.610/98, **que** regulamenta **os direitos autorais no** Brasil, distingue dois conjuntos fundamentais de prerrogativas conferidas ao criador de uma obra intelectual: **os direitos morais e os direitos**

patrimoniais, **previstos no artigo 22 da lei**. Ambos possuem funções distintas, mas são igualmente **essenciais para a proteção** plena da criação autoral, inclusive no segmento da moda. **Os direitos morais** estão previstos entre **os artigos 22 e 27** da referida legislação e referem-se à ligação pessoal e permanente **entre o autor e** sua obra. Tais direitos garantem, **por exemplo, a possibilidade de o** criador reivindicar a autoria **a qualquer tempo**, exigir que seu nome seja indicado **sempre que a obra** for utilizada, bem como assegurar a integridade da criação, opondo-se a alterações que possam comprometer sua reputação (art. 24, **I, II e IV**). **Além disso, a** norma concede ao autor **o direito de** conservar sua obra inédita, modificá-la, **ou até mesmo** retirá-la de circulação, sempre que sua exposição causar prejuízo à sua imagem (art. 24, **III, V e VI**). Vale destacar que, **mesmo após o** falecimento do criador, certos direitos morais são transmitidos aos seus sucessores, garantindo a perpetuidade **da proteção à** identidade autoral (art. 24, §1o). Outro ponto **relevante é a previsão de que esses direitos** são inalienáveis e irrenunciáveis, conforme expressamente estabelece **o artigo 27 da Lei, o que reforça** o caráter personalíssimo dessa esfera **de proteção**. **Por sua vez, os direitos patrimoniais**, disciplinados **a partir do artigo 28 da mesma lei, dizem respeito à exploração econômica da obra**. Nessa perspectiva, cabe exclusivamente ao autor decidir sobre **a utilização de sua criação por** terceiros, mediante autorização prévia e, em regra, mediante remuneração. Assim, ele pode permitir **ou não a reprodução**, distribuição, edição, exibição, adaptação e quaisquer **outras formas de** aproveitamento econômico da obra. **No campo da** moda, tais previsões são **de extrema relevância**, especialmente diante da dificuldade de comprovação **da originalidade e** da autoria em um setor altamente influenciado por tendências e referências comuns. Justamente **por isso, é** fundamental estabelecer critérios jurídicos que auxiliem na distinção entre obras autorais genuínas e cópias derivadas de criações anteriores. Essa distinção impacta diretamente **o exercício dos direitos patrimoniais**: enquanto a inspiração pode resultar em uma nova obra protegida e economicamente explorável por seu criador, a cópia pode configurar **violação de direitos autorais**. Quando uma criação é considerada cópia, **os direitos morais e** patrimoniais do autor são diretamente afetados. O autor pode buscar a reparação por violação moral. **como o uso não autorizado de seu nome ou a modificação de** sua obra, e também por violação patrimonial, exigindo a reparação financeira **pelo uso indevido de sua criação**. Essas medidas podem incluir **a retirada de** circulação das peças copiadas, **a indenização pelo** lucro cessante e, **em alguns casos, a imposição de** medidas inibitórias para evitar novas violações. Assim, compreender **e aplicar os direitos morais e** patrimoniais é fundamental para proteger os designers **contra o uso indevido de** suas criações e garantir-lhes reconhecimento e remuneração justa. Embora distintos, **os direitos morais e** patrimoniais são complementares e interdependentes. Enquanto os primeiros garantem ao autor a preservação de sua identidade intelectual e reputação, os segundos viabilizam **a exploração econômica da obra**. Dessa **forma, a proteção conferida pela legislação não se limita ao** aspecto financeiro, mas abrange também **a dignidade do** criador como **sujeito de direitos**, sendo indispensável **para a análise das** consequências jurídicas decorrentes de criações inspiradas em tendências ou indevidamente copiadas de terceiros. **Além disso, a** doutrina reforça a ideia **de que os direitos autorais** possuem uma estrutura dual (combinando dimensões morais e patrimoniais) que são complementares e indissociáveis **no contexto da**

proteção à criação intelectual. Como explica Bittar (2019, p. 25), "os direitos autorais gozam de estruturação em que se inserem caracteres reais, exatamente em sua face patrimonial?, o que justifica sua proteção jurídica robusta quanto à exploração econômica da obra. Ainda segundo o autor, os direitos autorais se diferenciam de outros ramos da propriedade intelectual por não exigirem registro como condição de proteção, sendo suficiente a originalidade da forma para sua validação legal. Isso reforça o entendimento de que a proteção da obra se inicia com sua criação e não com sua formalização em cadastros oficiais, elemento essencial em um setor criativo como o da moda, em que a inovação e a autoria nem sempre estão acompanhadas de registros formais.

INSPIRAÇÃO E CÓPIA NO DIREITO DA MODA: LIMITES E IMPLICAÇÕES JURÍDICAS

Os Limites entre Inspiração e Cópia: Fragilidade e Riscos à Proteção Autoral na Moda À luz das considerações anteriormente delineadas, restou evidente que a compreensão dos limites entre inspiração e cópia é essencial para a proteção das criações no setor da moda. Etimologicamente, o termo "inspirar" deriva do latim *inspirare*, que significa "soprar para dentro". Essa origem sugere a ideia de infundir algo novo, uma centelha criativa que dá origem a uma obra original. Por outro lado, "copiar" provém do latim *copiare*, que remete à ação de transcrever ou reproduzir algo já existente. Enquanto a inspiração implica transformação e originalidade, a cópia envolve reprodução fiel e, muitas vezes, não autorizada. Essa diferenciação, ainda que clara em sua origem linguística, mostra-se bastante difusa no campo jurídico e criativo da moda, como será aprofundado a seguir. Diante dessa imprecisão conceitual, o ordenamento jurídico busca estabelecer parâmetros que ajudem a identificar quando há uma simples influência criativa e quando ocorre uma reprodução que fere a originalidade da obra. Dito isso, no âmbito jurídico, a inspiração é considerada legítima e aceita pelas leis, enquanto a reprodução integral ou imitação deve ser reprimida conforme as normas que regem a propriedade intelectual, abrangendo o direito autorial. Entretanto, a distinção entre inspiração e cópia é bastante subjetiva, tornando desafiadora a delimitação clara entre esses dois conceitos (Vieira, 2022, p. 13). Nesse sentido, o fenômeno de copiar para Oliveira (2019, p. 32): Trata-se de uma captura mimetica dos elementos do design original, como o espírito, a elegância, a forma, os materiais, o padrão, sem a aposição do logotipo ou da marca nos produtos. Essa prática, segundo o autor, está profundamente enraizada na lógica da indústria da moda, marcada pela tensão constante entre originalidade e imitação. A juíza Renata Mota Maciel, no processo no 1066278-93.2019.8.26.0100, observou que "a atividade criativa neste ramo envolve o conceito amplo de 'inspiração', tornando, muitas vezes, bastante desafiadora a distinção entre cópia ou imitação e inspiração a partir de coleções previamente desenvolvidas por outros estilistas". Além disso, as tendências de moda refletem determinados estilos, peças de roupas, acessórios, calçados, bem como cores, formatos e materiais que atendem ao gosto de um público específico em um período ou estação. É comum que os designers procurem inspirações em fontes semelhantes, o que pode resultar em criações convergentes durante a mesma temporada. Contudo, a influência das tendências não deve anular o processo criativo individual dos estilistas no desenvolvimento de suas coleções (VIEIRA, 2022, p. 13).

Desse modo, observa-se a dificuldade em definir **com precisão o limite entre o que se caracteriza como** inspiração ou cópia, **uma vez que a distinção entre os dois conceitos** é sutil e indefinida. Portanto, **a partir das** análises bibliográficas **sobre o tema**, percebe-se que a principal dificuldade enfrentada pela indústria **da moda em relação à proteção da propriedade intelectual** reside na delimitação entre inspiração legítima e cópia. Dessa forma uma análise criteriosa dos limites entre inspiração e cópia, fundamentada na legislação atual e em critérios específicos **deve ser feita** em prol de **um equilíbrio entre a liberdade** criativa e **a proteção dos direitos autorais**, contribuindo **para o desenvolvimento de um ambiente** mais justo, sustentável e seguro **no setor da** moda. A dificuldade legal enfrentada pela indústria da moda é a delimitação clara entre inspiração excessiva e cópia, amplificada pela subjetividade das interpretações jurídicas e pelas lacunas **da Lei No 9.610/1998**. Essa indefinição gera insegurança jurídica para designers e empresas, dificultando **a proteção de** criações. Uma abordagem criteriosa, que aplique parâmetros objetivos e adequados **à legislação vigente**, **é essencial para** equilibrar a liberdade criativa e **a proteção de direitos autorais**, fortalecendo a segurança jurídica no setor, pois devido **a ausência de** materialização e por conseguinte, regularização, **a maioria dos casos de** Fashion Law esbarram nesse problema. Portanto, compreender os limites entre inspiração e cópia **não é apenas um** exercício conceitual, mas uma exigência prática diante dos inúmeros conflitos que surgem **no setor da** moda. O estudo das implicações jurídicas desses conceitos demonstra que, sem critérios objetivos e instrumentos de proteção eficazes, os autores ficam à mercê de interpretações subjetivas e decisões inconsistentes. Nesse contexto, o emblemático caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent revela, na prática, as fragilidades **do sistema jurídico** ao lidar com a tênue fronteira entre criação legítima e reprodução indevida. A seguir, será analisado esse caso paradigmático, que ilustra com precisão os desafios enfrentados pelo Fashion Law **na aplicação da** legislação vigente.

Análise do Caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent

O caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent (YSL) tornou-se um marco jurídico internacional e é amplamente citado nos estudos sobre Fashion Law. Ele revela, de forma concreta, **os limites e** as dificuldades enfrentadas **na proteção da propriedade intelectual na** moda, especialmente **quando se trata de** elementos não convencionais, como a cor **de um produto**. A disputa teve início em 2011, **quando a marca** Louboutin processou a YSL por vender modelos de sapatos com a sola vermelha ? característica visual amplamente associada **à identidade da** Louboutin. **O ponto de conflito** estava **no fato de que a** YSL produziu calçados totalmente vermelhos, incluindo o salto, corpo e sola, o que, segundo Louboutin, configurava uma violação à sua marca registrada **nos Estados Unidos** para a sola vermelha contrastante. Inicialmente, **a corte de primeira instância** rejeitou **o pedido de** Louboutin, entendendo que cores, **por si só, não são passíveis de proteção como marca**. Contudo, essa decisão foi reformada **pela Corte de** Apelações do Segundo Circuito, **que reconheceu a validade da** marca apenas **nos casos em que a** sola vermelha se apresenta em contraste com o restante do calçado. **A Corte de** Apelações do Segundo Circuito reformou **a decisão de primeira instância** e reconheceu **a validade da** marca Louboutin, desde que aplicada em contraste com o restante do calçado. Conforme destacado no parecer judicial:

?Louboutin?s trademark, consisting of a red, lacquered outsole on a high fashion woman?s shoe, when limited to uses **in which the** red outsole contrasts with the color of the remainder of the shoe, has acquired ?secondary meaning? as a distinctive symbol that identifies the Louboutin brand? (UNITED STATES COURT OF APPEALS, 2013). [3: ?**A marca registrada** da Louboutin, composta por uma sola vermelha envernizada em um sapato feminino de alta-costura, quando limitada a usos **em que a** sola vermelha contrasta com a cor **do restante do** sapato, adquiriu "significado secundário" como um símbolo distintivo que identifica a marca Louboutin .?]

Essa conclusão evidencia **como a proteção da** identidade visual na moda esbarra em exigências de distintividade **cada vez mais** rígidas, **fazendo com que o** reconhecimento jurídico dependa de elementos formais, como o contraste da cor, **e não apenas** da originalidade criativa. Assim, mesmo **diante de uma criação** inovadora amplamente reconhecida, como a sola vermelha de Louboutin, **a proteção não é** plena e a linha entre uma inspiração legítima e uma cópia proibida permanece frágil e sujeita à interpretação judicial. Esse caso ilustra de forma exemplar os desafios que a moda enfrenta ao buscar proteção para elementos estéticos e não funcionais de suas criações. A controvérsia **gira em torno de** limites imprecisos entre estética protegível e uso funcional ou genérico, demonstrando como as interpretações jurídicas podem variar **de acordo com o contexto e o mercado** envolvido. **Mais do que uma mera** disputa entre duas marcas de luxo, o caso materializa a dificuldade em separar **o que é** inspiração aceitável **e o que é** apropriação indevida ? exatamente o ponto nevrálgico do presente trabalho. **A decisão judicial**, ao restringir **a proteção ao** uso contrastante da sola vermelha, deixou claro que mesmo um símbolo amplamente reconhecido pode ter sua exclusividade relativizada **se o uso por** outra marca não **causar confusão ou** se inserir em outro contexto visual. Dessa forma, o caso Louboutin x YSL evidencia **que a proteção de** signos visuais na moda exige análise casuística, técnica e cultural, tornando a linha entre inspiração e cópia ainda mais fluida **e, por vezes**, injusta para o criador original. Além disso, destaca **como o direito** tradicional, baseado em categorias rígidas de marca, utilidade ou originalidade, muitas vezes não acompanha **a complexidade da criação estética** na moda, o que enfraquece **o sistema de proteção autoral** no setor. **Apesar de ter** sido julgado **sob a legislação** norte-americana, o caso Louboutin x YSL tem valor paradigmático para o debate no Brasil, pois revela a mesma lacuna enfrentada **no ordenamento jurídico nacional: a ausência de** critérios objetivos para definir até que ponto uma criação pode ser protegida e quando ela **deixa de ser uma** inspiração legítima para se tornar uma cópia passível de repressão jurídica. No contexto brasileiro, **onde a Lei no 9.610/98 não** trata de forma específica as criações de moda, os desafios são ainda maiores, e o precedente estrangeiro serve como alerta para a necessidade urgente de reflexão doutrinária e evolução legislativa **no país. No Brasil, onde** a legislação autoral (Lei no 9.610/98) carece de dispositivos específicos para a moda, **a situação é ainda mais** delicada. O caso internacional serve como referência para compreendermos como **a ausência de** critérios objetivos e a dependência da interpretação subjetiva do Judiciário afetam diretamente a segurança jurídica dos estilistas, incentivando o uso estratégico da "inspiração" como

escudo para cópias disfarçadas. Portanto, o conflito entre Louboutin e YSL não apenas reforça a relevância da distinção entre inspiração e cópia, como também comprova, na prática, a fragilidade da proteção da propriedade intelectual no campo da moda. Trata-se de um exemplo emblemático que ecoa os mesmos dilemas enfrentados por inúmeros criadores ao redor do mundo, especialmente aqueles que não dispõem da mesma estrutura jurídica ou visibilidade midiática para defender suas obras.

CONCLUSÃO A partir da análise teórica e prática realizada neste trabalho, foi possível compreender que a proteção da propriedade intelectual no segmento da moda ainda enfrenta barreiras significativas no ordenamento jurídico brasileiro. Embora a Lei no 9.610/98 contemple, em tese, obras intelectuais de natureza artística e criativa, sua aplicação à moda esbarra na ausência de parâmetros objetivos para definir o que é originalidade nesse campo, o que é passível de proteção, e como distinguir, de forma clara e segura, a linha tênue entre inspiração e cópia. A indústria da moda, por sua natureza efêmera e cíclica, é um terreno fértil para a apropriação de ideias, estilos, silhuetas e tendências. Isso não significa, no entanto, que a ausência de proteção jurídica deva ser tolerada. Ao contrário, a banalização da cópia pode desestimular a inovação, prejudicar economicamente os verdadeiros criadores e comprometer o desenvolvimento sustentável e ético do setor. A pesquisa demonstrou que os estilistas brasileiros, em especial os independentes ou em início de carreira, são os mais vulneráveis diante da lacuna normativa e da morosidade do sistema judicial. O estudo do Fashion Law revelou-se fundamental para compreender os múltiplos aspectos jurídicos que permeiam a cadeia produtiva da moda, evidenciando que a ausência de uma legislação específica não impede a aplicação integrada de normas já existentes ? como o direito autoral, o direito industrial, o direito contratual e o direito do consumidor ?, mas torna urgente o desenvolvimento de mecanismos mais apropriados à realidade do setor. A jurisprudência brasileira ainda é escassa e, em muitos casos, contraditória, o que reforça a insegurança jurídica vivida por criadores e empreendedores do ramo. A análise do caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent, por sua vez, permitiu ilustrar as dificuldades enfrentadas até mesmo em sistemas jurídicos mais avançados, como o norte-americano. A discussão sobre o uso exclusivo da cor vermelha na sola dos calçados mostrou que nem mesmo símbolos fortemente associados a uma marca estão plenamente protegidos quando confrontados com conceitos como funcionalidade, ausência de confusão e liberdade criativa. Esse caso, paradigmático, oferece aprendizados relevantes para o contexto brasileiro, ao mesmo tempo em que evidencia a fragilidade do sistema de proteção quando os critérios de avaliação permanecem subjetivos. Além disso, é importante destacar que a proteção da propriedade intelectual na moda não beneficia apenas os grandes nomes da indústria, mas tem impacto direto sobre pequenos empreendedores, estilistas independentes e marcas emergentes. Em um cenário de competitividade acentuada e produção em larga escala, garantir segurança jurídica para esses agentes significa fomentar a diversidade criativa, estimular a economia local e promover um mercado mais justo. A ausência de mecanismos eficazes de proteção contribui para a desigualdade de oportunidades e favorece práticas abusivas, como o roubo de ideias e a apropriação indevida por empresas maiores e mais estruturadas. Diante de todo o exposto, conclui-se que a legislação atual precisa evoluir para acompanhar a

complexidade do mercado da moda, que exige celeridade, inovação e segurança jurídica. É fundamental **que o ordenamento jurídico brasileiro** reconheça a moda como expressão legítima **de criação intelectual**, passível de tutela eficaz e coerente **com os princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana**, da **valorização do trabalho e da proteção à propriedade intelectual**. **O avanço do** Fashion Law no Brasil depende, portanto, da conjugação entre produção acadêmica qualificada, atuação institucional proativa e modernização legislativa, **de modo a** assegurar um ambiente mais justo, ético e protetivo **para todos os** agentes envolvidos na construção desse fenômeno que é, simultaneamente, cultural, estético, **social e econômico**.

REFERÊNCIAS

BALDINI, Massimo. A invenção da moda: as teorias, os estilistas, a história. Lisboa: Edições 70, 2006.

BARBOSA, Denis Borges. *Uma Introdução À Propriedade Intelectual*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003, p. 10. E-book. Disponível em: <https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/introducao_pi.pdf>. Acesso em 25.mar.2025

BITTAR, Carlos Alberto. **Direito do Autor**. 7a ed. rev. ampl. atual. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 25.

BRASIL. **Lei no 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: Brasília, DF, 20 fev. 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm>. Acesso em: 15 nov. 2024.

CALANCA, Daniela. História social da moda. São Paulo: Ed. SENAC, 2008.

Cezar, Marina Seibert. Moda e gênero [recurso eletrônico] : corpo político, cultura material e convenções na construção da aparência / Marina Seibert Cezar. ? Novo Hamburgo : Feevale, 2019.

DEBOM, Paulo. Moda: nascimento, conceito e história. Veredas da História, [online], v. 11, n. 2, p. 7-25, dez. 2018. ISSN 1982-4238. Disponível em: <inserir link>. Acesso em: 21 abr. 2025.

FASHION NETWORK. Louboutin x YSL: o veredito final. Disponível em: <<https://br.fashionnetwork.com/news/Louboutin-x-ysl-o-veredito-final,194297.html>>. Acesso em: 25 mai. 2025.

KR?MÁROVÁ, Anna. Fashion Law (Direito da Moda). 2017. Tese (Doutorado). Charles University, Praga. Disponível em: <<https://is.cuni.cz/webapps/zzp/download/150038497>>. Acesso em: 15 nov. 2024.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo : Companhia das Letras, 1987.

LOBO, Renato Nogueiro; PIRES, Erika Thalita Navas; MARQUES, Rosiane do Nascimento. História e sociologia da moda: evolução e fenômenos culturais. 1. ed. São Paulo: Érica, 2014.

MAIA, Livia Barboza. **A proteção do Direito da Moda pela Propriedade Intelectual**. **Revista da ABPI**, n. 141, p. 3-13, **Mar./Abr.** 2016. Disponível em: <<https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/a907-livia-barboza-maia.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2024.

Menezes. Elisângela Dias. **Curso de Direito Autoral**. Belo Horizonte: Del Rey, 2007. p. 20

NASCIMENTO, Flávia. Fashion Law ? **O Direito da Moda**. JusBrasil, 2021. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/artigos/fashion-law-o-direito-da-moda/1293042787>>. Acesso em 25

mar.2025.

OLIVEIRA, Tiago de. A Protecção Jurídica Das Criações De Moda. Coimbra, Portugal: Edições Almedina, maio/2019.

PLÁCIDO, Lucila de Castro. Fashion Law: a relevância jurídica da moda. In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XVIII, n. 134, mar. 2015. Disponível em:

<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-134/fashion-law-a-relevancia-juridica-da-moda/>. Acesso em: 25 mar.2025.

PÚBLICO. Na Europa, as solas de Louboutin **não deverão ser protegidas**. 07 fev. 2018. Disponível em: <https://www.publico.pt/2018/02/07/culto/noticia/na-europa-as-solas-de-louboutin-nao-deverao-ser-protegidas-1802294>. Acesso em: 25 mai. 2025.

REUTERS, Carlo Allegri. Na Europa, as famosas solas Louboutin **não deverão ser protegidas**. 7 fev. 2018. In: Culto. Disponível em: <https://www.publico.pt/2018/02/07/culto/noticia/naeuropa-as-solas-de-louboutin-nao-deverao-ser-protegidas-1802294>. Acesso: 25 mai. 2025.

RODRIGUES, D. L. de O.; GUERRA, Álvaro R. L.; FREITAS, W. R. de; FONSECA, R. M. de A.; LEMOS, M. L. Fashion Law: Direito da Moda sob a Perspectiva **da Propriedade Intelectual e o Trade Dress**. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, v. 10, n. 6, p. 3801?3823, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.51891/rease.v10i6.13738>. Acesso em: 15 nov. 2024.

SCAFIDI, Susan. Fiat Fashion Law! The launch of a label and a new branch of law. In: SILVANIC, M. (Ed.). Navigating Fashion Law: leading lawyers on exploring the trends, cases, and strategies of fashion law. Coletânea inside the minds. New York: Aspatore Books, 2012.

UNITED STATES COURT OF APPEALS. Christian Louboutin S.A. v. Yves Saint Laurent America Holding, Inc., 11-3303-cv. Decisão de 8 mar. 2013. Disponível em: <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/ca2/11-3303/11-3303-2013-03-08.html>. Acesso em: 25 mai. 2025.

VIEIRA, Sofia Castelo. **Proteção Jurídica da Moda: Confronto entre Inspiração e Cópia**. 2022. Disponível em: <http://eventoscopq.mackenzie.br/index.php/jornada/xviii/paper/viewFile/3046/2110>. Acesso em: 15 nov. 2024.

YANG, Gabriella Tavares. Fashion Law: Análise prática **da Proteção Jurídica** referente ao Limite entre **a Criação e a Imitação**. Revista Âmbito Jurídico. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/fashion-law-analise-pratica-da-protacao-juridica-referente-ao-limite-entre-a-criacao-e-a-imitacao/>. Acesso em: 15 nov. 2024.

ZORATTO, Mariele; EFING, Antônio Carlos. **Das limitações da** relação entre direito da moda **e direito de propriedade intelectual**. Civilistica.com. **Rio de Janeiro**, v. 10, n. 1, 2021. Disponível em: <http://civilistica.com/das-limitacoes-da-relacao-entre-direito-da-moda/>. Acesso em: 14 nov. 2024.

Arquivo 1: TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO- GABRIELA ASSIZ.docx (6252 termos) **Arquivo 2:** core.ac.uk/download/pdf/604384427.pdf (21223 termos) **Termos comuns:** 573 **Índice de similaridade antigo:** 2,12% **Novo índice de similaridade:** 9,16% **Índice de agrupamento:** Alto O texto abaixo é o conteúdo do documento **Arquivo 1**. Os termos em vermelho foram encontrados no documento **Arquivo 2**. Id da comparação: 1ff17b6ac519140x58

FASHION LAW: A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NO SEGMENTO DA MODA À LUZ DA LEI No 9.610/98

Gabriela Assiz Rola de Aquino Oliveira [1: Graduanda em Direito na Universidade Católica do Salvador (UCSal). E-mail: gabrielaassiz.oliveira@ucsal.edu.br] Alexandre Barreiros de Carvalho Fonseca [2: Doutorando em Políticas Sociais e Cidadania na UCSal. Mestre em Filosofia pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Pós-Graduado em Direito do Estado pela Faculdade Baiana de Direito (FBD). Graduado em Filosofia pela UFBA. Graduado em Direito pela UCSal. Analista Judiciário do Tribunal de Justiça da Bahia (TJBA).]

RESUMO: Este trabalho pretende analisar a proteção da propriedade intelectual no setor da moda à luz da Lei no 9.610/98, com foco nos desafios jurídicos entre inspiração e cópia. A moda, enquanto expressão criativa e cultural, encontra dificuldades na delimitação do que constitui plágio ou apenas influência legítima, gerando incertezas jurídicas para designers e empresas. Por este motivo, a pesquisa investiga os limites da legislação brasileira sobre direitos autorais aplicados às criações de moda, considerando a originalidade como requisito essencial para proteção legal. A metodologia adotada será a bibliográfica, com abordagem hipotético-dedutiva, permitindo uma análise crítica das lacunas normativas existentes. O estudo busca compreender até que ponto a legislação vigente atende às necessidades do setor e se há necessidade de ajustes para garantir maior segurança jurídica. Conclui-se que a indefinição entre inspiração e cópia fragiliza a proteção das criações de moda, exigindo uma abordagem equilibrada que preserve a criatividade sem comprometer os direitos autorais.

PALAVRAS-CHAVE: FASHION LAW. INSPIRAÇÃO. CÓPIA. PROPRIEDADE INTELECTUAL. DIREITO AUTORAL. MODA

SUMÁRIO: 1. Introdução. 2. A Moda e sua Indústria. 2.1 Evolução Histórica da Indústria da Moda. 2.2 A Moda como Fenômeno Social e os Desafios Jurídicos do Fashion Law. 3. Aplicabilidade da Lei de Direito Autoral. 3.1. Requisitos de Atribuição de Autoria. 3.2. Direito Moral e Direito Patrimonial do Autor. 4.

Inspiração e Cópia **no Direito da Moda**: Limites e Implicações Jurídicas. 4.1. Os Limites entre Inspiração e Cópia: Fragilidade e Riscos à Proteção Autoral na Moda. 4.2. Análise do Caso Christian Louboutin x **Yves Saint Laurent**. 5. **Conclusão**. 6. **Referências** **INTRODUÇÃO**: A moda, para além de uma expressão estética ou fenômeno passageiro, constitui um reflexo complexo das transformações culturais, sociais, econômicas e comportamentais de uma sociedade. Ao longo da história, ela se consolidou como um instrumento de comunicação visual e simbólica, por meio do qual indivíduos e grupos expressam identidade, pertencimento, rebeldia e até poder. No contexto contemporâneo, essa manifestação se tornou também um setor produtivo de significativa relevância econômica, responsável por movimentar bilhões na economia global, empregando milhões de pessoas e influenciando diretamente outras indústrias, como publicidade, entretenimento e tecnologia. Entretanto, apesar de sua relevância cultural e econômica, a moda ainda se encontra à margem da efetiva proteção jurídica, especialmente no que diz respeito aos direitos autorais e à propriedade intelectual. A fluidez entre os conceitos de inspiração e cópia, característica intrínseca ao processo criativo da moda, desafia os limites da legislação vigente, principalmente no Brasil, onde a Lei no 9.610/98 não contempla, de forma clara e específica, os produtos e processos próprios desse segmento. Assim, ainda que a criação de um estilista seja fruto de esforço intelectual, com elementos artísticos, inovadores e criativos, nem sempre ela é reconhecida como obra protegida pelo direito autoral. É nesse ponto que se insere o Fashion Law, ou Direito da Moda, uma área emergente e interdisciplinar que busca estudar e regulamentar juridicamente as particularidades desse setor. Embora ainda não consolidado como ramo autônomo no ordenamento jurídico brasileiro, o Fashion Law vem ganhando espaço acadêmico e institucional, com o surgimento de comissões temáticas na OAB, eventos especializados e publicações científicas voltadas à análise de temas como plágio, concorrência desleal, direitos de imagem, contratos de licenciamento, sustentabilidade e proteção da propriedade intelectual. O presente trabalho tem como objetivo analisar a proteção da propriedade intelectual no segmento da moda à luz da Lei no 9.610/98, investigando os limites entre inspiração legítima e cópia indevida, além das dificuldades enfrentadas pelos designers e marcas na defesa de suas criações. A metodologia adotada é a bibliográfica, com abordagem hipotético-dedutiva, permitindo uma análise crítica da legislação vigente e de sua aplicabilidade no setor.

Parte-se da hipótese de que a legislação autoral brasileira, por não contemplar de forma clara as especificidades do universo da moda, é insuficiente para garantir a proteção eficaz das criações desse setor, favorecendo a banalização da cópia e comprometendo a segurança jurídica de estilistas e empresas. Para testar essa hipótese, a pesquisa percorre o desenvolvimento histórico e sociocultural da moda, os fundamentos jurídicos da proteção autoral, os conceitos de autoria, originalidade, direitos morais e patrimoniais, e, por fim, analisa o emblemático caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent como exemplo prático das limitações do sistema atual. A relevância do tema se justifica pela crescente valorização da moda como manifestação artística e produto intelectual, o que exige do Direito uma resposta mais efetiva diante das novas demandas sociais e econômicas. A análise aqui proposta pretende contribuir para o amadurecimento do debate sobre a proteção jurídica das criações de moda e para o fortalecimento de uma cultura jurídica mais sensível às

particularidades da criatividade contemporânea.

A MODA E SUA INDÚSTRIA

Evolução Histórica da Indústria da Moda

A moda teve seu surgimento identificado em um momento específico, desmistificando a ideia de que sempre existiu de maneira trans-histórica (Lipovetsky, 1987, p. 24). O conceito de moda, tal como se compreende hoje, começou a se delinear no Renascimento europeu, no século XV, quando o vestuário passou a assumir um papel social mais definido. Na corte de Borgonha, por exemplo, as roupas deixaram de ser apenas itens funcionais e passaram a representar status social, com determinadas cores sendo exclusivas para a nobreza. Esse sistema hierárquico do vestuário levou a um fenômeno recorrente na indústria da moda: a prática dos burgueses de imitar as vestimentas da nobreza, ao passo que os nobres, em resposta, buscavam constantemente inovar para manter a distinção. Posteriormente, esse movimento de imitação e inovação constante seria compreendido como tendência, um dos pilares fundamentais da moda, caracterizado pela efemeridade e pela renovação contínua dos estilos para diferenciar grupos sociais e estimular o consumo (Lobo, Pires & Marques, 2014, p. 16). Além dessa transformação social, o próprio termo "moda" tem uma evolução linguística significativa. O vocábulo moda deriva do latim *modus*, que significa "modo" ou "maneira". No século XV e início do XVI, a palavra *mode* surge na França, associada não apenas à forma de se vestir, mas também ao comportamento e ao estilo de vida. Já nas cidades italianas, no século XVII, surge a variação *modanti*, usada para descrever aqueles que seguiam as tendências da época, especialmente inspiradas pela elegância francesa. Inicialmente, o termo estava restrito às mudanças rápidas no vestuário da aristocracia, mas com o tempo passou a abranger também convenções sociais, decoração, pensamento, escrita e postura. (Debom, 2018, p. 8). Ademais, a moda, com o passar dos séculos, passa a ser impulsionada também pela busca incessante pelo novo, onde a mudança se torna um objetivo em si mesma. Nesse contexto, há uma ruptura com a imitação dos ancestrais e das tradições religiosas, abrindo espaço não apenas para as transformações sociais, mas também para uma renovação contínua, motivada pelo desejo de distinção e pela satisfação em se reinventar constantemente. (Debom, 2018, p. 10). A moda não é apenas um fenômeno estético passageiro, também se estabelece como um sistema que traduz o entendimento da sociedade sobre si mesma ou sobre a sua cultura. Ela não se limita ao vestuário, mas permeia diferentes áreas, como o consumo, a arte e até mesmo a política. Dessa forma, a moda testemunha a passagem do tempo, expressando comportamentos e transformações culturais ao longo da história, condensando sensibilidades de diferentes épocas (Cezar, 2019, p. 14). Dessa forma, a moda não se limita a uma manifestação efêmera do vestuário, mas se configura como um fenômeno dinâmico que acompanha e influencia as transformações sociais ao longo dos séculos. Seu desenvolvimento histórico demonstra que, além de refletir valores culturais e hierárquicos de cada época, a moda também atua como um meio de expressão individual e coletiva. Com o avanço das sociedades e das tecnologias, a indústria da moda se consolidou como um setor de grande relevância econômica e cultural, moldando comportamentos e identidades. Assim, compreender a evolução da moda não apenas resgata sua trajetória histórica, mas também permite uma análise mais ampla sobre

seu papel como agente de mudança e inovação na sociedade contemporânea. Dada a complexidade do fenômeno, este trabalho adota a vertente sociocultural e **jurídica da moda**, com ênfase nas implicações legais da criação no setor, especialmente **no que tange à propriedade intelectual**.

A Moda Como Fenômeno Social e os Desafios Jurídicos do Fashion Law

No contexto atual, **a moda é** vista como um fenômeno social difícil de definir **devido à sua** amplitude e à variedade de opiniões que suscita. Para alguns, **é apenas um** capricho, enquanto para outros, **uma forma de** tirania social. Há ainda quem a considere uma mudança gratuita, movida pelo amor à mudança, ou um fenômeno irracional e moralmente condenável. **De acordo com** Barber e Lobel, a moda possui muitos referentes abrangendo diferentes tipos de comportamentos sociais. Por isso, ao falar sobre moda, é importante delimitar suas coordenadas espaço-temporais para evitar generalizações imprecisas, conforme preconizado pelos lógicos medievais (Baldini, 2006, p. 10). Ademais, **a moda, desde** seu surgimento, se consolidou como um sistema que abrange constantes mudanças e influências em diversas áreas da vida social, como comportamentos, gostos, artes e linguagem. Esse fenômeno, caracterizado pela efemeridade e transformações rápidas, reflete um dispositivo social que transcende o vestuário e impacta múltiplos setores da coletividade (Calanca, 2008, p.13). Embora a moda influencie diversas áreas da vida social, ela se manifesta de forma mais evidente através das roupas e **do modo de** vestir. Esses setores se destacam **como os principais** espaços onde as novidades **da moda são** apresentadas de maneira mais impressionante. Na maioria dos estudos sobre moda e comportamento, o vestuário é visto como o ponto de partida e o foco principal da análise, pois é nesse campo **que se tornam** visíveis os aspectos mais significativos do tema. Assim, **o modo de** vestir desempenha um papel crucial na compreensão **da moda e sua história**. (Calanca, 2008, p.16). Por isso, **diante da crescente influência da moda e de sua** complexidade enquanto fenômeno social e econômico, surgem desafios jurídicos que acompanham sua evolução. Questões como proteção de criações, regulamentação **da cadeia produtiva e** combate à concorrência desleal tornaram-se **cada vez mais** relevantes. Nesse contexto, **o Direito da Moda** emerge como um campo especializado **do direito que** busca atender às demandas **jurídicas do setor**, lidando com suas particularidades e desafios (Efing e Zoratto, 2021, p. 3). **O Fashion Law surgiu** para suprir **a ausência de proteção às criações da indústria da moda**. Com o tempo, essa área do direito se expandiu e, atualmente, abrange todas as questões jurídicas relacionadas ao setor, considerando suas particularidades. (Nascimento, 2021). **Assim, o Direito da Moda se** consolida como um campo voltado a lidar com questões jurídicas que permeiam **toda a cadeia produtiva** da moda, abrangendo desde **a proteção de** criações e marcas até aspectos relacionados à sustentabilidade e à ética no setor, refletindo a complexidade social e econômica **que a moda passou a representar** na contemporaneidade (Efing e Zoratto, 2021, p. 3). Delineado o conceito e **a relevância do Direito da Moda, é fundamental** aprofundar a análise sobre sua origem e os momentos determinantes para sua consolidação como uma área jurídica específica. Embora **o Fashion Law, conhecido como Direito da Moda**, esteja ganhando notoriedade global

atualmente, seu desenvolvimento formal teve início nos Estados Unidos em 2006, na Fordham University, em Nova York, sob a liderança da advogada Susan Scafidi, fundadora do "The Fashion Law Institute". Este instituto tornou-se uma referência na aplicação eficaz de leis que protegem marcas, com o objetivo de garantir a execução adequada e enfrentar atos de concorrência desleal. No entanto, apesar de sua relevância, o Fashion Law ainda não constitui um ramo autônomo do Direito, uma vez que não há uma legislação específica que aborde os conflitos da indústria da moda. Assim, sua prática envolve a aplicação de conceitos de diferentes áreas do direito, como o direito tributário e de propriedade intelectual, aplicados de forma direcionada às necessidades do setor (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 2). Para Susan Scafidi, o Fashion Law abrange toda a trajetória de um item de vestuário, desde sua concepção pelo designer até sua chegada ao consumidor. Esse campo envolve diversas questões jurídicas, sendo especialmente relacionado à propriedade intelectual, negócios e finanças, comércio internacional, regulamentação governamental, segurança, sustentabilidade, cultura do consumo e direitos civis. (Scafidi, 2012, p.11) No que se refere ao Brasil, a necessidade de proteção jurídica no setor da moda tem sido reconhecida, e algumas seções da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) já possuem comissões especializadas no Direito da Moda, como ocorre nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Pernambuco, Paraíba e no Distrito Federal. Essas iniciativas demonstram a importância crescente desse campo no cenário jurídico nacional (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 2-3). Dessa forma, torna-se evidente a necessidade de um estudo mais detalhado sobre o Direito da Moda, pois ele transcende a simples análise de tendências e vestuário, envolvendo aspectos jurídicos mais complexos que ainda carecem de uma compreensão aprofundada. Embora seja um tema menos explorado no Brasil, sua relevância é significativa para a resolução de litígios e a proteção de criações (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 3). Dentre os diversos desafios enfrentados pelo setor, a proteção da propriedade intelectual se destaca como um dos principais pilares do Fashion Law. A moda, por sua própria natureza, é baseada na criação e na inovação, o que torna essencial a existência de mecanismos jurídicos que garantam a exclusividade de determinadas criações e impeçam sua reprodução não autorizada. A ausência de proteção legal adequada pode prejudicar designers e empresas, incentivando cópias indiscriminadas e desvalorizando o mercado criativo (Plácido, 2015). De acordo com Denis Borges Barbosa, a propriedade intelectual é conceituada da seguinte forma: A Convenção da OMPI define como Propriedade intelectual, a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico (Barbosa, 2003, p-10).

Dito isso, a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) estabeleceu uma distinção dentro do campo da propriedade intelectual, separando-a em propriedade industrial e direito autoral. Essa

categorização permite **que a legislação** brasileira trate **o direito da moda de** maneira mais específica para cada situação. (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 9). Compreender **o Fashion Law** e suas particularidades permite enxergar a necessidade de regulamentações mais robustas, especialmente **no que tange** à proteção **da propriedade intelectual**. Nesse **sentido**, a **Lei de** Direito Autoral surge **como um dos** principais instrumentos para garantir a exclusividade das criações **no setor da moda**. A seguir, será analisada sua aplicabilidade e eficácia diante dos desafios desse mercado.

APLICABILIDADE **DA LEI DE DIREITO** AUTORAL

Requisitos de Atribuição de Autoria

De acordo com a jornalista e advogada Elisângela Dias Menezes, "trata-se, pois, **o Direito Autoral**, de **um conjunto de** privilégios de natureza ao mesmo tempo pessoal e patrimonial, cuja aquisição originária está vinculada diretamente ao exercício da criatividade artística, científica ou literária. Em resumo, **é o conjunto de** direitos resultantes das concepções da inteligência materializadas **sob a forma de** arte ou cultura? (Menezes, 2007, p. 20). Essa definição evidencia **que o direito autoral** nasce **a partir da** criação intelectual, o que fundamenta **a análise dos** requisitos legais para a atribuição de autoria. **Nesse mesmo sentido**, Bittar (2019) reforça **que o Direito Autoral é um ramo do Direito Privado** destinado a regulamentar **as relações jurídicas que** envolvem a criação e **a exploração econômica de obras intelectuais estéticas**, abarcando os campos da literatura, das artes e das ciências. Embora pertença majoritariamente à esfera privada, **trata-se de um** direito que também possui normas de ordem pública, **com o objetivo de** assegurar sua efetividade. Historicamente, sua evolução está fortemente ligada à valorização do criador e **à proteção dos** vínculos entre este e os frutos de seu intelecto. **No ordenamento jurídico brasileiro**, os principais requisitos de atribuição de autoria, encontram-se respaldado pela **Constituição Federal de 1988, em seu artigo 5o**, incisos XXVII, XXVIII e XXIX, e **pela Lei no 9.610/98**. A Constituição assegura **a proteção das criações intelectuais**, prevendo **o direito exclusivo de utilização, publicação e** reprodução de obras (art. 5o, XXVII), a proteção às participações em obras coletivas e aos direitos conexos (art. 5o, XXVIII), e o estímulo à inovação tecnológica com a proteção **da propriedade intelectual** (art. 5o, XXIX). De maneira complementar, **a Lei no 9.610/98** estabelece a proteção **às obras intelectuais**, abrangendo criações do domínio artístico, literário ou científico, desde que apresentem originalidade. O artigo 7o especifica que são consideradas obras intelectuais protegidas aquelas **"expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte"**. O artigo 11 define que "autor é a pessoa física criadora da obra", enquanto o artigo 13 dispõe **que, na ausência de** prova em contrário, presume-se autor aquele que tiver seu nome indicado ou anunciado como tal na utilização da obra, por meio das formas de identificação previstas no artigo anterior, conforme o costume. Essa legislação busca resguardar três principais interesses: o do criador, o da **sociedade e o dos investidores intermediários**. O criador é protegido tanto **em relação aos** direitos patrimoniais quanto aos direitos morais sobre sua obra. A sociedade, **por sua vez**, tem garantias que envolvem **educação, pesquisa, comunicação, cultura, entre outros** aspectos. Já os intermediários desempenham **o papel de**

conectar e harmonizar esses interesses (Maia, 2016, p. 8). Dentro desse cenário, destaca-se como o primeiro requisito essencial de atribuição de autoria, portanto, a originalidade. A obra deve apresentar um grau mínimo de criatividade **que a distinga** de outras criações já existentes. **No setor da moda**, isso **significa que a** peça desenvolvida deve conter elementos inovadores, resultantes de escolhas criativas do designer, como o corte, a combinação de materiais, cores, estampas, formas **ou até mesmo** o conceito artístico embutido na coleção. O simples fato **de uma peça** ser funcional ou utilitária não basta; ela precisa incorporar valor estético singular e expressão pessoal do criador. Contudo, **na indústria da moda**, essa originalidade é particularmente desafiadora. Muitas peças são inspiradas em estilos anteriores ou em tendências culturais e artísticas. Isso torna difícil traçar o limite entre a inspiração legítima, que é natural **no processo criativo**, e a cópia, que pode configurar plágio e ensejar a responsabilização civil. Por isso, é necessário observar se a nova criação apresenta elementos visuais, estruturais ou conceituais que a distingam de outras obras já conhecidas, sob risco **de violar os direitos autorais de** terceiros. O segundo requisito importante é a individualidade da obra, ou seja, ela deve ser resultado de um esforço intelectual pessoal, e não uma reprodução mecânica de modelos preexistentes. No universo da moda, onde as tendências se renovam constantemente e a linha entre inspiração legítima e cópia é tênue, essa exigência se torna especialmente complexa de ser aplicada. A proteção autoral, nesse sentido, não se aplica a ideias genéricas, estilos ou conceitos abstratos, mas sim à forma concreta como esses elementos são organizados e expressos. Com isso, a doutrina apresenta sete requisitos **para a proteção** autoral, que ajudam a delimitar a titularidade da obra: i) o autor deve ser uma **pessoa física**; ii) a criação deve ser atribuível **ao autor**; iii) **o objeto protegido** precisa ser uma produção intelectual; iv) a criação deve estar materializada, configurando **um meio de comunicação (fixação)**; v) **não** pode haver qualquer proibição legal sobre a proteção; vi) a obra deve ser inédita, ou seja, não constituir **cópia de outra** já existente; e vii) deve apresentar um contributo mínimo em sua concepção (LIMA, 2021, p. 49). Em suma, a atribuição de autoria, no contexto **da Lei no 9.610/98**, envolve **uma série de** requisitos que visam garantir **a proteção das obras** intelectuais, respeitando os **direitos do criador** e estimulando a produção intelectual, sendo a distinção entre inspiração e cópia, portanto, um dos pontos centrais na análise da autoria no contexto **da moda**. **A** inspiração é legítima quando promove a transformação criativa, gerando uma nova expressão estética, já a cópia se configura quando há reprodução substancial **da obra original**, com alterações meramente superficiais. Assim, no campo **do Fashion Law**, é essencial estabelecer esse limite entre inspiração e cópia na prática para assegurar que seja feita da maneira devida a atribuição autoral, atingindo, assim, o principal objetivo **do Direito Autoral**: proteger a originalidade e **a propriedade intelectual** sem engessar o processo criativo.

Direito Moral e Direito Patrimonial do Autor

A Lei no 9.610/98, **que** regulamenta **os direitos autorais** no Brasil, distingue dois conjuntos fundamentais de prerrogativas conferidas ao **criador de uma obra intelectual**: **os direitos morais** e **os direitos**

patrimoniais, previstos **no artigo 22 da lei**. Ambos possuem funções distintas, mas são igualmente essenciais **para a proteção** plena da criação autoral, inclusive no segmento **da moda**. **Os direitos morais estão** previstos entre **os artigos 22 e 27** da referida legislação e referem-se à ligação pessoal e permanente entre o autor e sua obra. Tais direitos garantem, **por exemplo**, a possibilidade de o criador reivindicar a autoria a qualquer tempo, exigir que seu nome seja indicado sempre **que a obra** for utilizada, bem como assegurar a integridade da criação, opondo-se a alterações que possam comprometer sua reputação (art. 24, I, II e IV). Além disso, a norma **concede ao autor o direito de** conservar sua obra inédita, modificá-la, **ou até mesmo** retirá-la de circulação, sempre que sua exposição causar prejuízo à sua imagem (art. 24, III, V e VI). Vale destacar que, mesmo após o falecimento do criador, certos direitos morais são transmitidos aos seus sucessores, garantindo a perpetuidade da proteção à identidade autoral (art. 24, §1o). Outro ponto relevante é **a previsão de** que esses direitos são inalienáveis e irrenunciáveis, conforme expressamente estabelece **o artigo 27 da Lei**, o que reforça o caráter personalíssimo dessa esfera **de proteção**. **Por sua vez, os direitos patrimoniais**, disciplinados **a partir do artigo 28 da mesma lei**, dizem respeito à exploração **econômica da obra**. Nessa perspectiva, cabe exclusivamente ao autor decidir sobre a utilização **de sua criação** por terceiros, mediante autorização prévia e, em regra, mediante remuneração. Assim, ele pode permitir ou não a reprodução, distribuição, edição, exibição, adaptação e quaisquer **outras formas de** aproveitamento econômico da obra. No campo da moda, tais previsões são de extrema relevância, especialmente diante **da dificuldade de** comprovação da originalidade e da autoria em um setor altamente influenciado por tendências e referências comuns. Justamente por isso, é fundamental estabelecer critérios jurídicos que auxiliem na distinção entre obras autorais genuínas e cópias derivadas de criações anteriores. Essa distinção impacta diretamente o exercício **dos direitos patrimoniais**: enquanto a inspiração pode **resultar em uma** nova obra protegida e economicamente explorável por seu criador, a cópia pode configurar **violação de direitos autorais**. **Quando uma criação é** considerada cópia, **os direitos morais** e patrimoniais do autor são diretamente afetados. O autor pode buscar a reparação por violação moral, como o uso não autorizado de seu nome ou a modificação **de sua obra**, e também por violação patrimonial, exigindo a reparação financeira pelo uso indevido **de sua criação**. Essas medidas podem incluir a retirada de circulação das peças copiadas, a indenização pelo lucro cessante e, em alguns casos, a imposição de medidas inibitórias para evitar novas violações. Assim, compreender e aplicar **os direitos morais** e patrimoniais **é fundamental para proteger os** designers contra o uso indevido **de suas criações e** garantir-lhes reconhecimento e remuneração justa. Embora distintos, **os direitos morais** e patrimoniais são complementares e interdependentes. Enquanto os primeiros **garantem ao autor** a preservação de sua identidade intelectual e reputação, os segundos viabilizam **a exploração econômica da obra**. **Dessa forma, a proteção conferida** pela legislação não se limita ao aspecto financeiro, mas abrange também **a dignidade do** criador como sujeito de direitos, sendo indispensável para a análise das consequências jurídicas decorrentes de criações inspiradas em tendências ou indevidamente copiadas de terceiros. Além disso, a doutrina reforça **a ideia de** que **os direitos autorais** possuem uma estrutura dual (combinando dimensões morais e patrimoniais) que são complementares e indissociáveis no contexto da

proteção à criação intelectual. Como explica Bittar (2019, p. 25), "os direitos autorais gozam de estruturação em que se inserem caracteres reais, exatamente em sua face patrimonial", o que justifica sua proteção jurídica robusta quanto à exploração econômica da obra. Ainda segundo o autor, os direitos autorais se diferenciam de outros ramos da propriedade intelectual por não exigirem registro como condição de proteção, sendo suficiente a originalidade da forma para sua validação legal. Isso reforça o entendimento de que a proteção da obra se inicia com sua criação e não com sua formalização em cadastros oficiais, elemento essencial em um setor criativo como o da moda, em que a inovação e a autoria nem sempre estão acompanhadas de registros formais.

INSPIRAÇÃO E CÓPIA NO DIREITO DA MODA: LIMITES E IMPLICAÇÕES JURÍDICAS

Os Limites entre Inspiração e Cópia: Fragilidade e Riscos à Proteção Autoral na Moda À luz das considerações anteriormente delineadas, restou evidente que a compreensão dos limites entre inspiração e cópia é essencial para a proteção das criações no setor da moda. Etimologicamente, o termo "inspirar" deriva do latim *inspirare*, que significa "soprar para dentro". Essa origem sugere a ideia de infundir algo novo, uma centelha criativa que dá origem a uma obra original. Por outro lado, "copiar" provém do latim *copiare*, que remete à ação de transcrever ou reproduzir algo já existente. Enquanto a inspiração implica transformação e originalidade, a cópia envolve reprodução fiel e, muitas vezes, não autorizada. Essa diferenciação, ainda que clara em sua origem linguística, mostra-se bastante difusa no campo jurídico e criativo da moda, como será aprofundado a seguir. Diante dessa imprecisão conceitual, o ordenamento jurídico busca estabelecer parâmetros que ajudem a identificar quando há uma simples influência criativa e quando ocorre uma reprodução que fere a originalidade da obra. Dito isso, no âmbito jurídico, a inspiração é considerada legítima e aceita pelas leis, enquanto a reprodução integral ou imitação deve ser reprovada conforme as normas que regem a propriedade intelectual, abrangendo o direito autoral. Entretanto, a distinção entre inspiração e cópia é bastante subjetiva, tornando desafiadora a delimitação clara entre esses dois conceitos (Vieira, 2022, p. 13). Nesse sentido, o fenômeno de copiar para Oliveira (2019, p. 32): Trata-se de uma captura mimetizada dos elementos do design original, como o espírito, a elegância, a forma, os materiais, o padrão, sem a aposição do logotipo ou da marca nos produtos. Essa prática, segundo o autor, está profundamente enraizada na lógica da indústria da moda, marcada pela tensão constante entre originalidade e imitação. A juíza Renata Mota Maciel, no processo no 1066278-93.2019.8.26.0100, observou que "a atividade criativa neste ramo envolve o conceito amplo de 'inspiração', tornando, muitas vezes, bastante desafiadora a distinção entre cópia ou imitação e inspiração a partir de coleções previamente desenvolvidas por outros estilistas". Além disso, as tendências de moda refletem determinados estilos, peças de roupas, acessórios, calçados, bem como cores, formatos e materiais que atendem ao gosto de um público específico em um período ou estação. É comum que os designers procurem inspirações em fontes semelhantes, o que pode resultar em criações convergentes durante a mesma temporada. Contudo, a influência das tendências não deve anular o processo criativo individual dos estilistas no desenvolvimento de suas coleções (VIEIRA, 2022, p. 13).

Desse modo, observa-se a dificuldade em definir com precisão o limite entre o que se caracteriza como inspiração ou cópia, uma vez que a distinção entre os dois conceitos é sutil e indefinida. Portanto, a partir das análises bibliográficas sobre o tema, percebe-se que a principal dificuldade enfrentada pela indústria da moda em relação à proteção da propriedade intelectual reside na delimitação entre inspiração legítima e cópia. Dessa forma uma análise criteriosa dos limites entre inspiração e cópia, fundamentada na legislação atual e em critérios específicos deve ser feita em prol de um equilíbrio entre a liberdade criativa e a proteção dos direitos autorais, contribuindo para o desenvolvimento de um ambiente mais justo, sustentável e seguro no setor da moda. A dificuldade legal enfrentada pela indústria da moda é a delimitação clara entre inspiração excessiva e cópia, amplificada pela subjetividade das interpretações jurídicas e pelas lacunas da Lei No 9.610/1998. Essa indefinição gera insegurança jurídica para designers e empresas, dificultando a proteção de criações. Uma abordagem criteriosa, que aplique parâmetros objetivos e adequados à legislação vigente, é essencial para equilibrar a liberdade criativa e a proteção de direitos autorais, fortalecendo a segurança jurídica no setor, pois devido a ausência de materialização e por conseguinte, regularização, a maioria dos casos de Fashion Law esbarram nesse problema. Portanto, compreender os limites entre inspiração e cópia não é apenas um exercício conceitual, mas uma exigência prática diante dos inúmeros conflitos que surgem no setor da moda. O estudo das implicações jurídicas desses conceitos demonstra que, sem critérios objetivos e instrumentos de proteção eficazes, os autores ficam à mercê de interpretações subjetivas e decisões inconsistentes. Nesse contexto, o emblemático caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent revela, na prática, as fragilidades do sistema jurídico ao lidar com a tênue fronteira entre criação legítima e reprodução indevida. A seguir, será analisado esse caso paradigmático, que ilustra com precisão os desafios enfrentados pelo Fashion Law na aplicação da legislação vigente.

Análise do Caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent

O caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent (YSL) tornou-se um marco jurídico internacional e é amplamente citado nos estudos sobre Fashion Law. Ele revela, de forma concreta, os limites e as dificuldades enfrentadas na proteção da propriedade intelectual na moda, especialmente quando se trata de elementos não convencionais, como a cor de um produto. A disputa teve início em 2011, quando a marca Louboutin processou a YSL por vender modelos de sapatos com a sola vermelha ? característica visual amplamente associada à identidade da Louboutin. O ponto de conflito estava no fato de que a YSL produziu calçados totalmente vermelhos, incluindo o salto, corpo e sola, o que, segundo Louboutin, configurava uma violação à sua marca registrada nos Estados Unidos para a sola vermelha contrastante. Inicialmente, a corte de primeira instância rejeitou o pedido de Louboutin, entendendo que cores, por si só, não são passíveis de proteção como marca. Contudo, essa decisão foi reformada pela Corte de Apelações do Segundo Circuito, que reconheceu a validade da marca apenas nos casos em que a sola vermelha se apresenta em contraste com o restante do calçado. A Corte de Apelações do Segundo Circuito reformou a decisão de primeira instância e reconheceu a validade da marca Louboutin, desde que aplicada em contraste com o restante do calçado. Conforme destacado no parecer judicial:

?Louboutin?s trademark, consisting of a red, lacquered outsole on a high fashion woman?s shoe, when limited to uses in which the red outsole contrasts with the color of the remainder of the shoe, has acquired ?secondary meaning? as a distinctive symbol that identifies the Louboutin brand? (UNITED STATES COURT OF APPEALS, 2013). [3: ?A marca registrada da Louboutin, composta por uma sola vermelha envernizada em um sapato feminino de alta-costura, quando limitada a usos **em que a sola vermelha contrasta com a cor do restante do sapato**, adquiriu "significado secundário" como um símbolo distintivo que identifica a marca Louboutin .?]

Essa conclusão evidencia como a proteção da identidade visual na moda esbarra em exigências de distintividade **cada vez mais** rígidas, **fazendo com que** o reconhecimento jurídico dependa de elementos formais, como o contraste da cor, e não apenas da originalidade criativa. Assim, **mesmo diante de uma** criação inovadora amplamente reconhecida, como a sola vermelha de Louboutin, **a proteção não é plena** e a linha entre uma inspiração legítima e uma cópia proibida permanece frágil **e sujeita à** interpretação judicial. Esse caso ilustra de forma exemplar os desafios **que a moda** enfrenta ao buscar proteção para elementos estéticos e não funcionais **de suas criações**. A controvérsia gira **em torno de** limites imprecisos entre estética protegível e uso funcional ou genérico, demonstrando como as interpretações jurídicas podem variar **de acordo com o contexto e o mercado** envolvido. **Mais do que uma** mera disputa entre duas marcas de luxo, o caso materializa a dificuldade em separar **o que é** inspiração aceitável e **o que é** apropriação indevida ? exatamente o ponto nevrálgico do presente trabalho. A decisão judicial, ao restringir a proteção ao uso contrastante da sola vermelha, deixou claro que mesmo um símbolo amplamente reconhecido pode ter sua exclusividade relativizada se o uso por outra marca não causar confusão ou se inserir em outro contexto visual. **Dessa forma**, o caso Louboutin x YSL evidencia **que a proteção de** signos visuais na moda exige análise casuística, técnica e cultural, tornando a linha entre inspiração e cópia ainda mais fluida e, por vezes, injusta para o criador original. Além disso, destaca como o direito tradicional, baseado em categorias rígidas de marca, utilidade ou originalidade, **muitas vezes não** acompanha a complexidade da criação estética **na moda**, **o que** enfraquece **o sistema de** proteção autoral no setor. Apesar de ter sido julgado sob a legislação norte-americana, o caso Louboutin x YSL tem valor paradigmático para o debate no Brasil, pois revela a mesma lacuna enfrentada **no ordenamento jurídico nacional: a ausência de** critérios objetivos para definir até que ponto uma criação **pode ser protegida** e quando ela deixa de ser uma inspiração legítima para se tornar uma cópia passível de repressão jurídica. No contexto brasileiro, onde **a Lei no 9.610/98 não trata de forma específica as criações de moda**, os desafios são ainda maiores, e o precedente estrangeiro serve como alerta para a necessidade urgente de reflexão doutrinária e evolução legislativa no país. No Brasil, onde a legislação autoral (Lei no 9.610/98) carece de dispositivos específicos para a moda, a situação é ainda mais delicada. O caso internacional serve como referência para compreendermos como **a ausência de** critérios objetivos e a dependência da interpretação subjetiva do Judiciário afetam diretamente a segurança jurídica dos estilistas, incentivando o uso estratégico da "inspiração" como

escudo para cópias disfarçadas. Portanto, o conflito entre Louboutin e YSL não apenas reforça a relevância da distinção entre inspiração e cópia, como também comprova, na prática, a fragilidade da proteção **da propriedade intelectual** no campo da moda. **Trata-se de um** exemplo emblemático que ecoa os mesmos dilemas enfrentados por inúmeros criadores **ao redor do mundo**, especialmente aqueles que não dispõem da mesma estrutura jurídica ou visibilidade midiática para defender suas obras.

CONCLUSÃO **A partir da** análise teórica e prática realizada neste trabalho, foi possível compreender **que a proteção da propriedade intelectual** no segmento da moda ainda enfrenta barreiras significativas **no ordenamento jurídico brasileiro**. Embora **a Lei no 9.610/98** contemple, em tese, obras intelectuais de natureza artística e criativa, sua aplicação à moda esbarra **na ausência de** parâmetros objetivos para definir **o que é** originalidade nesse campo, **o que é** passível **de proteção**, e como distinguir, **de forma clara** e segura, a linha tênue entre inspiração e cópia. **A indústria da moda**, por sua natureza efêmera e cíclica, é um terreno fértil para **a apropriação de** ideias, estilos, silhuetas e tendências. Isso não significa, no entanto, que **a ausência de proteção jurídica** deva ser tolerada. Ao contrário, a banalização da cópia pode desestimular a inovação, prejudicar economicamente os verdadeiros criadores e comprometer o desenvolvimento sustentável e ético do setor. A pesquisa demonstrou que os estilistas brasileiros, em especial os independentes ou em início de carreira, são os mais vulneráveis diante da lacuna normativa e da morosidade do sistema judicial. **O estudo do Fashion Law** revelou-se fundamental para compreender os múltiplos aspectos jurídicos que permeiam **a cadeia produtiva** da moda, evidenciando que **a ausência de** uma legislação específica não impede a aplicação integrada de normas já existentes ? como **o direito autoral**, o direito industrial, o direito contratual e **o direito do consumidor** ?, mas torna urgente **o desenvolvimento de** mecanismos mais apropriados à realidade do setor. A jurisprudência brasileira ainda é escassa e, em muitos casos, contraditória, o que reforça **a insegurança jurídica** vivida por criadores e empreendedores do ramo. A análise do caso Christian Louboutin x **Yves Saint Laurent**, **por sua vez**, permitiu ilustrar as dificuldades enfrentadas **até mesmo em** sistemas jurídicos mais avançados, como o norte-americano. A discussão **sobre o uso** exclusivo da cor vermelha na sola dos calçados mostrou que nem mesmo símbolos fortemente associados a uma marca estão plenamente protegidos quando confrontados com conceitos como funcionalidade, ausência de confusão e liberdade criativa. Esse caso, paradigmático, oferece aprendizados relevantes para o contexto brasileiro, ao mesmo tempo em que evidencia a fragilidade do sistema de proteção quando os critérios de avaliação permanecem subjetivos. Além disso, é importante **destacar que a proteção da propriedade intelectual** na moda não beneficia apenas os grandes nomes da indústria, mas tem impacto direto sobre pequenos empreendedores, estilistas independentes e marcas emergentes. Em **um cenário de** competitividade acentuada e produção **em larga escala**, **garantir segurança jurídica para** esses agentes significa fomentar a diversidade criativa, estimular a economia local e promover um mercado mais justo. **A ausência de** mecanismos eficazes de proteção contribui para a desigualdade de oportunidades e favorece práticas abusivas, como o roubo de ideias e a apropriação indevida por empresas maiores e mais estruturadas. **Diante de todo** o exposto, **conclui-se que a legislação** atual precisa evoluir para acompanhar a

complexidade **do mercado da moda**, **que** exige celeridade, inovação e segurança jurídica. É fundamental que o **ordenamento jurídico brasileiro** reconheça a moda como expressão legítima de criação intelectual, passível de tutela eficaz e coerente com os princípios constitucionais **da dignidade da pessoa humana**, da valorização **do trabalho** e da proteção **à propriedade intelectual**. O avanço **do Fashion Law no Brasil** depende, portanto, da conjugação entre produção acadêmica qualificada, atuação institucional proativa e modernização legislativa, **de modo a** assegurar um ambiente mais justo, ético e protetivo **para todos os** agentes envolvidos na construção desse fenômeno que é, simultaneamente, cultural, estético, social e econômico.

REFERÊNCIAS

BALDINI, Massimo. A invenção **da moda: as** teorias, os estilistas, a história. Lisboa: Edições 70, 2006.

BARBOSA, Denis Borges. Uma Introdução À Propriedade Intelectual. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003, p. 10. E-book. Disponível em: <https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/introducao_pi.pdf>. Acesso em 25.mar.2025

BITTAR, Carlos Alberto. **Direito do Autor**. 7a ed. rev. ampl. atual. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 25.

BRASIL. **Lei no 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências**. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 20 fev. 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm>. Acesso em: 15 nov. 2024.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Ed. SENAC, 2008.

Cezar, Marina Seibert. **Moda e gênero [recurso eletrônico] : corpo político, cultura material e convenções na construção da aparência / Marina Seibert Cezar. ?** Novo Hamburgo : Feevale, 2019.

DEBOM, Paulo. **Moda: nascimento, conceito e história**. Veredas da História, [online], v. 11, n. 2, p. 7-25, dez. 2018. ISSN 1982-4238. Disponível em: <inserir link>. Acesso em: 21 abr. 2025.

FASHION NETWORK. **Louboutin x YSL: o veredito final**. Disponível em: <<https://br.fashionnetwork.com/news/Louboutin-x-ysl-o-veredito-final,194297.html>>. Acesso em: 25 mai. 2025.

KR?MÁROVÁ, Anna. **Fashion Law (Direito da Moda)**. 2017. Tese (Doutorado). Charles University, Praga. Disponível em: <<https://is.cuni.cz/webapps/zzp/download/150038497>>. Acesso em: 15 nov. 2024.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo : Companhia das Letras, 1987.

LOBO, Renato Nogueiro; PIRES, Erika Thalita Navas; MARQUES, Rosiane do Nascimento. **História e sociologia da moda: evolução e fenômenos culturais**. 1. ed. São Paulo: Érica, 2014.

MAIA, Livia Barboza. **A proteção do Direito da Moda pela Propriedade Intelectual**. Revista da ABPI, n. 141, p. 3-13, Mar./Abr. 2016. Disponível em: <<https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/a907-livia-barboza-maia.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2024.

Menezes. Elisângela Dias. **Curso de Direito Autoral**. Belo Horizonte: Del Rey, 2007. p. 20

NASCIMENTO, Flávia. **Fashion Law ? O Direito da Moda**. JusBrasil, 2021. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/artigos/fashion-law-o-direito-da-moda/1293042787>>. Acesso em 25

mar.2025.

OLIVEIRA, Tiago de. A Protecção Jurídica Das Criações De Moda. Coimbra, Portugal: Edições Almedina, maio/2019.

PLÁCIDO, Lucila de Castro. Fashion Law: a relevância jurídica da moda. In: *Âmbito Jurídico*, Rio Grande, XVIII, n. 134, mar. 2015. Disponível em:

<<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-134/fashion-law-a-relevancia-juridica-da-moda/>>.
Acesso em: 25 mar.2025.

PÚBLICO. Na Europa, as solas de Louboutin não deverão ser protegidas. 07 fev. 2018. Disponível em:
<[https://www.publico.pt/2018/02/07/culto/noticia/
na-europa-as-solas-de-louboutin-nao-deverao-ser-protegidas-1802294](https://www.publico.pt/2018/02/07/culto/noticia/na-europa-as-solas-de-louboutin-nao-deverao-ser-protegidas-1802294)>. Acesso em: 25 mai. 2025.

REUTERS, Carlo Allegri. Na Europa, as famosas solas Louboutin não deverão ser protegidas. 7 fev. 2018. In:
Culto. Disponível em: <[https://www.publico.pt/2018/02/07/culto/noticia/
naeuropa-as-solas-de-louboutin-nao-deverao-ser-protegidas-1802294](https://www.publico.pt/2018/02/07/culto/noticia/naeuropa-as-solas-de-louboutin-nao-deverao-ser-protegidas-1802294)>. Acesso: 25 mai. 2025.

RODRIGUES, D. L. de O.; GUERRA, Álvaro R. L.; FREITAS, W. R. de; FONSECA, R. M. de A.; LEMOS, M. L.
Fashion Law: Direito da Moda sob a Perspectiva **da Propriedade Intelectual e** o Trade Dress. Revista
Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, v. 10, n. 6, p. 3801?3823, 2024. Disponível em:
<<https://doi.org/10.51891/rease.v10i6.13738>>. Acesso em: 15 nov. 2024.

SCAFIDI, Susan. Fiat Fashion Law! The launch of a label and a new branch of law. In: SILVANIC, M. (Ed.).
Navigating Fashion Law: leading lawyers on exploring the trends, cases, and strategies of fashion law. Coletânea
inside the minds. New York: Aspatore Books, 2012.

UNITED STATES COURT OF APPEALS. Christian Louboutin S.A. v. **Yves Saint Laurent** America Holding, Inc.,
11-3303-cv. Decisão de 8 mar. 2013. Disponível em: <[https://law.justia.com/cases/federal
/appellate-courts/ca2/11-3303/11-3303-2013-03-08.html](https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/ca2/11-3303/11-3303-2013-03-08.html)>. Acesso em: 25 mai. 2025.

VIEIRA, Sofia Castelo. **Proteção Jurídica da Moda**: Confronto entre Inspiração e Cópia. 2022. Disponível em:
<<http://eventoscopq.mackenzie.br/index.php/jornada/xviii/paper/viewFile/3046/2110>>. Acesso em: 15 nov.
2024.

YANG, Gabriella Tavares. Fashion Law: Análise prática **da Proteção Jurídica** referente ao Limite entre a Criação e
a Imitação. Revista **Âmbito Jurídico**. Disponível em: <[https://ambitojuridico.com.br/
fashion-law-analise-pratica-da-protacao-juridica-referente-ao-limite-entre-a-criacao-e-a-imitacao/](https://ambitojuridico.com.br/fashion-law-analise-pratica-da-protacao-juridica-referente-ao-limite-entre-a-criacao-e-a-imitacao/)>. Acesso em:
15 nov. 2024.

ZORATTO, Mariele; EFING, Antônio Carlos. Das limitações **da relação entre direito da moda e direito de
propriedade intelectual**. Civilistica.com. **Rio de Janeiro**, v. 10, n. 1, 2021. Disponível em: <[http://
civilistica.com/das-limitacoes-da-relacao-entre-direito-da-moda/](http://civilistica.com/das-limitacoes-da-relacao-entre-direito-da-moda/)>. Acesso em: 14 nov. 2024.

Arquivo 1: [TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO- GABRIELA ASSIZ.docx](#) (6252 termos) **Arquivo 2:** [bdm.unb.br/bitstream/10483/33134/1/2022_LarissaPontesDiasMatos_tcc.pdf](#) (20847 termos) **Termos comuns:** 555 **Índice de similaridade antigo:** 2,09% **Novo índice de similaridade:** 8,87% **Índice de agrupamento:** Alto O texto abaixo é o conteúdo do documento **Arquivo 1**. Os termos em vermelho foram encontrados no documento **Arquivo 2**. Id da comparação: 7d5a4acba579207x113

FASHION LAW: A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NO SEGMENTO DA MODA À LUZ DA LEI No 9.610/98

Gabriela Assiz Rola de Aquino Oliveira [1: Graduanda em Direito na Universidade Católica do Salvador (UCSal). E-mail: gabrielaassiz.oliveira@ucsal.edu.br] Alexandre Barreiros de Carvalho Fonseca [2: Doutorando em Políticas Sociais e Cidadania na UCSal. Mestre em Filosofia pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Pós-Graduado em Direito do Estado pela Faculdade Baiana de Direito (FBD). Graduado em Filosofia pela UFBA. Graduado em **Direito pela UCSal**. Analista Judiciário **do Tribunal de Justiça da Bahia (TJBA).**]

RESUMO: Este trabalho pretende analisar **a proteção da propriedade intelectual no setor da moda à luz da Lei no 9.610/98**, com foco nos desafios jurídicos entre inspiração e cópia. A moda, enquanto expressão criativa e cultural, encontra dificuldades na delimitação do que constitui plágio ou apenas influência legítima, gerando incertezas jurídicas para designers e empresas. Por este motivo, a pesquisa investiga os limites da legislação brasileira **sobre direitos autorais aplicados às criações de moda**, considerando a originalidade como requisito essencial para proteção legal. A metodologia adotada será a bibliográfica, com abordagem hipotético-dedutiva, permitindo uma análise crítica das lacunas normativas existentes. O estudo busca compreender até que ponto a legislação vigente atende às necessidades do setor e se há necessidade de ajustes para garantir maior segurança jurídica. Conclui-se que a indefinição entre inspiração e cópia fragiliza **a proteção das criações de moda**, exigindo uma abordagem equilibrada que preserve a criatividade sem comprometer **os direitos autorais**.

PALAVRAS-CHAVE: FASHION LAW. INSPIRAÇÃO. CÓPIA. **PROPRIEDADE INTELECTUAL. DIREITO AUTORAL. MODA**

SUMÁRIO: 1. **Introdução**. 2. **A Moda e sua Indústria**. 2.1 Evolução Histórica **da Indústria da Moda**. 2.2 **A Moda como Fenômeno Social e os Desafios Jurídicos do Fashion Law**. 3. **Aplicabilidade da Lei de Direito Autoral**. 3.1. Requisitos de Atribuição de Autoria. 3.2. Direito Moral e Direito Patrimonial do Autor. 4.

Inspiração e Cópia no **Direito da Moda**: Limites e Implicações Jurídicas. 4.1. **Os Limites entre** Inspiração e Cópia: Fragilidade e Riscos à Proteção **Autoral na Moda**. 4.2. Análise do **Caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent**. 5. Conclusão. 6. **Referências** **INTRODUÇÃO**: A moda, para além de uma expressão estética ou fenômeno passageiro, constitui um reflexo complexo das transformações culturais, sociais, econômicas e comportamentais de uma sociedade. Ao longo da história, ela se consolidou como um instrumento de comunicação visual e simbólica, **por meio do** qual indivíduos e grupos expressam identidade, pertencimento, rebeldia e até poder. No contexto contemporâneo, essa manifestação se tornou também um setor produtivo de significativa relevância econômica, responsável por movimentar bilhões na economia global, empregando milhões de pessoas e influenciando diretamente outras indústrias, como publicidade, entretenimento e tecnologia. Entretanto, apesar de sua relevância cultural e econômica, a moda ainda se encontra à margem da efetiva proteção jurídica, especialmente **no que diz respeito aos direitos autorais e à propriedade intelectual**. A fluidez entre **os conceitos de inspiração e cópia**, característica intrínseca ao processo criativo da moda, desafia os limites **da legislação vigente**, principalmente no Brasil, onde a Lei no 9.610/98 não contempla, de forma clara e específica, **os produtos e processos próprios** desse segmento. Assim, **ainda que a criação de um estilista** seja fruto de esforço intelectual, com elementos artísticos, inovadores e criativos, nem sempre ela é reconhecida como obra protegida **pelo direito autoral**. É nesse ponto que se insere o **Fashion Law**, ou **Direito da Moda**, uma área emergente e interdisciplinar que busca estudar e regulamentar juridicamente as particularidades desse setor. Embora ainda não consolidado como ramo autônomo **no ordenamento jurídico brasileiro**, o **Fashion Law** vem ganhando espaço acadêmico e institucional, com o surgimento de comissões temáticas na OAB, eventos especializados e publicações científicas voltadas à análise de temas como plágio, concorrência desleal, direitos de imagem, contratos de licenciamento, sustentabilidade e **proteção da propriedade intelectual**. O presente trabalho tem como objetivo analisar **a proteção da propriedade intelectual no segmento da moda à luz da Lei no 9.610/98**, investigando **os limites entre** inspiração legítima e cópia indevida, além das dificuldades enfrentadas pelos designers e marcas na defesa **de suas criações**. A metodologia adotada é a bibliográfica, com abordagem hipotético-dedutiva, permitindo uma análise crítica **da legislação vigente e de sua aplicabilidade no setor**.

Parte-se da hipótese **de que a legislação** autoral brasileira, por não contemplar de forma clara as especificidades do **universo da moda**, é insuficiente **para garantir a proteção** eficaz das criações desse setor, favorecendo **a banalização da cópia** e comprometendo a segurança jurídica de estilistas e empresas. Para testar essa hipótese, a pesquisa percorre o desenvolvimento histórico e sociocultural da moda, os fundamentos jurídicos da proteção autoral, **os conceitos de autoria**, originalidade, **direitos morais e patrimoniais**, e, **por fim**, analisa o emblemático **caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent** como exemplo prático das limitações do sistema atual. A relevância do tema se justifica pela crescente valorização **da moda como** manifestação artística e produto intelectual, o que exige do Direito uma resposta mais efetiva diante das novas demandas sociais e econômicas. A análise aqui proposta pretende contribuir para o amadurecimento do debate sobre **a proteção jurídica das criações de moda e** para o fortalecimento **de uma cultura** jurídica mais sensível às

particularidades da criatividade contemporânea.

A MODA E SUA INDÚSTRIA

Evolução Histórica da Indústria da Moda

A moda teve seu surgimento identificado em um momento específico, desmistificando a ideia de que sempre existiu de maneira trans-histórica (Lipovetsky, 1987, p. 24). O conceito de moda, tal como se compreende hoje, começou a se delinear no Renascimento europeu, no século XV, quando o vestuário passou a assumir um papel social mais definido. Na corte de Borgonha, por exemplo, as roupas deixaram de ser apenas itens funcionais e passaram a representar status social, com determinadas cores sendo exclusivas para a nobreza. Esse sistema hierárquico do vestuário levou a um fenômeno recorrente na indústria da moda: a prática dos burgueses de imitar as vestimentas da nobreza, ao passo que os nobres, em resposta, buscavam constantemente inovar para manter a distinção. Posteriormente, esse movimento de imitação e inovação constante seria compreendido como tendência, um dos pilares fundamentais da moda, caracterizado pela efemeridade e pela renovação contínua dos estilos para diferenciar grupos sociais e estimular o consumo (Lobo, Pires & Marques, 2014, p. 16). Além dessa transformação social, o próprio termo "moda" tem uma evolução linguística significativa. O vocábulo moda deriva do latim modus, que significa "modo" ou "maneira". No século XV e início do XVI, a palavra mode surge na França, associada não apenas à forma de se vestir, mas também ao comportamento e ao estilo de vida. Já nas cidades italianas, no século XVII, surge a variação modanti, usada para descrever aqueles que seguiam as tendências da época, especialmente inspiradas pela elegância francesa. Inicialmente, o termo estava restrito às mudanças rápidas no vestuário da aristocracia, mas com o tempo passou a abranger também convenções sociais, decoração, pensamento, escrita e postura. (Debom, 2018, p. 8). Ademais, a moda, com o passar dos séculos, passa a ser impulsionada também pela busca incessante pelo novo, onde a mudança se torna um objetivo em si mesma. Nesse contexto, há uma ruptura com a imitação dos ancestrais e das tradições religiosas, abrindo espaço não apenas para as transformações sociais, mas também para uma renovação contínua, motivada pelo desejo de distinção e pela satisfação em se reinventar constantemente. (Debom, 2018, p. 10). A moda não é apenas um fenômeno estético passageiro, também se estabelece como um sistema que traduz o entendimento da sociedade sobre si mesma ou sobre a sua cultura. Ela não se limita ao vestuário, mas permeia diferentes áreas, como o consumo, a arte e até mesmo a política. Dessa forma, a moda testemunha a passagem do tempo, expressando comportamentos e transformações culturais ao longo da história, condensando sensibilidades de diferentes épocas (Cezar, 2019, p. 14). Dessa forma, a moda não se limita a uma manifestação efêmera do vestuário, mas se configura como um fenômeno dinâmico que acompanha e influencia as transformações sociais ao longo dos séculos. Seu desenvolvimento histórico demonstra que, além de refletir valores culturais e hierárquicos de cada época, a moda também atua como um meio de expressão individual e coletiva. Com o avanço das sociedades e das tecnologias, a indústria da moda se consolidou como um setor de grande relevância econômica e cultural, moldando comportamentos e identidades. Assim, compreender a evolução da moda não apenas resgata sua trajetória histórica, mas também permite uma análise mais ampla sobre

seu papel como agente de mudança e inovação na sociedade contemporânea. Dada a complexidade do fenômeno, este trabalho adota a vertente sociocultural e **jurídica da moda**, com ênfase nas implicações legais da criação no setor, especialmente no que tange **à propriedade intelectual**.

A Moda Como Fenômeno Social e os Desafios Jurídicos **do Fashion Law**

No contexto atual, a moda é vista como um fenômeno social difícil de definir devido à sua amplitude e à variedade de opiniões que suscita. Para alguns, é apenas um capricho, enquanto para outros, **uma forma de** tirania social. Há ainda quem a considere uma mudança gratuita, movida pelo amor à mudança, ou um fenômeno irracional e moralmente condenável. **De acordo com** Barber e Lobel, a moda possui muitos referentes abrangendo diferentes tipos de comportamentos sociais. Por isso, ao falar sobre **moda, é importante** delimitar suas coordenadas espaço-temporais para evitar generalizações imprecisas, conforme preconizado pelos lógicos medievais (Baldini, 2006, p. 10). Ademais, a moda, desde seu surgimento, se consolidou como um sistema que abrange constantes mudanças e influências em diversas áreas da vida social, como comportamentos, gostos, artes e linguagem. Esse fenômeno, caracterizado pela efemeridade e transformações rápidas, reflete um dispositivo social que transcende o vestuário e impacta múltiplos setores da coletividade (Calanca, 2008, p.13). **Embora a moda** influencie diversas áreas da vida social, ela se manifesta de forma mais evidente através das roupas e do modo de vestir. Esses setores se destacam como os principais espaços onde as novidades **da moda são** apresentadas **de maneira mais** impressionante. Na maioria dos estudos sobre moda e comportamento, o vestuário é visto como o ponto de partida e o foco principal da análise, pois é nesse campo que se tornam visíveis os aspectos mais significativos **do tema**. **Assim**, o modo de vestir desempenha um papel crucial na compreensão **da moda e** sua história. (Calanca, 2008, p.16). Por isso, diante da crescente influência **da moda e de sua** complexidade enquanto fenômeno social e econômico, surgem desafios jurídicos que acompanham sua evolução. Questões como proteção de criações, regulamentação da cadeia produtiva e combate **à concorrência desleal** tornaram-se **cada vez mais** relevantes. Nesse contexto, **o Direito da Moda** emerge como um campo especializado **do direito que** busca atender às demandas jurídicas do setor, lidando com **suas particularidades e** desafios (Efing e Zoratto, 2021, p. 3). **O Fashion Law** surgiu para suprir a ausência **de proteção às criações da indústria da moda**. Com o tempo, essa **área do direito** se expandiu e, atualmente, abrange todas **as questões jurídicas** relacionadas ao setor, **considerando suas particularidades**. (Nascimento, 2021). Assim, **o Direito da Moda se** consolida como um campo voltado a lidar com questões jurídicas que permeiam toda a cadeia produtiva da moda, abrangendo desde **a proteção de** criações e marcas até aspectos relacionados à sustentabilidade e à ética no setor, refletindo a complexidade social e econômica **que a moda** passou a representar na contemporaneidade (Efing e Zoratto, 2021, p. 3). Delineado o conceito e a relevância **do Direito da Moda, é fundamental** aprofundar a análise sobre sua origem e os momentos determinantes para sua consolidação como uma área jurídica específica. Embora **o Fashion Law**, conhecido como **Direito da Moda**, esteja ganhando notoriedade global

atualmente, seu desenvolvimento formal teve início nos Estados Unidos em 2006, na Fordham University, em Nova York, sob a liderança da advogada Susan Scafidi, fundadora do The Fashion Law Institute. Este instituto tornou-se uma referência na aplicação eficaz de leis que protegem marcas, com o objetivo de garantir a execução adequada e enfrentar atos de concorrência desleal. No entanto, apesar de sua relevância, o Fashion Law ainda não constitui um ramo autônomo do Direito, uma vez que não há uma legislação específica que aborde os conflitos da indústria da moda. Assim, sua prática envolve a aplicação de conceitos de diferentes áreas do direito, como o direito tributário e de propriedade intelectual, aplicados de forma direcionada às necessidades do setor (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 2). Para Susan Scafidi, o Fashion Law abrange toda a trajetória de um item de vestuário, desde sua concepção pelo designer até sua chegada ao consumidor. Esse campo envolve diversas questões jurídicas, sendo especialmente relacionado à propriedade intelectual, negócios e finanças, comércio internacional, regulamentação governamental, segurança, sustentabilidade, cultura do consumo e direitos civis. (Scafidi, 2012, p.11) No que se refere ao Brasil, a necessidade de proteção jurídica no setor da moda tem sido reconhecida, e algumas seções da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) já possuem comissões especializadas no Direito da Moda, como ocorre nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Pernambuco, Paraíba e no Distrito Federal. Essas iniciativas demonstram a importância crescente desse campo no cenário jurídico nacional (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 2-3). Dessa forma, torna-se evidente a necessidade de um estudo mais detalhado sobre o Direito da Moda, pois ele transcende a simples análise de tendências e vestuário, envolvendo aspectos jurídicos mais complexos que ainda carecem de uma compreensão aprofundada. Embora seja um tema menos explorado no Brasil, sua relevância é significativa para a resolução de litígios e a proteção de criações (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 3). Dentre os diversos desafios enfrentados pelo setor, a proteção da propriedade intelectual se destaca como um dos principais pilares do Fashion Law. A moda, por sua própria natureza, é baseada na criação e na inovação, o que torna essencial a existência de mecanismos jurídicos que garantam a exclusividade de determinadas criações e impeçam sua reprodução não autorizada. A ausência de proteção legal adequada pode prejudicar designers e empresas, incentivando cópias indiscriminadas e desvalorizando o mercado criativo (Plácido, 2015). De acordo com Denis Borges Barbosa, a propriedade intelectual é conceituada da seguinte forma: A Convenção da OMPI define como Propriedade intelectual, a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico (Barbosa, 2003, p-10).

Dito isso, a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) estabeleceu uma distinção dentro do campo da propriedade intelectual, separando-a em propriedade industrial e direito autoral. Essa

categorização permite **que a legislação** brasileira trate **o direito da moda de maneira mais** específica para cada situação. (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 9). Compreender **o Fashion Law** e suas particularidades permite enxergar **a necessidade de** regulamentações mais robustas, especialmente no que tange **à proteção da propriedade intelectual**. Nesse sentido, **a Lei de Direito Autoral** surge como **um dos principais** instrumentos **para garantir a** exclusividade **das criações no setor da moda**. A seguir, será analisada sua aplicabilidade e eficácia diante dos desafios desse mercado.

APLICABILIDADE DA LEI DE DIREITO AUTORAL

Requisitos de Atribuição de Autoria

De acordo com a jornalista e advogada Elisângela Dias Menezes, **trata-se, pois, o Direito Autoral, de um conjunto de** privilégios de natureza **ao mesmo tempo** pessoal e patrimonial, cuja aquisição originária está vinculada diretamente ao exercício da criatividade artística, científica ou literária. Em resumo, **é o conjunto de** direitos resultantes das concepções da inteligência materializadas **sob a forma de** arte ou cultura? (Menezes, 2007, p. 20). Essa definição evidencia que **o direito autoral nasce a partir da criação** intelectual, o que fundamenta a análise dos requisitos legais para a atribuição de autoria. Nesse mesmo sentido, Bittar (2019) reforça que **o Direito Autoral é um ramo do Direito** Privado destinado a regulamentar as relações jurídicas que envolvem a criação e a exploração econômica **de obras intelectuais** estéticas, abarcando os campos da literatura, das artes e das ciências. Embora pertença majoritariamente à esfera privada, **trata-se de um** direito que também possui normas de ordem pública, com **o objetivo de** assegurar sua efetividade. Historicamente, sua evolução está fortemente ligada à valorização do criador e **à proteção dos** vínculos entre este e os frutos de seu intelecto. **No ordenamento jurídico brasileiro**, os principais requisitos de atribuição de autoria, encontram-se respaldado pela **Constituição Federal de** 1988, em seu artigo 5º, incisos XXVII, XXVIII e XXIX, e **pela Lei no** 9.610/98. A Constituição assegura **a proteção das criações** intelectuais, prevendo **o direito exclusivo de utilização, publicação** e reprodução de obras (art. 5º, XXVII), **a proteção às participações em obras coletivas e** aos direitos conexos (art. 5º, XXVIII), e o **estímulo à inovação tecnológica com a proteção da propriedade intelectual** (art. 5º, XXIX). De maneira complementar, a Lei no 9.610/98 estabelece **a proteção às** obras intelectuais, abrangendo criações do domínio artístico, literário ou científico, desde que apresentem originalidade. O artigo 7º especifica que são consideradas **obras intelectuais protegidas** aquelas **"expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte"**. O artigo 11 define que "autor é a pessoa física criadora da obra", enquanto o artigo 13 dispõe que, **na ausência de** prova em contrário, presume-se autor aquele que tiver seu nome indicado ou anunciado como tal na utilização da obra, por meio das formas de identificação previstas no artigo anterior, conforme o costume. Essa legislação busca resguardar três principais interesses: o **do criador**, o da sociedade e o dos investidores intermediários. O criador é protegido tanto **em relação aos** direitos patrimoniais quanto aos direitos morais sobre sua obra. A sociedade, **por sua vez**, tem garantias que envolvem educação, pesquisa, comunicação, cultura, entre outros aspectos. Já os intermediários desempenham **o papel de**

conectar e harmonizar esses interesses (Maia, 2016, p. 8). Dentro desse cenário, destaca-se como o primeiro requisito essencial de atribuição de autoria, portanto, a originalidade. A obra deve apresentar **um grau mínimo de criatividade** que a distinga de outras criações já existentes. No **setor da moda**, **isso significa que a peça** desenvolvida deve conter elementos inovadores, resultantes de escolhas criativas do designer, como o corte, a combinação de materiais, cores, estampas, formas ou até mesmo o conceito artístico embutido na coleção. O simples fato **de uma peça** ser funcional ou utilitária não basta; ela precisa incorporar valor estético singular e expressão pessoal do criador. Contudo, **na indústria da moda**, essa originalidade é particularmente desafiadora. Muitas peças são inspiradas em estilos anteriores ou em tendências culturais e artísticas. Isso torna difícil traçar **o limite entre** a inspiração legítima, que é natural no processo criativo, **e a cópia**, que pode configurar plágio e ensejar a responsabilização civil. **Por isso**, é necessário observar se a nova criação apresenta elementos visuais, estruturais ou conceituais que a distingam de outras obras já conhecidas, sob risco de violar **os direitos autorais de** terceiros. O segundo requisito importante é a individualidade da obra, ou seja, ela deve ser resultado de um esforço intelectual pessoal, e não uma reprodução mecânica de modelos preexistentes. No **universo da moda**, onde as tendências se renovam constantemente e a linha entre inspiração legítima e cópia é tênue, essa exigência se torna especialmente complexa de ser aplicada. A proteção autoral, nesse sentido, **não se aplica** a ideias genéricas, estilos ou conceitos abstratos, mas sim à forma concreta como esses elementos são organizados e expressos. Com isso, a doutrina apresenta sete requisitos **para a proteção** autoral, que ajudam a delimitar a titularidade da obra: i) o autor deve ser uma pessoa física; ii) a criação deve ser atribuível ao autor; iii) o objeto protegido precisa ser uma produção intelectual; iv) a criação deve estar materializada, configurando um meio de comunicação (fixação); v) não pode haver qualquer proibição legal sobre a proteção; vi) a obra deve ser inédita, ou seja, não constituir cópia de outra já existente; e vii) deve apresentar um contributo mínimo em sua concepção (LIMA, 2021, p. 49). **Em suma**, a atribuição de autoria, no contexto **da Lei no 9.610/98**, envolve **uma série de** requisitos que visam **garantir a proteção das obras** intelectuais, respeitando **os direitos do** criador e estimulando a produção intelectual, sendo **a distinção entre** inspiração e cópia, portanto, um dos pontos centrais na análise da autoria no contexto **da moda**. A inspiração é legítima quando promove a transformação criativa, gerando uma nova expressão estética, já a cópia se configura quando há reprodução substancial **da obra original**, com alterações meramente superficiais. Assim, no campo **do Fashion Law**, é essencial estabelecer esse limite entre inspiração e cópia na prática para assegurar que seja feita da maneira devida a atribuição autoral, atingindo, assim, o principal objetivo **do Direito Autoral**: proteger a originalidade e **a propriedade intelectual** sem engessar o processo criativo.

Direito Moral e Direito Patrimonial **do Autor**

A Lei no 9.610/98, que regulamenta **os direitos autorais** no Brasil, distingue dois conjuntos fundamentais de prerrogativas conferidas ao criador **de uma obra** intelectual: **os direitos morais e os direitos**

patrimoniais, previstos no **artigo 22 da lei**. Ambos possuem funções distintas, mas são igualmente essenciais **para a proteção** plena da criação autoral, inclusive no **segmento da moda**. **Os direitos morais** estão previstos entre **os artigos 22 e 27** da referida legislação e referem-se à ligação pessoal e permanente entre o autor e sua obra. Tais direitos garantem, por exemplo, **a possibilidade de** o criador reivindicar a autoria a qualquer tempo, exigir que seu nome seja indicado sempre **que a obra** for utilizada, bem como assegurar a integridade da criação, opondo-se a alterações que possam comprometer sua reputação (art. 24, I, II e IV). **Além disso, a** norma concede ao autor **o direito de** conservar sua obra inédita, modificá-la, ou até mesmo retirá-la de circulação, sempre que sua exposição causar prejuízo à sua imagem (art. 24, III, V e VI). Vale destacar que, mesmo após o falecimento do criador, certos direitos morais são transmitidos aos seus sucessores, garantindo a perpetuidade **da proteção à** identidade autoral (art. 24, §1o). Outro ponto relevante é a previsão **de que esses** direitos são inalienáveis e irrenunciáveis, conforme expressamente estabelece o **artigo 27 da Lei**, o que reforça o caráter personalíssimo dessa esfera **de proteção**. **Por sua vez, os direitos patrimoniais**, disciplinados **a partir do artigo 28 da** mesma lei, dizem respeito à exploração econômica da obra. Nessa perspectiva, cabe exclusivamente ao autor decidir sobre **a utilização de sua criação** por terceiros, mediante autorização prévia e, em regra, mediante remuneração. Assim, ele pode permitir **ou não a** reprodução, distribuição, edição, exibição, adaptação e quaisquer outras formas **de aproveitamento econômico** da obra. **No campo da moda**, tais previsões são **de extrema relevância**, especialmente **diante da dificuldade de** comprovação da originalidade e da autoria em um setor altamente influenciado por tendências e referências comuns. Justamente **por isso, é fundamental estabelecer** critérios jurídicos que auxiliem na distinção entre obras autorais genuínas e cópias derivadas de criações anteriores. Essa distinção impacta diretamente o exercício dos direitos patrimoniais: enquanto a inspiração pode resultar em uma nova obra protegida e economicamente explorável por seu criador, **a cópia pode** configurar **violação de direitos autorais**. Quando uma criação é considerada cópia, **os direitos morais e patrimoniais do autor** são diretamente afetados. O autor pode buscar a reparação por violação moral, como o uso não autorizado de seu nome ou a modificação de sua obra, e também por violação patrimonial, exigindo a reparação financeira pelo uso indevido **de sua criação**. Essas medidas podem incluir a retirada de circulação das peças copiadas, a indenização pelo lucro cessante e, em alguns casos, a imposição de medidas inibitórias para evitar novas violações. Assim, compreender e aplicar **os direitos morais e patrimoniais** é fundamental para proteger os designers contra o uso indevido **de suas criações** e garantir-lhes reconhecimento e remuneração justa. Embora distintos, **os direitos morais e patrimoniais** são complementares e interdependentes. Enquanto os primeiros garantem ao autor a preservação de sua identidade intelectual e reputação, os segundos viabilizam a exploração econômica da obra. **Dessa forma, a** proteção conferida pela legislação não se limita ao aspecto financeiro, mas abrange também a dignidade do criador como sujeito de direitos, sendo indispensável **para a análise** das consequências jurídicas decorrentes de criações inspiradas em tendências ou indevidamente copiadas de terceiros. **Além disso, a** doutrina reforça **a ideia de que os direitos autorais** possuem uma estrutura dual (combinando dimensões **morais e patrimoniais**) que são complementares e indissociáveis no contexto **da**

proteção à criação intelectual. Como explica Bittar (2019, p. 25), "os direitos autorais gozam de estruturação em que se inserem caracteres reais, exatamente em sua face patrimonial", o que justifica sua proteção jurídica robusta quanto à exploração econômica da obra. Ainda segundo o autor, os direitos autorais se diferenciam de outros ramos da propriedade intelectual por não exigirem registro como condição de proteção, sendo suficiente a originalidade da forma para sua validação legal. Isso reforça o entendimento de que a proteção da obra se inicia com sua criação e não com sua formalização em cadastros oficiais, elemento essencial em um setor criativo como o da moda, em que a inovação e a autoria nem sempre estão acompanhadas de registros formais.

INSPIRAÇÃO E CÓPIA NO DIREITO DA MODA: LIMITES E IMPLICAÇÕES JURÍDICAS

Os Limites entre Inspiração e Cópia: Fragilidade e Riscos à Proteção Autoral na Moda À luz das considerações anteriormente delineadas, restou evidente que a compreensão dos limites entre inspiração e cópia é essencial para a proteção das criações no setor da moda. Etimologicamente, o termo "inspirar" deriva do latim *inspirare*, que significa "soprar para dentro". Essa origem sugere a ideia de infundir algo novo, uma centelha criativa que dá origem a uma obra original. Por outro lado, "copiar" provém do latim *copiare*, que remete à ação de transcrever ou reproduzir algo já existente. Enquanto a inspiração implica transformação e originalidade, a cópia envolve reprodução fiel e, muitas vezes, não autorizada. Essa diferenciação, ainda que clara em sua origem linguística, mostra-se bastante difusa no campo jurídico e criativo da moda, como será aprofundado a seguir. Diante dessa imprecisão conceitual, o ordenamento jurídico busca estabelecer parâmetros que ajudem a identificar quando há uma simples influência criativa e quando ocorre uma reprodução que fere a originalidade da obra. Dito isso, no âmbito jurídico, a inspiração é considerada legítima e aceita pelas leis, enquanto a reprodução integral ou imitação deve ser reprimida conforme as normas que regem a propriedade intelectual, abrangendo o direito autoral. Entretanto, a distinção entre inspiração e cópia é bastante subjetiva, tornando desafiadora a delimitação clara entre esses dois conceitos (Vieira, 2022, p. 13). Nesse sentido, o fenômeno de copiar para Oliveira (2019, p. 32): Trata-se de uma captura mimetizada dos elementos do design original, como o espírito, a elegância, a forma, os materiais, o padrão, sem a aposição do logotipo ou da marca nos produtos. Essa prática, segundo o autor, está profundamente enraizada na lógica da indústria da moda, marcada pela tensão constante entre originalidade e imitação. A juíza Renata Mota Maciel, no processo no 1066278-93.2019.8.26.0100, observou que "a atividade criativa neste ramo envolve o conceito amplo de 'inspiração', tornando, muitas vezes, bastante desafiadora a distinção entre cópia ou imitação e inspiração a partir de coleções previamente desenvolvidas por outros estilistas". Além disso, as tendências de moda refletem determinados estilos, peças de roupas, acessórios, calçados, bem como cores, formatos e materiais que atendem ao gosto de um público específico em um período ou estação. É comum que os designers procurem inspirações em fontes semelhantes, o que pode resultar em criações convergentes durante a mesma temporada. Contudo, a influência das tendências não deve anular o processo criativo individual dos estilistas no desenvolvimento de suas coleções (VIEIRA, 2022, p. 13).

Desse modo, observa-se a dificuldade em definir com precisão **o limite entre o que se** caracteriza como inspiração ou cópia, **uma vez que a distinção entre os dois** conceitos é sutil e indefinida. Portanto, **a partir das** análises bibliográficas **sobre o tema**, percebe-se que a principal dificuldade enfrentada **pela indústria da moda em relação à proteção da propriedade intelectual** reside na delimitação entre inspiração legítima e cópia. Dessa forma uma análise criteriosa dos limites entre inspiração e cópia, fundamentada na legislação atual e em critérios específicos deve ser feita em prol de um equilíbrio entre a liberdade criativa e **a proteção dos direitos autorais**, contribuindo **para o desenvolvimento** de um ambiente mais justo, sustentável e seguro no **setor da moda**. A dificuldade legal enfrentada **pela indústria da moda é a** delimitação clara entre inspiração excessiva e cópia, amplificada pela subjetividade das interpretações jurídicas e pelas lacunas **da Lei No 9.610/1998**. Essa indefinição gera insegurança jurídica para designers e empresas, dificultando **a proteção de** criações. Uma abordagem criteriosa, que aplique parâmetros objetivos e adequados à legislação vigente, é essencial para equilibrar a liberdade criativa e **a proteção de direitos autorais**, fortalecendo a segurança jurídica no setor, pois devido a ausência de materialização **e por conseguinte**, regularização, **a maioria dos** casos de Fashion Law esbarram nesse problema. Portanto, compreender **os limites entre** inspiração e cópia não é apenas um exercício conceitual, mas uma exigência prática diante dos inúmeros conflitos que surgem no **setor da moda**. O estudo das implicações jurídicas desses conceitos demonstra que, sem critérios objetivos e instrumentos de proteção eficazes, os autores ficam à mercê de interpretações subjetivas e decisões inconsistentes. Nesse contexto, o emblemático **caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent** revela, na prática, as fragilidades do sistema jurídico ao lidar com a tênue fronteira entre criação legítima e reprodução indevida. A seguir, será analisado esse caso paradigmático, que ilustra com precisão os desafios enfrentados pelo Fashion Law na aplicação **da legislação vigente**.

Análise do **Caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent**

O **caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent (YSL)** tornou-se um marco jurídico internacional e é amplamente citado nos estudos sobre Fashion Law. Ele revela, de forma concreta, **os limites e** as dificuldades enfrentadas na **proteção da propriedade intelectual na** moda, especialmente **quando se trata de** elementos não convencionais, como a cor **de um produto**. A disputa teve início em 2011, quando a marca Louboutin processou **a YSL por** vender modelos de sapatos com a sola vermelha ? característica visual amplamente associada à identidade da Louboutin. O ponto de conflito estava no fato **de que a YSL** produziu calçados totalmente vermelhos, incluindo o salto, corpo e sola, o que, segundo Louboutin, configurava uma violação à sua marca registrada **nos Estados Unidos** para a sola vermelha contrastante. Inicialmente, **a corte de** primeira instância rejeitou o pedido de Louboutin, entendendo que cores, **por si só**, não **são passíveis de proteção** como marca. Contudo, essa decisão foi reformada pela Corte de Apelações do Segundo Circuito, que reconheceu a validade da marca apenas nos casos **em que a** sola vermelha se apresenta em contraste com o restante do calçado. **A Corte de** Apelações do Segundo Circuito reformou a decisão de primeira instância e reconheceu a validade da marca Louboutin, desde que aplicada em contraste com o restante do calçado. Conforme destacado no parecer judicial:

?Louboutin?s trademark, consisting of a red, lacquered outsole on a high fashion woman?s shoe, when limited to uses in which the red outsole contrasts with the color of the remainder of the shoe, has acquired ?secondary meaning? as a distinctive symbol that identifies the Louboutin brand? (UNITED STATES COURT OF APPEALS, 2013). [3: ?A **marca registrada da** Louboutin, composta por uma sola vermelha envernizada em um sapato feminino de alta-costura, quando limitada a usos **em que a** sola vermelha contrasta com a cor do restante do sapato, adquiriu "significado secundário" **como um símbolo** distintivo que identifica a marca Louboutin .?]

Essa conclusão evidencia como **a proteção da** identidade visual na moda esbarra em exigências de distintividade **cada vez mais** rígidas, **fazendo com que** o reconhecimento jurídico dependa de elementos formais, como o contraste da cor, e não apenas da originalidade criativa. Assim, mesmo diante **de uma criação** inovadora amplamente reconhecida, como a sola vermelha de Louboutin, a proteção não é plena e a linha entre uma inspiração legítima e uma cópia proibida permanece frágil e sujeita à interpretação judicial. Esse caso ilustra de forma exemplar os desafios **que a moda** enfrenta ao buscar proteção para elementos estéticos e não funcionais **de suas criações**. A controvérsia gira **em torno de** limites imprecisos entre estética protegível e uso funcional ou genérico, demonstrando como as interpretações jurídicas podem variar **de acordo com o** contexto e o mercado envolvido. **Mais do que uma** mera disputa entre duas **marcas de luxo**, o caso materializa a dificuldade em separar **o que é** inspiração aceitável e **o que é** apropriação indevida ? exatamente o ponto nevrálgico **do presente trabalho**. A decisão judicial, ao restringir a proteção ao uso contrastante **da sola vermelha**, deixou claro que mesmo um símbolo amplamente reconhecido pode ter sua exclusividade relativizada se o uso **por outra marca** não causar confusão ou se inserir em outro contexto visual. **Dessa forma**, o caso Louboutin x YSL evidencia **que a proteção de** signos visuais na moda exige análise casuística, técnica e cultural, tornando a linha entre inspiração e cópia ainda mais fluida e, por vezes, injusta para o criador original. Além disso, destaca **como o direito** tradicional, baseado em categorias rígidas de marca, utilidade ou originalidade, **muitas vezes não** acompanha a complexidade da criação estética **na moda**, o que enfraquece o sistema de proteção autoral no setor. **Apesar de ter** sido julgado sob a legislação norte-americana, o caso Louboutin x YSL tem valor paradigmático para o debate no Brasil, pois revela a mesma lacuna enfrentada **no ordenamento jurídico** nacional: a ausência de critérios objetivos para definir até que ponto uma criação **pode ser protegida** e quando ela deixa **de ser uma** inspiração legítima para se tornar uma cópia passível de repressão jurídica. No contexto brasileiro, onde a Lei no 9.610/98 não trata de forma específica **as criações de moda**, os desafios são ainda maiores, e o precedente estrangeiro serve como alerta para a necessidade urgente de reflexão doutrinária e evolução legislativa no país. No Brasil, onde a legislação autoral (Lei no 9.610/98) carece de dispositivos específicos **para a moda**, a situação é ainda mais delicada. O caso internacional serve como referência para compreendermos como a ausência de critérios objetivos e a dependência da interpretação subjetiva do Judiciário afetam diretamente a segurança jurídica dos estilistas, incentivando o uso estratégico da "inspiração" como

escudo para cópias disfarçadas. Portanto, o conflito entre Louboutin e YSL não apenas reforça a relevância da distinção entre inspiração e cópia, como também comprova, na prática, a fragilidade da **proteção da propriedade intelectual no campo da moda**. Trata-se de um exemplo emblemático que ecoa os mesmos dilemas enfrentados por inúmeros criadores **ao redor do mundo**, especialmente aqueles que não dispõem da mesma estrutura jurídica ou visibilidade midiática para defender suas obras.

CONCLUSÃO A partir da análise teórica e prática realizada neste trabalho, foi possível compreender **que a proteção da propriedade intelectual no segmento da moda** ainda enfrenta barreiras significativas **no ordenamento jurídico brasileiro**. Embora a Lei no 9.610/98 contemple, em tese, obras intelectuais de natureza artística e criativa, sua aplicação à moda esbarra **na ausência de** parâmetros objetivos para definir **o que é** originalidade nesse campo, **o que é passível de proteção**, e como distinguir, de forma clara e segura, a linha tênue entre inspiração e cópia. **A indústria da moda, por sua natureza** efêmera e cíclica, é um terreno fértil para a apropriação de ideias, estilos, silhuetas e tendências. Isso não significa, **no entanto, que a** ausência de proteção jurídica deva ser tolerada. Ao contrário, **a banalização da** cópia pode desestimular a inovação, prejudicar economicamente os verdadeiros criadores e comprometer o desenvolvimento sustentável e ético do setor. A pesquisa demonstrou **que os estilistas** brasileiros, em especial os independentes ou em início de carreira, são os mais vulneráveis diante da lacuna normativa e da morosidade do sistema judicial. O estudo **do Fashion Law** revelou-se fundamental para compreender os múltiplos aspectos jurídicos que permeiam a cadeia produtiva da moda, evidenciando que a ausência de uma legislação específica não impede a aplicação integrada de normas já existentes **? como o direito autoral**, o direito industrial, o direito contratual **e o direito** do consumidor **?**, mas torna urgente o desenvolvimento de mecanismos mais apropriados à realidade do setor. A jurisprudência brasileira ainda é escassa e, em muitos casos, contraditória, o que reforça a insegurança jurídica vivida por criadores e empreendedores do ramo. A análise do **caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent**, **por sua vez**, permitiu ilustrar as dificuldades enfrentadas **até mesmo em** sistemas jurídicos mais avançados, como o norte-americano. **A discussão sobre** o uso exclusivo da cor vermelha na sola dos calçados mostrou que nem mesmo símbolos fortemente associados a uma marca estão plenamente protegidos quando confrontados com conceitos como funcionalidade, ausência de confusão e liberdade criativa. Esse caso, paradigmático, oferece aprendizados relevantes para o contexto brasileiro, **ao mesmo tempo** em que evidencia a fragilidade do sistema de proteção quando os critérios de avaliação permanecem subjetivos. Além disso, **é importante destacar que a proteção da propriedade intelectual na moda não** beneficia apenas os grandes nomes da indústria, mas tem impacto direto sobre pequenos empreendedores, estilistas independentes e marcas emergentes. Em um cenário de competitividade acentuada e **produção em larga escala**, garantir segurança jurídica para esses agentes significa fomentar a diversidade criativa, estimular a economia local e promover um mercado mais justo. A ausência de mecanismos eficazes de proteção contribui para a desigualdade de oportunidades e favorece práticas abusivas, como o roubo de ideias e a apropriação indevida **por empresas maiores** e mais estruturadas. Diante de todo o exposto, conclui-se **que a legislação** atual precisa evoluir para acompanhar a

complexidade do **mercado da moda**, **que** exige celeridade, inovação e segurança jurídica. **É fundamental que** o **ordenamento jurídico brasileiro** reconheça a moda como expressão legítima **de criação intelectual**, passível de tutela eficaz e coerente com os princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana, da valorização do trabalho e **da proteção à propriedade intelectual**. O avanço **do Fashion Law** no Brasil depende, portanto, da conjugação entre produção acadêmica qualificada, atuação institucional proativa e modernização legislativa, **de modo a** assegurar um ambiente mais justo, ético e protetivo **para todos os** agentes envolvidos na construção desse fenômeno que é, simultaneamente, cultural, estético, social e econômico.

REFERÊNCIAS

BALDINI, Massimo. A invenção **da moda: as** teorias, os estilistas, a história. Lisboa: Edições 70, 2006.

BARBOSA, Denis Borges. Uma Introdução À Propriedade Intelectual. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003, p. 10. E-book. Disponível em: <https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/introducao_pi.pdf>. Acesso em 25.mar.2025

BITTAR, Carlos Alberto. Direito do Autor. 7a ed. rev. ampl. atual. Rio de Janeiro: Forense. 2019. p. 25.

BRASIL. Lei no 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 20 fev. 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm>. Acesso em: 15 nov. 2024.

CALANCA, Daniela. História social da moda. São Paulo: Ed. SENAC, 2008.

Cezar, Marina Seibert. Moda e gênero [recurso eletrônico] : corpo político, cultura material e convenções na construção da aparência / Marina Seibert Cezar. ? Novo Hamburgo : Feevale, 2019.

DEBOM, Paulo. Moda: nascimento, conceito e história. Veredas da História, [online], v. 11, n. 2, p. 7-25, dez. 2018. ISSN 1982-4238. Disponível em: <inserir link>. Acesso em: 21 abr. 2025.

FASHION NETWORK. Louboutin x YSL: o veredito final. Disponível em: <<https://br.fashionnetwork.com/news/Louboutin-x-ysl-o-veredito-final,194297.html>>. Acesso em: 25 mai. 2025.

KR?MÁROVÁ, Anna. Fashion Law (Direito da Moda). 2017. Tese (Doutorado). Charles University, Praga. Disponível em: <<https://is.cuni.cz/webapps/zzp/download/150038497>>. Acesso em: 15 nov. 2024.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo : Companhia das Letras, 1987.

LOBO, Renato Nogueiro; PIRES, Erika Thalita Navas; MARQUES, Rosiane do Nascimento. História e sociologia da moda: evolução e fenômenos culturais. 1. ed. São Paulo: Érica, 2014.

MAIA, Livia Barboza. A proteção do Direito da Moda pela Propriedade Intelectual. Revista da ABPI, n. 141, p. 3-13, Mar./Abr. 2016. Disponível em: <<https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/a907-livia-barboza-maia.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2024.

Menezes. Elisângela Dias. Curso de Direito Autoral. Belo Horizonte: Del Rey, 2007. p. 20

NASCIMENTO, Flávia. Fashion Law ? O Direito da Moda. JusBrasil, 2021. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/artigos/fashion-law-o-direito-da-moda/1293042787>>. Acesso em 25

mar.2025.

OLIVEIRA, Tiago de. A Protecção Jurídica Das Criações De Moda. Coimbra, Portugal: Edições Almedina, maio/2019.

PLÁCIDO, Lucila de Castro. Fashion Law: a relevância jurídica da moda. In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XVIII, n. 134, mar. 2015. Disponível em:

<<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-134/fashion-law-a-relevancia-juridica-da-moda/>>.
Acesso em: 25 mar.2025.

PÚBLICO. Na Europa, as solas de Louboutin não deverão ser protegidas. 07 fev. 2018. Disponível em:
<[https://www.publico.pt/2018/02/07/culto/noticia/
na-europa-as-solas-de-louboutin-nao-deverao-ser-protegidas-1802294](https://www.publico.pt/2018/02/07/culto/noticia/na-europa-as-solas-de-louboutin-nao-deverao-ser-protegidas-1802294)>. Acesso em: 25 mai. 2025.

REUTERS, Carlo Allegri. Na Europa, as famosas solas Louboutin não deverão ser protegidas. 7 fev. 2018. In:
Culto. Disponível em: <[https://www.publico.pt/2018/02/07/culto/noticia/
naeuropa-as-solas-de-louboutin-nao-deverao-ser-protegidas-1802294](https://www.publico.pt/2018/02/07/culto/noticia/naeuropa-as-solas-de-louboutin-nao-deverao-ser-protegidas-1802294)>. Acesso: 25 mai. 2025.

RODRIGUES, D. L. de O.; GUERRA, Álvaro R. L.; FREITAS, W. R. de; FONSECA, R. M. de A.; LEMOS, M. L.
Fashion Law: Direito da Moda sob a Perspectiva da Propriedade Intelectual e o Trade Dress. Revista
Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, v. 10, n. 6, p. 3801?3823, 2024. Disponível em:
<<https://doi.org/10.51891/rease.v10i6.13738>>. Acesso em: 15 nov. 2024.

SCAFIDI, Susan. Fiat Fashion Law! The launch of a label and a new branch of law. In: SILVANIC, M. (Ed.).
Navigating Fashion Law: leading lawyers on exploring the trends, cases, and strategies of fashion law. Coletânea
inside the minds. New York: Aspatore Books, 2012.

UNITED STATES COURT OF APPEALS. Christian Louboutin S.A. v. Yves Saint Laurent America Holding, Inc.,
11-3303-cv. Decisão de 8 mar. 2013. Disponível em: <[https://law.justia.com/cases/federal
/appellate-courts/ca2/11-3303/11-3303-2013-03-08.html](https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/ca2/11-3303/11-3303-2013-03-08.html)>. Acesso em: 25 mai. 2025.

VIEIRA, Sofia Castelo. Proteção **Jurídica da Moda**: Confronto entre Inspiração e Cópia. 2022. Disponível em:
<<http://eventoscopq.mackenzie.br/index.php/jornada/xviii/paper/viewFile/3046/2110>>. Acesso em: 15 nov.
2024.

YANG, Gabriella Tavares. Fashion Law: Análise prática da **Proteção Jurídica** referente ao Limite entre a Criação e
a Imitação. Revista Âmbito Jurídico. Disponível em: <[https://ambitojuridico.com.br/
fashion-law-analise-pratica-da-protacao-juridica-referente-ao-limite-entre-a-criacao-e-a-imitacao/](https://ambitojuridico.com.br/fashion-law-analise-pratica-da-protacao-juridica-referente-ao-limite-entre-a-criacao-e-a-imitacao/)>. Acesso em:
15 nov. 2024.

ZORATTO, Mariele; EFING, Antônio Carlos. **Das limitações da relação entre direito da moda e direito de
propriedade intelectual**. *Civilistica.com*. Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, 2021. Disponível em: <[http://
civilistica.com/das-limitacoes-da-relacao-entre-direito-da-moda/](http://civilistica.com/das-limitacoes-da-relacao-entre-direito-da-moda/)>. Acesso em: 14 nov. 2024.

Arquivo 1: [TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO- GABRIELA ASSIZ.docx](#) (6252 termos) **Arquivo 2:** [repositorio.ufba.br/bitstream/ri/15656/3/direito_autoral_propriedade_intelectual_plagio_RI.pdf](#) (42798 termos)
Termos comuns: 542 **Índice de similaridade antigo:** 1,11% **Novo índice de similaridade:** 8,66% **Índice de agrupamento:** Alto O texto abaixo é o conteúdo do documento **Arquivo 1**. Os termos em vermelho foram encontrados no documento **Arquivo 2**. Id da comparação: 64c5ba0f913a7bcx101

FASHION LAW: **A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NO SEGMENTO DA MODA À LUZ DA LEI** No 9.610/98

Gabriela Assiz Rola de Aquino Oliveira [1: Graduanda em Direito na **Universidade Católica do Salvador (UCSal)**. E-mail: gabrielaassiz.oliveira@ucsal.edu.br] Alexandre Barreiros de Carvalho Fonseca [2: Doutorando em Políticas Sociais e Cidadania na UCSal. Mestre em Filosofia **pela Universidade Federal da Bahia (UFBA)**. Pós-Graduado em Direito do Estado pela Faculdade Baiana de Direito (FBD). Graduado em Filosofia pela UFBA. Graduado em Direito pela UCSal. Analista Judiciário **do Tribunal de Justiça da Bahia (TJBA)**.]

RESUMO: Este trabalho pretende analisar **a proteção da propriedade intelectual** no setor da moda **à luz da Lei** no 9.610/98, com foco nos desafios jurídicos entre inspiração e cópia. A moda, enquanto expressão criativa e cultural, encontra dificuldades na delimitação do que constitui plágio ou apenas influência legítima, gerando incertezas jurídicas para designers e empresas. Por este motivo, a pesquisa investiga **os limites da legislação brasileira sobre direitos autorais** aplicados às criações de moda, considerando a originalidade como requisito essencial para proteção legal. A metodologia adotada será a bibliográfica, com abordagem hipotético-dedutiva, permitindo uma análise crítica das lacunas normativas existentes. O estudo busca compreender até que ponto a legislação vigente atende às necessidades do setor e se **há necessidade de** ajustes para garantir maior segurança jurídica. Conclui-se que a indefinição entre inspiração e cópia fragiliza **a proteção das criações** de moda, exigindo uma abordagem equilibrada que preserve a criatividade sem comprometer **os direitos autorais**.

PALAVRAS-CHAVE: FASHION LAW. INSPIRAÇÃO. CÓPIA. PROPRIEDADE INTELECTUAL. DIREITO AUTORAL. MODA

SUMÁRIO: 1. Introdução. 2. A Moda e sua Indústria. 2.1 Evolução Histórica da Indústria da Moda. 2.2 A Moda como Fenômeno Social e os Desafios Jurídicos do Fashion Law. 3. Aplicabilidade **da Lei de Direito**

Autoral. 3.1. Requisitos de **Atribuição de Autoria**. 3.2. Direito Moral e **Direito Patrimonial do Autor**. 4. Inspiração e Cópia no Direito da Moda: Limites e Implicações Jurídicas. 4.1. Os Limites entre Inspiração e Cópia: Fragilidade e Riscos à Proteção Autoral na Moda. 4.2. Análise do Caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent. 5. Conclusão. 6. Referências

INTRODUÇÃO: A moda, para além de uma expressão estética ou fenômeno passageiro, constitui um reflexo complexo das transformações culturais, sociais, econômicas e comportamentais **de uma sociedade**. **Ao longo da história**, ela se consolidou como um instrumento de comunicação visual e simbólica, **por meio do qual** indivíduos e grupos expressam identidade, pertencimento, rebeldia e até poder. No contexto contemporâneo, essa manifestação se tornou também um setor produtivo de significativa relevância econômica, responsável por movimentar bilhões na economia global, empregando milhões **de pessoas e** influenciando diretamente outras indústrias, como publicidade, entretenimento e tecnologia. Entretanto, apesar de sua relevância cultural e econômica, a moda ainda se encontra à margem da efetiva proteção jurídica, especialmente **no que diz respeito aos direitos autorais e à propriedade intelectual**. A fluidez entre os conceitos de inspiração e cópia, característica intrínseca ao processo criativo da moda, desafia **os limites da** legislação vigente, principalmente no Brasil, onde a **Lei no 9.610/98** não contempla, **de forma clara e** específica, os produtos e processos próprios desse segmento. Assim, **ainda que a criação de um** estilista seja fruto de esforço intelectual, com elementos artísticos, inovadores e criativos, nem sempre ela é **reconhecida como obra protegida pelo direito autorial**. É nesse ponto que se insere o Fashion Law, ou Direito da Moda, uma área emergente e interdisciplinar que busca estudar e regulamentar juridicamente as particularidades desse setor. Embora ainda não consolidado como ramo autônomo **no ordenamento jurídico brasileiro**, o Fashion Law vem ganhando espaço acadêmico e institucional, **com o surgimento de** comissões temáticas na OAB, eventos especializados e publicações científicas voltadas à análise de temas como plágio, concorrência desleal, direitos de imagem, **contratos de licenciamento**, sustentabilidade e **proteção da propriedade intelectual**. O presente trabalho **tem como objetivo** analisar **a proteção da propriedade intelectual no** segmento da moda **à luz da Lei no 9.610/98**, investigando os limites entre inspiração legítima e cópia indevida, além das dificuldades enfrentadas pelos designers e marcas **na defesa de** suas criações. A metodologia adotada é a bibliográfica, com abordagem hipotético-dedutiva, permitindo uma análise crítica da legislação vigente e de sua aplicabilidade no setor.

Parte-se da hipótese **de que a legislação** autoral brasileira, por não contemplar **de forma clara** as especificidades do universo da moda, é insuficiente para garantir a proteção eficaz das criações desse setor, favorecendo a banalização da cópia e comprometendo a segurança jurídica de estilistas e empresas. Para testar essa hipótese, a pesquisa percorre o desenvolvimento histórico e sociocultural da moda, os fundamentos jurídicos da proteção autoral, os conceitos de autoria, originalidade, **direitos morais e patrimoniais**, e, **por fim**, analisa o emblemático caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent como exemplo prático das limitações do sistema atual. A relevância do tema se justifica pela crescente valorização da moda como manifestação artística e produto intelectual, **o que exige do** Direito uma resposta mais efetiva diante das novas demandas sociais e econômicas. A análise aqui proposta pretende **contribuir para o** amadurecimento do debate **sobre a**

proteção jurídica das criações de moda e para o fortalecimento de uma cultura jurídica mais sensível às particularidades da criatividade contemporânea.

A MODA E SUA INDÚSTRIA

Evolução Histórica da Indústria da Moda

A moda teve seu surgimento identificado em um momento específico, desmistificando a ideia de que sempre existiu de maneira trans-histórica (Lipovetsky, 1987, p. 24). O conceito de moda, tal como se compreende hoje, começou a se delinear no Renascimento europeu, no século XV, quando o vestuário passou a assumir um papel social mais definido. Na corte de Borgonha, por exemplo, as roupas deixaram de ser apenas itens funcionais e passaram a representar status social, com determinadas cores sendo exclusivas para a nobreza. Esse sistema hierárquico do vestuário levou a um fenômeno recorrente na indústria da moda: a prática dos burgueses de imitar as vestimentas da nobreza, ao passo que os nobres, em resposta, buscavam constantemente inovar para manter a distinção. Posteriormente, esse movimento de imitação e inovação constante seria compreendido como tendência, um dos pilares fundamentais da moda, caracterizado pela efemeridade e pela renovação contínua dos estilos para diferenciar grupos sociais e estimular o consumo (Lobo, Pires & Marques, 2014, p. 16). Além dessa transformação social, o próprio termo "moda" tem uma evolução linguística significativa. O vocábulo moda deriva do latim *modus*, que significa "modo" ou "maneira". No século XV e início do XVI, a palavra *mode* surge na França, associada não apenas à forma de se vestir, mas também ao comportamento e ao estilo de vida. Já nas cidades italianas, no século XVII, surge a variação *modanti*, usada para descrever aqueles que seguiam as tendências da época, especialmente inspiradas pela elegância francesa. Inicialmente, o termo estava restrito às mudanças rápidas no vestuário da aristocracia, mas com o tempo passou a abranger também convenções sociais, decoração, pensamento, escrita e postura. (Debom, 2018, p. 8). Ademais, a moda, com o passar dos séculos, passa a ser impulsionada também pela busca incessante pelo novo, onde a mudança se torna um objetivo em si mesma. Nesse contexto, há uma ruptura com a imitação dos ancestrais e das tradições religiosas, abrindo espaço não apenas para as transformações sociais, mas também para uma renovação contínua, motivada pelo desejo de distinção e pela satisfação em se reinventar constantemente. (Debom, 2018, p. 10). A moda não é apenas um fenômeno estético passageiro, também se estabelece como um sistema que traduz o entendimento da sociedade sobre si mesma ou sobre a sua cultura. Ela não se limita ao vestuário, mas permeia diferentes áreas, como o consumo, a arte e até mesmo a política. Dessa forma, a moda testemunha a passagem do tempo, expressando comportamentos e transformações culturais ao longo da história, condensando sensibilidades de diferentes épocas (Cezar, 2019, p. 14). Dessa forma, a moda não se limita a uma manifestação efêmera do vestuário, mas se configura como um fenômeno dinâmico que acompanha e influencia as transformações sociais ao longo dos séculos. Seu desenvolvimento histórico demonstra que, além de refletir valores culturais e hierárquicos de cada época, a moda também atua como um meio de expressão individual e coletiva. Com o avanço das sociedades e das tecnologias, a indústria da moda se consolidou como um setor de grande relevância econômica e cultural, moldando comportamentos e identidades. Assim, compreender a evolução da

moda não apenas resgata sua trajetória histórica, mas também permite uma análise mais ampla sobre seu papel como agente de mudança e inovação **na sociedade contemporânea**. Dada a complexidade do fenômeno, este trabalho adota a vertente sociocultural e jurídica da moda, com ênfase nas implicações legais **da criação no setor, especialmente no que tange à propriedade intelectual**.

A Moda Como Fenômeno Social e os Desafios Jurídicos do Fashion Law

No contexto atual, a moda é vista como um fenômeno social difícil de definir **devido à sua** amplitude e à variedade de opiniões que suscita. Para alguns, **é apenas um** capricho, enquanto para outros, **uma forma de** tirania social. Há ainda quem a considere uma mudança gratuita, movida pelo amor à mudança, ou um fenômeno irracional e moralmente condenável. **De acordo com** Barber e Lobel, a moda possui muitos referentes abrangendo **diferentes tipos de** comportamentos sociais. Por isso, ao falar sobre moda, é importante delimitar suas coordenadas espaço-temporais para evitar generalizações imprecisas, conforme preconizado pelos lógicos medievais (Baldini, 2006, p. 10). Ademais, a moda, desde seu surgimento, se consolidou como **um sistema que** abrange constantes mudanças e influências em diversas áreas da vida social, como comportamentos, gostos, artes e linguagem. Esse fenômeno, caracterizado pela efemeridade e transformações rápidas, reflete um dispositivo social que transcende o vestuário e impacta múltiplos setores da coletividade (Calanca, 2008, p.13). Embora a moda influencie diversas áreas da vida social, ela se manifesta **de forma mais** evidente através das roupas **e do modo** de vestir. Esses setores se destacam como os principais espaços onde as novidades da moda são apresentadas de maneira mais impressionante. Na maioria dos estudos sobre moda e comportamento, o vestuário é visto como o **ponto de partida e o foco principal da** análise, pois é nesse campo que se tornam visíveis os aspectos mais significativos do tema. Assim, **o modo de** vestir desempenha um papel crucial na compreensão da moda e sua história. (Calanca, 2008, p.16). Por isso, diante da crescente influência da moda e de sua complexidade enquanto fenômeno social e econômico, surgem desafios jurídicos que acompanham sua evolução. Questões como proteção de criações, regulamentação da cadeia produtiva e combate **à concorrência desleal** tornaram-se **cada vez mais** relevantes. **Nesse contexto, o Direito da** Moda emerge como um campo especializado **do direito que** busca atender às demandas jurídicas do setor, lidando com suas particularidades e desafios (Efing e Zoratto, 2021, p. 3). O Fashion Law surgiu para suprir **a ausência de** proteção às criações da indústria da moda. **Com o tempo,** essa área do direito se expandiu e, atualmente, abrange **todas as questões** jurídicas relacionadas ao setor, considerando suas particularidades. (Nascimento, 2021). **Assim, o Direito da** Moda se consolida como um campo voltado a lidar com questões jurídicas que permeiam toda a cadeia produtiva da moda, abrangendo desde **a proteção de** criações e marcas até aspectos relacionados à sustentabilidade e à ética no setor, refletindo a complexidade social e econômica que a moda passou a representar na contemporaneidade (Efing e Zoratto, 2021, p. 3). Delineado o conceito **e a relevância do Direito da** Moda, é fundamental aprofundar a análise sobre sua origem e os momentos determinantes para sua consolidação como uma área jurídica específica.

Embora o Fashion Law, conhecido como Direito da Moda, esteja ganhando notoriedade global atualmente, seu desenvolvimento formal teve início **nos Estados Unidos** em 2006, na Fordham University, em Nova York, sob a liderança da advogada Susan Scafidi, fundadora do "The Fashion Law Institute". Este instituto tornou-se uma referência na aplicação eficaz de leis que protegem marcas, **com o objetivo de garantir a** execução adequada e enfrentar atos de concorrência desleal. **No entanto, apesar de** sua relevância, o Fashion Law ainda não constitui **um ramo autônomo do Direito, uma vez que não há** uma legislação específica que aborde os conflitos da indústria da moda. Assim, sua prática envolve **a aplicação de** conceitos **de diferentes áreas do direito, como o direito** tributário e **de propriedade intelectual**, aplicados de forma direcionada às necessidades do setor (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 2). Para Susan Scafidi, o Fashion Law abrange toda a trajetória de um item de vestuário, desde sua concepção pelo designer até sua chegada ao consumidor. Esse campo envolve diversas questões jurídicas, sendo especialmente relacionado **à propriedade intelectual**, negócios e finanças, comércio internacional, regulamentação governamental, segurança, sustentabilidade, cultura do consumo e direitos civis. (Scafidi, 2012, p.11) **No que se refere ao** Brasil, **a necessidade de** proteção jurídica no setor da moda tem sido reconhecida, e algumas seções **da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB)** já possuem comissões especializadas no Direito da Moda, como ocorre nos estados **de São Paulo, Rio de Janeiro**, Pernambuco, Paraíba e no Distrito Federal. Essas iniciativas demonstram a importância crescente desse campo no cenário jurídico nacional (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 2-3). Dessa forma, torna-se evidente **a necessidade de um estudo** mais detalhado **sobre o Direito da** Moda, pois ele transcende a simples análise de tendências e vestuário, envolvendo aspectos jurídicos mais complexos que ainda carecem de uma compreensão aprofundada. Embora seja um tema menos explorado no Brasil, sua relevância é significativa **para a resolução de** litígios e **a proteção de** criações (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 3). Dentre os diversos desafios enfrentados pelo setor, **a proteção da propriedade intelectual se** destaca **como um dos principais** pilares do Fashion Law. A moda, **por sua própria natureza**, é baseada na criação e na inovação, o que torna essencial **a existência de** mecanismos jurídicos que garantam a exclusividade de determinadas criações e impeçam sua **reprodução não autorizada**. **A ausência de** proteção legal adequada pode prejudicar designers e empresas, incentivando cópias indiscriminadas e desvalorizando o mercado criativo (Plácido, 2015). **De acordo com** Denis Borges Barbosa, **a propriedade intelectual é** conceituada **da seguinte forma: A Convenção da OMPI** define como **Propriedade intelectual**, a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico (Barbosa, 2003, p-10).

Dito isso, **a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI)** estabeleceu uma distinção dentro do

campo da propriedade intelectual, separando-a em propriedade industrial e direito autoral. Essa categorização permite que a legislação brasileira trate o direito da moda de maneira mais específica para cada situação. (Rodrigues, Guerra, Freitas, Fonseca e Lemos, 2024, p. 9). Compreender o Fashion Law e suas particularidades permite enxergar a necessidade de regulamentações mais robustas, especialmente no que tange à proteção da propriedade intelectual. Nesse sentido, a Lei de Direito Autoral surge como um dos principais instrumentos para garantir a exclusividade das criações no setor da moda. A seguir, será analisada sua aplicabilidade e eficácia diante dos desafios desse mercado.

APLICABILIDADE DA LEI DE DIREITO AUTORAL

Requisitos de Atribuição de Autoria

De acordo com a jornalista e advogada Elisângela Dias Menezes, trata-se, pois, o Direito Autoral, de um conjunto de privilégios de natureza ao mesmo tempo pessoal e patrimonial, cuja aquisição originária está vinculada diretamente ao exercício da criatividade artística, científica ou literária. Em resumo, é o conjunto de direitos resultantes das concepções da inteligência materializadas sob a forma de arte ou cultura? (Menezes, 2007, p. 20). Essa definição evidencia que o direito autoral nasce a partir da criação intelectual, o que fundamenta a análise dos requisitos legais para a atribuição de autoria. Nesse mesmo sentido, Bittar (2019) reforça que o Direito Autoral é um ramo do Direito Privado destinado a regulamentar as relações jurídicas que envolvem a criação e a exploração econômica de obras intelectuais estéticas, abarcando os campos da literatura, das artes e das ciências. Embora pertença majoritariamente à esfera privada, trata-se de um direito que também possui normas de ordem pública, com o objetivo de assegurar sua efetividade. Historicamente, sua evolução está fortemente ligada à valorização do criador e à proteção dos vínculos entre este e os frutos de seu intelecto. No ordenamento jurídico brasileiro, os principais requisitos de atribuição de autoria, encontram-se respaldado pela Constituição Federal de 1988, em seu artigo 5º, incisos XXVII, XXVIII e XXIX, e pela Lei no 9.610/98. A Constituição assegura a proteção das criações intelectuais, prevendo o direito exclusivo de utilização, publicação e reprodução de obras (art. 5º, XXVII), a proteção às participações em obras coletivas e aos direitos conexos (art. 5º, XXVIII), e o estímulo à inovação tecnológica com a proteção da propriedade intelectual (art. 5º, XXIX). De maneira complementar, a Lei no 9.610/98 estabelece a proteção às obras intelectuais, abrangendo criações do domínio artístico, literário ou científico, desde que apresentem originalidade. O artigo 7º especifica que são consideradas obras intelectuais protegidas aquelas "expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte". O artigo 11 define que "autor é a pessoa física criadora da obra", enquanto o artigo 13 dispõe que, na ausência de prova em contrário, presume-se autor aquele que tiver seu nome indicado ou anunciado como tal na utilização da obra, por meio das formas de identificação previstas no artigo anterior, conforme o costume. Essa legislação busca resguardar três principais interesses: o do criador, o da sociedade e o dos investidores intermediários. O criador é protegido tanto em relação aos direitos patrimoniais quanto aos direitos morais sobre sua obra. A sociedade, por sua vez, tem garantias que envolvem educação,

pesquisa, comunicação, cultura, entre outros aspectos. Já os intermediários desempenham o papel de conectar e harmonizar esses interesses (Maia, 2016, p. 8). Dentro desse cenário, destaca-se como o primeiro requisito essencial de atribuição de autoria, portanto, a originalidade. A obra deve apresentar um grau mínimo de criatividade que a distinga de outras criações já existentes. No setor da moda, isso significa que a peça desenvolvida deve conter elementos inovadores, resultantes de escolhas criativas do designer, como o corte, a combinação de materiais, cores, estampas, formas ou até mesmo o conceito artístico embutido na coleção. O simples fato de uma peça ser funcional ou utilitária não basta; ela precisa incorporar valor estético singular e expressão pessoal do criador. Contudo, na indústria da moda, essa originalidade é particularmente desafiadora. Muitas peças são inspiradas em estilos anteriores ou em tendências culturais e artísticas. Isso torna difícil traçar o limite entre a inspiração legítima, que é natural no processo criativo, e a cópia, que pode configurar plágio e ensejar a responsabilização civil. Por isso, é necessário observar se a nova criação apresenta elementos visuais, estruturais ou conceituais que a distingam de outras obras já conhecidas, sob risco de violar os direitos autorais de terceiros. O segundo requisito importante é a individualidade da obra, ou seja, ela deve ser resultado de um esforço intelectual pessoal, e não uma reprodução mecânica de modelos preexistentes. No universo da moda, onde as tendências se renovam constantemente e a linha entre inspiração legítima e cópia é tênue, essa exigência se torna especialmente complexa de ser aplicada. A proteção autoral, nesse sentido, não se aplica a ideias genéricas, estilos ou conceitos abstratos, mas sim à forma concreta como esses elementos são organizados e expressos. Com isso, a doutrina apresenta sete requisitos para a proteção autoral, que ajudam a delimitar a titularidade da obra: i) o autor deve ser uma pessoa física; ii) a criação deve ser atribuível ao autor; iii) o objeto protegido precisa ser uma produção intelectual; iv) a criação deve estar materializada, configurando um meio de comunicação (fixação); v) não pode haver qualquer proibição legal sobre a proteção; vi) a obra deve ser inédita, ou seja, não constituir cópia de outra já existente; e vii) deve apresentar um contributo mínimo em sua concepção (LIMA, 2021, p. 49). Em suma, a atribuição de autoria, no contexto da Lei no 9.610/98, envolve uma série de requisitos que visam garantir a proteção das obras intelectuais, respeitando os direitos do criador e estimulando a produção intelectual, sendo a distinção entre inspiração e cópia, portanto, um dos pontos centrais na análise da autoria no contexto da moda. A inspiração é legítima quando promove a transformação criativa, gerando uma nova expressão estética, já a cópia se configura quando há reprodução substancial da obra original, com alterações meramente superficiais. Assim, no campo do Fashion Law, é essencial estabelecer esse limite entre inspiração e cópia na prática para assegurar que seja feita da maneira devida a atribuição autoral, atingindo, assim, o principal objetivo do Direito Autoral: proteger a originalidade e a propriedade intelectual sem engessar o processo criativo.

Direito Moral e Direito Patrimonial do Autor

A Lei no 9.610/98, que regulamenta os direitos autorais no Brasil, distingue dois conjuntos fundamentais

de prerrogativas conferidas ao criador **de uma obra intelectual: os direitos morais e os direitos patrimoniais, previstos no artigo 22** da lei. Ambos possuem funções distintas, mas são igualmente essenciais **para a proteção** plena da criação autoral, inclusive no segmento da moda. **Os direitos morais** estão previstos entre os artigos 22 e 27 da referida legislação e referem-se à ligação pessoal e permanente entre o autor e sua obra. Tais direitos garantem, por exemplo, **a possibilidade de** o criador **reivindicar a autoria a qualquer tempo**, exigir que seu nome seja indicado **sempre que a obra** for utilizada, bem como assegurar a integridade da criação, opondo-se a alterações que possam comprometer sua reputação (art. 24, I, II e IV). Além disso, a norma concede ao autor **o direito de** conservar sua obra inédita, modificá-la, ou até mesmo retirá-la de circulação, sempre que sua exposição causar prejuízo à sua imagem (art. 24, III, V e VI). Vale destacar que, mesmo após o falecimento do criador, certos direitos morais são transmitidos aos seus sucessores, garantindo a perpetuidade da proteção à identidade autoral (art. 24, §1o). Outro ponto relevante é a previsão de que esses direitos são inalienáveis e irrenunciáveis, conforme expressamente estabelece **o artigo 27 da Lei, o que** reforça o caráter personalíssimo dessa esfera de proteção. **Por sua vez, os direitos patrimoniais**, disciplinados **a partir do artigo 28** da mesma lei, **dizem respeito à exploração econômica** da obra. Nessa perspectiva, cabe exclusivamente ao autor decidir sobre **a utilização de sua criação** por terceiros, mediante **autorização prévia e**, em regra, mediante remuneração. Assim, ele pode permitir ou não **a reprodução, distribuição**, edição, exibição, adaptação e quaisquer **outras formas de** aproveitamento econômico da obra. **No campo da moda**, tais previsões **são de extrema** relevância, especialmente diante da dificuldade de comprovação da originalidade e da autoria em um setor altamente influenciado por tendências e referências comuns. Justamente por isso, é fundamental estabelecer critérios jurídicos que auxiliem na distinção entre obras autorais genuínas e cópias derivadas de criações anteriores. Essa distinção impacta diretamente **o exercício dos direitos patrimoniais**: enquanto a inspiração pode **resultar em uma nova obra protegida e** economicamente explorável por **seu criador**, a cópia pode configurar **violação de direitos autorais**. **Quando** uma criação é considerada cópia, **os direitos morais e patrimoniais do autor são** diretamente afetados. **O autor pode** buscar a reparação por violação moral. **como o uso** não autorizado de seu nome ou a modificação **de sua obra**, e também por violação patrimonial, exigindo a reparação financeira pelo **uso indevido de sua criação**. Essas medidas podem incluir a retirada de circulação das peças copiadas, a indenização pelo lucro cessante e, **em alguns casos**, a imposição de medidas inibitórias para evitar novas violações. Assim, compreender e aplicar **os direitos morais e patrimoniais é fundamental para** proteger os designers contra **o uso indevido de suas criações e** garantir-lhes reconhecimento e remuneração justa. Embora distintos, **os direitos morais e patrimoniais** são complementares e interdependentes. Enquanto os primeiros garantem **ao autor a** preservação de sua identidade intelectual e reputação, os segundos viabilizam **a exploração econômica** da obra. Dessa **forma, a proteção** conferida pela legislação não se limita ao aspecto financeiro, mas abrange também a dignidade do criador como sujeito de direitos, sendo indispensável para a análise das consequências jurídicas decorrentes de criações inspiradas em tendências ou indevidamente copiadas de terceiros. Além disso, a doutrina reforça **a ideia de que os direitos autorais** possuem uma estrutura dual (

combinando dimensões **morais e patrimoniais**) que são complementares e indissociáveis no contexto da proteção à **criação intelectual**. Como explica Bittar (2019, p. 25), "os **direitos autorais** gozam de estruturação **em que se** inserem caracteres reais, exatamente em sua face patrimonial", o que justifica sua proteção jurídica robusta quanto à **exploração econômica** da obra. Ainda segundo o **autor**, **os direitos autorais** se diferenciam de outros ramos da **propriedade intelectual** por não exigirem registro como condição de proteção, sendo suficiente a originalidade da forma para sua validação legal. Isso reforça **o entendimento de que a proteção da obra se** inicia com **sua criação e não** com sua formalização em cadastros oficiais, elemento essencial em um setor criativo como o da moda, **em que a** inovação e a autoria nem sempre estão acompanhadas de registros formais.

INSPIRAÇÃO E CÓPIA NO DIREITO DA MODA: LIMITES E IMPLICAÇÕES JURÍDICAS

Os Limites entre Inspiração e Cópia: Fragilidade e Riscos à Proteção Autoral na Moda À luz das considerações anteriormente delineadas, restou evidente que a **compreensão dos limites** entre inspiração e cópia é essencial **para a proteção das criações** no setor da moda. Etimologicamente, o termo "inspirar" deriva do latim *inspirare*, que significa "soprar para dentro". Essa origem sugere **a ideia de** infundir algo novo, uma centelha criativa que dá origem a uma obra original. **Por outro lado**, "copiar" provém do latim *copiare*, que remete à ação de transcrever ou reproduzir algo já existente. Enquanto a inspiração implica transformação e originalidade, a cópia envolve reprodução fiel e, **muitas vezes, não** autorizada. Essa diferenciação, ainda que clara em sua origem linguística, mostra-se bastante difusa no campo jurídico e criativo da moda, como será aprofundado a seguir. Diante dessa imprecisão conceitual, **o ordenamento jurídico** busca estabelecer parâmetros que ajudem a identificar quando há uma simples influência criativa e quando ocorre uma reprodução que fere a originalidade da obra. Dito isso, **no âmbito jurídico**, a inspiração é considerada legítima e aceita pelas leis, enquanto a reprodução integral ou imitação deve ser reprimida conforme as normas que regem **a propriedade intelectual**, abrangendo **o direito autoral**. Entretanto, **a distinção entre** inspiração e cópia é bastante subjetiva, tornando desafiadora a delimitação clara **entre esses dois** conceitos (Vieira, 2022, p. 13). **Nesse sentido**, o fenômeno de copiar para Oliveira (2019, p. 32): Trata-se de uma captura mímica **dos elementos do** design original, como o espírito, a elegância, a forma, os materiais, o padrão, sem a aposição do logotipo ou da marca nos produtos. Essa prática, segundo **o autor**, **está** profundamente enraizada na lógica da indústria da moda, marcada pela tensão constante entre originalidade e imitação. A juíza Renata Mota Maciel, no processo no 1066278-93.2019.8.26.0100, observou que **"a atividade criativa** neste ramo envolve o conceito amplo de 'inspiração', tornando, muitas vezes, bastante desafiadora **a distinção entre** cópia ou imitação e inspiração **a partir de** coleções previamente desenvolvidas por outros estilistas". **Além disso**, as tendências de moda refletem determinados estilos, peças de roupas, acessórios, calçados, bem como cores, formatos e materiais que atendem ao gosto de um público específico em um período ou estação. É comum que os designers procurem inspirações em fontes semelhantes, **o que pode** resultar em criações convergentes durante a mesma temporada. Contudo, a influência das tendências não deve anular **o processo criativo** individual dos estilistas **no**

desenvolvimento de suas coleções (VIEIRA, 2022, p. 13). Desse modo, observa-se a dificuldade em definir com precisão o limite entre o que se caracteriza como inspiração ou cópia, uma vez que a distinção entre os dois conceitos é sutil e indefinida. Portanto, a partir das análises bibliográficas sobre o tema, percebe-se que a principal dificuldade enfrentada pela indústria da moda em relação à proteção da propriedade intelectual reside na delimitação entre inspiração legítima e cópia. Dessa forma uma análise criteriosa dos limites entre inspiração e cópia, fundamentada na legislação atual e em critérios específicos deve ser feita em prol de um equilíbrio entre a liberdade criativa e a proteção dos direitos autorais, contribuindo para o desenvolvimento de um ambiente mais justo, sustentável e seguro no setor da moda. A dificuldade legal enfrentada pela indústria da moda é a delimitação clara entre inspiração excessiva e cópia, amplificada pela subjetividade das interpretações jurídicas e pelas lacunas da Lei No 9.610/1998. Essa indefinição gera insegurança jurídica para designers e empresas, dificultando a proteção de criações. Uma abordagem criteriosa, que aplique parâmetros objetivos e adequados à legislação vigente, é essencial para equilibrar a liberdade criativa e a proteção de direitos autorais, fortalecendo a segurança jurídica no setor, pois devido a ausência de materialização e por conseguinte, regularização, a maioria dos casos de Fashion Law esbarram nesse problema. Portanto, compreender os limites entre inspiração e cópia não é apenas um exercício conceitual, mas uma exigência prática diante dos inúmeros conflitos que surgem no setor da moda. O estudo das implicações jurídicas desses conceitos demonstra que, sem critérios objetivos e instrumentos de proteção eficazes, os autores ficam à mercê de interpretações subjetivas e decisões inconsistentes. Nesse contexto, o emblemático caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent revela, na prática, as fragilidades do sistema jurídico ao lidar com a tênue fronteira entre criação legítima e reprodução indevida. A seguir, será analisado esse caso paradigmático, que ilustra com precisão os desafios enfrentados pelo Fashion Law na aplicação da legislação vigente.

Análise do Caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent

O caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent (YSL) tornou-se um marco jurídico internacional e é amplamente citado nos estudos sobre Fashion Law. Ele revela, de forma concreta, os limites e as dificuldades enfrentadas na proteção da propriedade intelectual na moda, especialmente quando se trata de elementos não convencionais, como a cor de um produto. A disputa teve início em 2011, quando a marca Louboutin processou a YSL por vender modelos de sapatos com a sola vermelha ? característica visual amplamente associada à identidade da Louboutin. O ponto de conflito estava no fato de que a YSL produziu calçados totalmente vermelhos, incluindo o salto, corpo e sola, o que, segundo Louboutin, configurava uma violação à sua marca registrada nos Estados Unidos para a sola vermelha contrastante. Inicialmente, a corte de primeira instância rejeitou o pedido de Louboutin, entendendo que cores, por si só, não são passíveis de proteção como marca. Contudo, essa decisão foi reformada pela Corte de Apelações do Segundo Circuito, que reconheceu a validade da marca apenas nos casos em que a sola vermelha se apresenta em contraste com o restante do calçado. A Corte de Apelações do Segundo Circuito reformou a decisão de primeira instância e reconheceu a validade da marca Louboutin, desde que aplicada em contraste com o restante do calçado. Conforme

destacado no parecer judicial:

“Louboutin’s trademark, consisting of a red, lacquered outsole on a high fashion woman’s shoe, when limited to uses in which the red outsole contrasts with the color of the remainder of the shoe, has acquired “secondary meaning” as a distinctive symbol that identifies the Louboutin brand” (UNITED STATES COURT OF APPEALS, 2013). [3: “A marca registrada da Louboutin, composta por uma sola vermelha envernizada em um sapato feminino de alta-costura, quando limitada a usos **em que a** sola vermelha contrasta com a cor do restante do sapato, adquiriu “significado secundário” como um símbolo distintivo que identifica a marca Louboutin .”]Essa conclusão evidencia

como **a proteção da** identidade visual na moda esbarra em exigências de distintividade **cada vez mais** rígidas, fazendo **com que o** reconhecimento jurídico dependa de elementos formais, como o contraste da cor, e não apenas da originalidade criativa. Assim, mesmo diante de uma criação inovadora amplamente reconhecida, como a sola vermelha de Louboutin, a proteção não é plena e a linha entre uma inspiração legítima e uma cópia proibida permanece frágil e sujeita à interpretação judicial. Esse caso ilustra de forma exemplar os desafios que a moda enfrenta ao buscar proteção para elementos estéticos e não funcionais de suas criações. A controvérsia gira em torno de limites imprecisos entre estética protegível e uso funcional ou genérico, demonstrando como as interpretações jurídicas podem **vari**ar de acordo com o contexto e o mercado envolvido. Mais do que uma mera disputa entre duas marcas de luxo, o caso materializa a dificuldade em separar **o que é** inspiração aceitável e **o que é** apropriação indevida ? exatamente o ponto nevrálgico do presente trabalho. A decisão judicial, ao restringir **a proteção ao** uso contrastante da sola vermelha, deixou claro que mesmo um símbolo amplamente reconhecido pode ter sua exclusividade relativizada se o uso por outra marca não causar confusão ou se inserir em outro contexto visual. Dessa forma, o caso Louboutin x YSL evidencia **que a proteção de** signos visuais na moda exige análise casuística, técnica e cultural, tornando a linha entre inspiração e cópia ainda mais fluida e, por vezes, injusta para o criador original. Além disso, destaca **como o direito** tradicional, baseado em categorias rígidas de marca, utilidade ou originalidade, **muitas vezes não** acompanha a complexidade da criação estética na moda, o que enfraquece **o sistema de proteção autoral** no setor. **Apesar de ter sido** julgado sob a legislação norte-americana, o caso Louboutin x YSL tem valor paradigmático **para o debate** no Brasil, pois revela a mesma lacuna enfrentada **no ordenamento jurídico nacional: a ausência de** critérios objetivos para definir até que ponto uma criação pode ser protegida e quando ela **deixa de ser uma** inspiração legítima para se tornar uma cópia passível de repressão jurídica. **No contexto brasileiro,** onde **a Lei no 9.610/98** não trata **de forma específica** as criações de moda, os desafios são ainda maiores, e o precedente estrangeiro serve como alerta para a necessidade urgente de reflexão doutrinária e evolução legislativa no país. No Brasil, onde a legislação autoral (Lei no 9.610/98) carece de dispositivos específicos para a moda, a situação é ainda mais delicada. O caso internacional serve **como referência para** compreendermos como **a ausência de** critérios objetivos e **a dependência da** interpretação subjetiva do Judiciário afetam

diretamente a segurança jurídica dos estilistas, incentivando o uso estratégico da "inspiração" como escudo para cópias disfarçadas. Portanto, o conflito entre Louboutin e YSL não apenas reforça a relevância da distinção entre inspiração e cópia, como também comprova, na prática, a fragilidade da **proteção da propriedade intelectual no campo da moda**. Trata-se de um exemplo emblemático que ecoa os mesmos dilemas enfrentados por inúmeros criadores ao redor do mundo, especialmente aqueles que não dispõem da mesma estrutura jurídica ou visibilidade midiática para defender suas obras.

CONCLUSÃO A partir da análise teórica e prática realizada neste trabalho, foi possível compreender **que a proteção da propriedade intelectual no segmento da moda ainda enfrenta barreiras significativas no ordenamento jurídico brasileiro**. Embora a Lei no 9.610/98 contemple, em tese, obras intelectuais de natureza artística e criativa, sua aplicação à moda esbarra na ausência de parâmetros objetivos para definir **o que é originalidade nesse campo, o que é passível de proteção, e como distinguir, de forma clara e segura, a linha tênue entre inspiração e cópia**. A indústria da moda, por sua natureza efêmera e cíclica, é um terreno fértil para **a apropriação de ideias, estilos, silhuetas e tendências**. Isso não significa, no entanto, **que a ausência de proteção jurídica deva ser tolerada**. Ao contrário, a banalização da cópia pode desestimular a inovação, prejudicar economicamente os verdadeiros criadores e comprometer o desenvolvimento sustentável e ético do setor. A pesquisa demonstrou que os estilistas brasileiros, em especial os independentes ou em início de carreira, são os mais vulneráveis diante da lacuna normativa e da morosidade do sistema judicial. **O estudo do Fashion Law** revelou-se fundamental para compreender os múltiplos aspectos jurídicos que permeiam a cadeia produtiva da moda, evidenciando **que a ausência de uma legislação específica não impede a aplicação integrada de normas já existentes ? como o direito autoral, o direito industrial, o direito contratual e o direito do consumidor ?**, mas torna urgente **o desenvolvimento de mecanismos** mais apropriados à realidade do setor. A jurisprudência brasileira ainda é escassa **e, em muitos casos**, contraditória, o que reforça a insegurança jurídica vivida por criadores e empreendedores do ramo. A análise do caso Christian Louboutin x Yves Saint Laurent, **por sua vez**, permitiu ilustrar as dificuldades enfrentadas até mesmo em sistemas jurídicos mais avançados, como o norte-americano. A discussão **sobre o uso exclusivo da cor vermelha na sola dos calçados** mostrou que nem mesmo símbolos fortemente associados a uma marca estão plenamente protegidos quando confrontados com conceitos como funcionalidade, ausência de confusão e liberdade criativa. Esse caso, paradigmático, oferece aprendizados relevantes para o contexto brasileiro, **ao mesmo tempo em que evidencia a fragilidade do sistema de proteção** quando os critérios de avaliação permanecem subjetivos. Além disso, é importante **destacar que a proteção da propriedade intelectual na moda não beneficia apenas os grandes nomes da indústria**, mas tem impacto direto sobre pequenos empreendedores, estilistas independentes e marcas emergentes. Em um cenário de competitividade acentuada e produção em larga escala, garantir segurança jurídica para esses agentes significa fomentar a diversidade criativa, estimular a economia local e promover um mercado mais justo. **A ausência de mecanismos eficazes de proteção** contribui para a desigualdade de oportunidades e favorece práticas abusivas, como **o roubo de ideias e a apropriação indevida por empresas maiores e mais estruturadas**.

Diante **de todo o** exposto, conclui-se **que a legislação** atual precisa evoluir para acompanhar a complexidade do mercado da moda, que exige celeridade, inovação e segurança jurídica. É fundamental que **o ordenamento jurídico brasileiro** reconheça a moda como expressão legítima **de criação intelectual**, passível de tutela eficaz e coerente com os princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana, da valorização do trabalho e da **proteção à propriedade intelectual**. O avanço do Fashion Law no Brasil depende, portanto, da conjugação entre produção acadêmica qualificada, atuação institucional proativa e modernização legislativa, **de modo a** assegurar um ambiente mais justo, ético e protetivo **para todos os** agentes envolvidos na construção desse fenômeno que é, simultaneamente, cultural, estético, social e econômico.

REFERÊNCIAS

BALDINI, Massimo. A invenção da moda: as teorias, os estilistas, a história. Lisboa: Edições 70, 2006.

BARBOSA, Denis Borges. Uma Introdução À Propriedade Intelectual. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003, p. 10. E-book. Disponível em: <https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/introducao_pi.pdf>. Acesso em 25.mar.2025