

**FASHION LAW: DIREITO DA MODA NO BRASIL NO ÂMBITO DOS TRIBUNAIS**  
**FASHION LAW: LAW OF FASHION IN BRAZIL IN THE SCOPE OF THE COURTS**

**Pietra Daneluzzi Quinelato**

*Bacharel em Direito pela Faculdade de Direito de Ribeirão Preto, USP. Advogada atuante em Propriedade Intelectual e Data Privacy. Especialista em Direito da Moda pela FDRP – USP e Data Privacy pela EXIN. E-mail: [pietraquinelato@gmail.com](mailto:pietraquinelato@gmail.com)*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0866-3963> | LATTES <http://lattes.cnpq.br/6382959218596559>

RECEBIBO 29/05/2019  
APROVADO 30/06/2019  
PUBLICADO 01/07/2019  
Editor Responsável: Carla Caldas  
Método de Avaliação: Double Blind Review  
E-ISSN: 2316-8080  
DOI:10.16928

**Resumo**

O Direito da Moda ganhou espaço no cenário mundial devido à importância socioeconômica da indústria fashion, a grande quantidade de litígios envolvendo cópias e a necessidade de tutela e proteção para um mercado específico e por vezes não compreendido no judiciário. O objetivo deste trabalho é introduzir o tema Fashion Law e mostrar, através das decisões judiciais dadas em dois casos paradigmáticos no Brasil, envolvendo possíveis cópias na indústria da moda, os conceitos e institutos de proteção que englobam este mercado.

**Palavras-chave:** Direito da Moda . Propriedade Intelectual . Cópia . Concorrência Desleal . Casos jurisprudenciais.

**Abstract**

*Fashion Law gained space in the international scenario in the last few years due to the socioeconomic importance of the fashion industry and a large number of disputes involving copies and the possible necessity of protection. The aim of the present study is introducing the Fashion Law theme and to show, through court decisions handed in two famous cases in Brazil involving copy in the fashion industry, the concepts and institutes of protection that compose this market.*

**Keywords:** Fashion Law . Intellectual Property . Copy . Unfair competition . Law cases

**Sumário:** 1. Introdução - 2. Caso Village 284 versus Hermès - 3. Caso Victoria's Secret versus Hypermarchas - 4. Considerações finais - Referências bibliográficas

1. INTRODUÇÃO

A indústria da moda possui grande importância socioeconômica perante todo o mundo, pois, além de movimentar grandes valores econômicos, ela engloba diversos

segmentos de mercado, desde a produção ao marketing final dos produtos destinados à venda.

Com o advento das novas tecnologias do mundo globalizado, há uma maior facilidade de divulgação, a qual gera determinados problemas, como as cópias de produtos não autorizadas. Nesse sentido, através da Propriedade Intelectual e institutos como concorrência desleal, visa-se proteger as criações de moda, mas se encontra a problemática da baixa proteção para o setor.

Nesse âmbito, diante de variadas questões a respeito do assunto, surge o chamado Direito da Moda, conhecido como Fashion Law, que é o objeto deste trabalho.

Os casos analisados foram escolhidos levando em consideração a sua repercussão na mídia brasileira, assim como o fato de que foram importantes para a construção do tema *Fashion Law* no Brasil, considerando o envolvimento de marcas internacionais e questões que não foram muito debatidas nos tribunais nacionais envolvendo moda.

Esses litígios ocorreram entre empresas internacionais e empresas brasileiras que possivelmente teriam desrespeitado direitos autorais e direitos de propriedade industrial, através de concorrência desleal, aproveitamento parasitário, entre outros ilícitos.

## 2. CASO VILLAGE 284 VERSUS HERMÈS

O presente caso discutido iniciou-se no ano de 2011, envolvendo cópias no mercado de moda brasileiro. Houve uma lide jurisprudencial entre a empresa brasileira Village 284 Participações e Comércio de Vestuário LTDA (284 Brasil), sediada em São Paulo, e as empresas Hermès Internacional e Hermès Sellier, culminando em ação de n. 0187707-59.2010.8.26.0100 na 24<sup>a</sup> Vara Cível do Foro Central Cível da Comarca de São Paulo/SP.

O litígio ocorreu devido à fabricação pela empresa brasileira de bolsas supostamente inspiradas nas bolsas francesas de modelos Birkin e Kelly da Hermès, que são objetos de luxo produzidos pela grife internacional há décadas, itens de desejo e ostentação no mercado da moda.

Nesse sentido, as fotos abaixo:

### **Bolsas Birkin e Kelly**



Fonte: <https://baghunter.com/blogs/news/exclusivity-of-hermes-birkin-and-kelly-bags> (2017)

A coleção de bolsas lançada pela Village 284, empresa de propriedade da empresária Helena Bordon e dos irmãos Luciana, Marcella e Bernardino, filhos de Eliana Tranchesi, fundadora da loja de luxo Daslu<sup>1</sup>, foi batizada como "*I'm not the original*", conforme foto abaixo:

### **Bolsa 284 versus bolsa Birkin**

---

<sup>1</sup> A história da Daslu começou em 1958, quando foi aberta pelas empresárias Lúcia Piva de Albuquerque e Lourdes Aranha dos Santos, numa pequena casa no bairro residencial de Vila Nova Conceição, região nobre de São Paulo. Funcionava como "boutique fechada" e atendia apenas as amigas que vinham em busca de produtos das melhores marcas europeias. Não demorou e a pequena loja começou a se expandir pelas casas vizinhas, chegando a ocupar mais de vinte imóveis que se comunicavam num emaranhado de corredores e salões, sem vitrines, publicidades ou nome na porta. As clientes não eram atendidas por pessoas comuns e, sim, por jovens educadas e ricas, muitas delas com nomes tradicionais oriundas da sociedade paulistana. Mesmo com o tratamento diferenciado que a Daslu prestava aos seus clientes, a loja não contava com provadores de roupas e o acesso às dependências era exclusivo para mulheres. Os homens somente tiveram acesso à Daslu quando foi inaugurada a "Daslu Homem", em imóvel independente da loja original. A Daslu foi, durante muito tempo e não oficialmente, a representante de várias marcas de alto luxo no Brasil como Chanel, Hermès, Jimmy Choo e várias outras. Em 2005 a loja se mudou para uma nova área na Vila Olímpia e foi rebatizada como Villa Daslu. Com investimento de duzentos milhões de reais e uma área de 17.000 m<sup>2</sup>, a Villa Daslu tornou-se o centro do mercado de alto luxo no Brasil e, além das roupas de grife, vendia de botões a helicópteros. Nos meses que se seguiram, a Daslu foi considerada o verdadeiro templo do luxo no Brasil.



Fonte: [http://jornal4cantos.com.br/wp-content/uploads/2015/12/12346648\\_1108278692529791\\_681588244\\_n.jpg](http://jornal4cantos.com.br/wp-content/uploads/2015/12/12346648_1108278692529791_681588244_n.jpg)

A empresa foi acusada de ferir direitos do autor e concorrer de forma desleal, lucrando e apropriando-se de criatividade e originalidade alheias, pois o produto configuraria cópia servil das bolsas Birkin e Kelly, evidenciando a imitação, por exemplo, pela própria descrição da bolsa 284 "*I'm not the original*", em português traduzida como "eu não sou a original".

O caso teve imensa repercussão e foi anunciado por inúmeros canais midiáticos, como Migalhas Jurídicas<sup>2</sup>:

Justiça paulista proíbe Village 284 de comercializar produtos que violem direitos autorais da Hermès

A 24<sup>a</sup> vara Cível de SP, confirmando decisão que antecipou os efeitos da tutela, determinou que a empresa Village 284 se abstenha de produzir, importar, exportar, manter em depósito e/ou comercializar produtos que violem os direitos autorais da Hermès sobre a "Bolsa Birkin" ou qualquer outro produto de titularidade da grife internacional. A Village também foi condenada a pagar indenização por danos materiais e morais.

Jornal Estadão<sup>3</sup>:

Justiça condena empresa brasileira por cópia ilegal de bolsas de luxo da Hermès

Grife Village 284 comercializava cópias de bolsas da marca de luxo francesa Hermès, cujos valores variam de R\$ 30 mil a R\$ 200 mil; TJ de São Paulo decidiu que Lei de Direito Autoral deve proteger licenças de bolsas e acessórios.

<sup>2</sup> MIGALHAS. Notícias. Justiça paulista proíbe Village 284 de comercializar produtos que violem direitos autorais da Hermès. 26 mai. 2011. Disponível em <<http://www.migalhas.com.br/Quentes/17,MI134166,21048-Justica+paulista+proibe+Village+284+de+comercializar+produtos+que>>. Acesso em 30 ago. 2017.

<sup>3</sup> ESTADÃO. Economia. **Notícias**. Justiça condena empresa brasileira por cópia ilegal de bolsas de luxo da Hermès. 19 ago. 2016. Disponível em <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,justica-condena-empresa-brasileira-por-copia-ilegal-de-bolsas-de-luxo-da-hermes,10000070713>>. Acesso em: 30 ago. 2017

Folha de São Paulo<sup>4</sup> dispendo sobre “Bolsas de grife são apreendidas como cópias de marca de luxo (01 de abril de 2011)”. Pelo próprio TJSP<sup>5</sup>:

Imitações de bolsas de grife são apreendidas pela Justiça

A 24ª Vara Cível de São Paulo determinou, no último dia 23, busca na empresa Village 284 para apreensão das bolsas consideradas imitação de modelos da grife internacional Hermès. Um oficial de justiça já cumpriu a determinação, acompanhado de dois peritos para a identificação do material.

Tal fato também foi publicado em canais como o Âmbito Jurídico<sup>6</sup> entre outras colunas e jornais, evidenciando a grande repercussão obtida pelo fatídico.

O juízo *a quo* deu ganho de causa à empresa internacional que pleiteara por proteção. Recorrida a decisão, o juízo de segunda instância manteve a decisão, fundamentado na existência de cópia servil, aproveitamento parasitário, diluição da marca e proteção pelo direito autoral, paralelamente pela tutela do direito de propriedade industrial.

Por cópia ou imitação servil, entende-se um ato confusório que incide sobre a forma externa do produto, isto é, na utilidade do produto inclusive no ângulo estético. Nesse sentido, estão as imitações que são copiadas fielmente na forma e dimensões, considerada ilegítima sua apropriação, uma vez que se utiliza de trabalho alheio e prejuízo deste.

Já a diluição da marca, entendida como um fenômeno semiológico, no qual ocorre a perda da distintividade, de forma que influencia no seu valor diferencial, desfavorecendo a marca primeira.

Nas palavras da sentença, reafirmadas pelo acórdão:

Houve violação da proteção garantida aos direitos autorais para as obras das rés/reconvintes denominadas “Bolsas Birkin” e “Bolsa Kelly” e a comercialização dos produtos da autora/reconvinda que imitam aqueles produtos das rés/reconvintes constitui prática comercial desleal pelo aproveitamento parasitário, mediante uso de cópia servil, causando dano sem decorrência da diluição das características distintivas dos produtos das rés/reconvintes.

Nesse sentido, segue a ementa do acórdão proferido na apelação, que deu razão à sentença de primeiro grau:

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação nº 0187707-59.2010.8.26.0100, da Comarca de São Paulo, em que é apelante VILLAGE

---

<sup>4</sup> UOL. Folha. **Cotidiano**. Bolsas de grife são apreendidas como cópias de marca de luxo. 1 abr. 2011. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff0104201117.htm>>. Acesso em: 30 ago. 2017.

<sup>5</sup> TJSP. **Notícias**. **Imitações de bolsas de grife são apreendidas pela Justiça**. 30 mar. 2011. Disponível em <<http://www.tjsp.jus.br/Noticias/Noticia?codigoNoticia=10047>>. Acesso em: 30 ago. 2017.

<sup>6</sup> AMBITO JURIDICO. Disponível em <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n\\_link=visualiza\\_noticia&id\\_caderno=&id\\_noticia=67115](http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=visualiza_noticia&id_caderno=&id_noticia=67115)>. Acesso em: 30 ago. 2017.

284 PARTICIPAÇÕES E COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA, são apelados HERMES INTERNATIONAL e HERMES SELLIER.

DIREITOS AUTORAIS. Bolsas Hermès. Ação declaratória. Reconvênção. Pedido para que a autora se abstenha de produzir, importar, exportar, comercializar produtos que violem direitos autorais da Hermès sobre as bolsas Birkin ou qualquer outro produto de titularidade da Hermès. Preliminares de cerceamento de defesa. Sentença extrapetita. Ausência de nomeação à autoria e ilegitimidade passiva. Preliminares afastadas.

DIREITOS AUTORAIS. Bolsas Hermès. Ação declaratória e Reconvênção. Reconvênção procedente Bolsas Hermès constituem obras de arte protegidas pela lei de direitos autorais. Obras que não entraram em domínio público. Proteção garantida pela Lei nº 9.610/1998. A proteção dos direitos de autor independe de registro. Autora/reconvinda que produziu bolsas muito semelhantes às bolsas fabricadas pelas rés/reconvintes. Imitação servil. Concorrência desleal configurada. Aproveitamento parasitário evidenciado. Compatibilidade da infração concorrencial com violação de direito autoral reconhecida. Dever de a autora/reconvinda se abster de produzir, comercializar, importar, manter em depósito produtos que violem os direitos autorais da Hermès sobre a bolsa Birkin ou qualquer outro produto de titularidade das rés/reconvintes. Indenização por danos materiais e morais. Condenação mantida. Recurso desprovido.

A decisão elenca o aproveitamento parasitário, ou seja, uma forma de a empresa conseguir vantagem econômica para atuar em um mercado ou segmento de mercado em que a detentora da boa fama não compete, isto é, o agente escora-se ou parasita a fama, renome e prestígios alheios buscando incrementar seus negócios, sem contrapartida de um esforço natural.

A decisão também destacou que as bolsas originais não se encontram sob domínio público e sem proteção autoral, como alegado na defesa, segundo os artigos 41 e 45 da Lei nº 9.610/1998, sendo que este ocorre em relação à determinada obra intelectual em duas situações: (a) quando o autor é desconhecido (inexiste, destarte, a titularidade de direito autoral), e (b) a partir do falecimento do autor, quando não deixa sucessores, ou quando deixa, vencido o prazo de 70 anos contados de 1º de janeiro do ano subsequente ao de sua morte.

Ou seja, conforme depreende-se da análise do caso, o direito da empresa internacional está tutelado pelo direito do autor, que não exige registro da obra para garantia de sua proteção, sob o artigo 18 da Lei nº 9.610/1998.

Assim, a compreensão neste caso foi a de que a empresa Village 284, empresa nacional, teria praticado uma apropriação indevida de obra de arte alheia<sup>7</sup>, sem investimento próprio, caracterizando cópia servil, dada a similaridade das bolsas

---

<sup>7</sup> Newton Silveira ensina que a acepção de moda como arte e arte como moda será melhor entendida no sentido de que tais criações são instrumento do Direito de Autor porque são criações da reflexão do ser humano e que apresentam natureza estética, desta forma, opondo-se às invenções de natureza técnica. Portanto, não existe dúvida de que as criações de moda são consequência de um pensamento humano - logo, intelectual - e tais obras são capazes de externar e provocar um sentimento estético. SILVEIRA, Newton. **Propriedade Intelectual**: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2011.

produzidas, mesmo que com materiais diversos (a bolsa 284 foi produzida em material de moletom).

É lembrado ainda, que as bolsas Birkin<sup>8</sup> não são apenas de acessórios com função de utilidade, mas de um item de luxo, ostentação, pois são peças com design original que condizem com uma verdadeira obra de arte, segundo consideradas por alguns especialistas<sup>9</sup>. Feitas em pele de bezerro, um item custa cerca de trinta mil reais no mercado, e, no modelo feito em pele de crocodilo, duzentos mil<sup>10</sup>. Ademais, o fato de serem distribuídas em maior quantidade ao público não as deslegitimam desse propósito. Elas têm natureza artística, dotada de originalidade e estética.

Portanto, houve violação da proteção garantida aos direitos autorais para as obras das rés e reconvintes denominadas “Bolsa Birkin” e “Bolsa Kelly” e a comercialização dos produtos da autora/reconvinda, que imitam aqueles produtos das rés/reconvintes, constitui prática comercial desleal pelo aproveitamento parasitário, mediante uso de cópia servil, causando danos em decorrência da diluição das características distintivas dos produtos das rés/reconvintes.

Ademais, Soares explica que quando houver abuso de direito, é possível a aplicação do instituto de concorrência desleal, independente do enquadramento em lei de patentes ou direitos autorais:

Digno será destacar que mesmo nos casos em que a proteção do objeto, do modelo ou outro não se enquadra nos dispositivos da Lei de Patentes e nem sequer naquela que se refere às criações artísticas, isto é, a Lei que rege os

---

<sup>8</sup> A inspiração para a famosa criação da Hermès surgiu de um encontro casual de Jane com Jean-Louis Dumas {herdeiro e presidente da Maison} em um dos voos entre Paris e Londres. Ao vê-la usando a já conhecida bolsa de palha, resolveu perguntar porque a levava para todos os lugares. Jane respondeu dizendo que não havia nada suficientemente prático para uma mulher moderna usar em viagens. Então, Dumas não perdeu tempo e atendeu ao pedido de Jane criando a clássica bolsa Birkin {modelo inspirado em uma peça original do século XIX}. Disponível em: < <https://modacariocaoficial.com/2015/08/02/a-polemica-da-bolsa-mais-famosa-do-mundo-a-birkin-da-hermes/> > . Acesso em: 14 nov. 2017.

<sup>9</sup> A Birkin é totalmente handmade e pode levar cerca de 3 dias a 2 semanas para ficar pronta. Quatro etapas são comuns na sua fabricação:

O corte detalhado e preciso dos pedaços de couro é realizado por um profissional treinado. As próximas etapas são realizadas por um único artesão.

Um diferencial da grife Hermès é o “ponto à moda das selas” por ser bastante resistente. Para fazer os furos das costuras {feitos um a um}, o artesão usa um aparelho chamado sovela. Os pontos são cruzados com duas agulhas para que caso um dos pontos arrebente com o tempo, todos os outros continuarão no lugar. Nesse ponto a estrutura da bolsa já está formada. Vamos agora para as ferragens.

As ferragens são feitas de latão com acabamento prateado, douradas ou folheadas a ouro e coladas à peça. O artesão usa um aparelho chamado perloir para polir todas as pontinhas metálicas de modo a deixá-las igualmente lisas e brilhantes. É um trabalho de precisão.

Por último é feito o acabamento das bolsas que são lixadas e tingidas. Como uma verdadeira obra de arte, as bolsas são assinadas por ele no final. Para os olhos não treinados, esse registro é quase imperceptível. E detalhe: qualquer reparo futuro da bolsa será destinado ao artesão que a fabricou. Disponível em: < <https://modacariocaoficial.com/2015/08/02/a-polemica-da-bolsa-mais-famosa-do-mundo-a-birkin-da-hermes/> > . Acesso em: 14 nov. 2017.

<sup>10</sup> GLOBO. Ego. **Moda**. Hit entre famosas, bolsa Birkin é investimento. Disponível em < <http://ego.globo.com/moda/noticia/2016/01/hit-entre-famosas-bolsa-birkin-e-investimento-seguro-diz-estudo.html> > . Acesso em: 29 ago. 2017.

Direitos Autorais, a concorrência desleal se faz sentir em toda sua plenitude quando: houver a cópia servil ou quase servil dos produtos; a imitação se tornar apta a criar confusão perante a clientela e, malgrado haja indicações relativas às origens diferentes dos produtos ou mesmo a aposição de marcas inconfundíveis, os objetos e/ou produtos sejam suscetíveis de provocar confusão entre os observadores, adquirentes ou consumidores mais precavidos<sup>11</sup>.

Considerando a condenação da empresa brasileira, não se pode desprezar a repercussão midiática que o caso suscitou. Fomentadas as discussões a respeito de cópias na indústria *fashion*, institutos de Propriedade Intelectual e concorrência desleal, assim como direitos autorais, começam a ser analisados com a aplicação nesta de litígios envolvendo itens de moda.

Tal fato leva ao questionamento da importância da repercussão midiática, como ocorrera no caso, para a condenação da empresa nacional configurando a concorrência desleal e o aproveitamento parasitário. Sem repercussão, a decisão teria sido no mesmo sentido pelos magistrados?

Ademais, o caso evidencia a necessidade de pensar o Direito de acordo com a realidade de uma indústria específica, que é a indústria da moda, na qual se encontram inúmeras particularidades, abrangendo desde o processo criativo até a utilização final dos produtos. Nesse sentido, o Direito precisa estar atento ao processo crítico envolvido na produção de peças como as discutidas no caso analisado.

O caso contribuiu para a formação de uma jurisprudência em casos de violação de proteção à Propriedade Intelectual na indústria da moda, reconhecendo que bolsas e acessórios de moda podem ser protegidos pelo Direito do Autor assim como pela Propriedade Industrial, coexistindo ambas as proteções.

### 3. CASO VICTORIA'S SECRET VERSUS HYPERMARCAS

A empresa multinacional americana *Victoria's Secret* ajuizou uma ação em face da empresa brasileira Hypermecas, dona da Monange, sob o número 0121544-64.2011.8.19.0001, na 05ª Vara Empresarial da Comarca do Rio de Janeiro/RJ, acusando-a de concorrência parasitária ao utilizar símbolos distintivos da marca, devido ao fato de a ré ter realizado o evento "*Monange Dream Fashion Tour*", em 2011, por várias cidades do país, nos moldes do "*Victoria's Secret Fashion Show*" que ocorre anualmente.

Conforme fotos abaixo é possível verificar as semelhanças entre os eventos da empresa Hypermecas e o da empresa *Victoria's Secret*, assim como a utilização de trajes similares entre as modelos que, em alguns casos, eram as mesmas nos dois eventos, respectivamente:

#### **Desfile Monange**

---

<sup>11</sup> SOARES, José Carlos Tinoco. **Concorrência Desleal vs. Trade Dress e/ou Conjunto** – Imagem, SP, 2004, p. 39.





Fonte: <http://www.jobmix.com.br/blog/wp-content/uploads/2011/05/desfile-monange-brasilia.jpg>

### Desfile Monange



Fonte: <http://images.virgula.uol.com.br/2013/08/20/3567744433-modelo-izabel-goulart-durante-o-monange-dream-fashion-tour.jpg>

### Desfile Victoria's Secret



Fonte: <https://brazilianmodels1.files.wordpress.com/2010/06/victorias-secret-2009.jpg>

### Desfile Victoria's Secret



Fonte: <http://labs.mil.up.pt/blogs/tecnologianomundodamoda/wp-content/uploads/sites/45/2015/12/Victoria-Secret-Fashion-Show-Runway-Pictures-2014.jpg>

O desfile realizado pela grife feminina americana ocorre há mais de dez anos e trata-se de um evento de função publicitária no qual existe a atuação de cantores, em cenário cambiante, bailarinos, modelos que desfilam com as roupas íntimas da marca e, conforme a hierarquia profissional, utilizam determinados adereços, entre os quais estão as “asas de anjo” em posse das modelos conhecidas como “*angels*”. Esse adereço faz, portanto, parte da identidade visual da marca, sendo mundialmente conhecido e assim associado.

A inicial<sup>12</sup> da empresa autora pretendeu vedar a utilização indevida e desautorizada dos famosos símbolos distintivos (asas de anjo) bem como de qualquer outro elemento que faça alusão ao renomado evento da autora, que ofenderiam à propriedade industrial e ao direito de proteção às marcas.

A ré, empresa nacional, teria realizado um “*tour*” nos mesmos moldes que a autora do pedido pelos estados do país, utilizando de elementos similares na formulação do show, inclusive, das asas de anjo e modelos que já desfilaram para a empresa multinacional.

Lembra-se que a autora possui também uma linha de cosméticos e é marca notória, ao passo que a marca *Monange* refere-se a uma linha de cosméticos femininos no Brasil, o que poderia causar confusão aos clientes.

Em primeira instância, o juízo considerou o caráter parasitário da ré, “*o sinal distintivo em questão — 'asas de anjo' —, portanto, merece a proteção legal, como forma de impedir a concorrência desleal, só assim evitando-se a possibilidade de confusão passível de acarretar desvio de clientela e locupletamento com o esforço alheio*”, diz a sentença.

O argumento de que o registro prévio dos símbolos no INPI, defendido pela ré, é afastado, por se tratar de marca notória, que é exceção ao princípio da territorialidade.

A decisão ressalta que várias pessoas ligadas à moda reconheceram a semelhança entre os shows, evidenciando uma “carona” na ideia inicial tão utilizada pela autora como *marketing*. Nesse sentido, o efeito *free-rider* é considerado como aquele em que

---

<sup>12</sup> RIO DE JANEIRO (Estado). Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. **Processo n. 0121544-64.2011.8.19.0001**, na 05ª Vara Empresarial da Comarca do Rio de Janeiro/RJ, fls. 02 a 36. Disponível em: <goo.gl/6zQQeJ>. Acesso em: 25 out. 2017.

um ou mais agentes econômicos acabam usufruindo de um determinado benefício proveniente de um bem, sem que tenha havido uma contribuição para a obtenção de tal e esse efeito ocorreria no caso em questão.

Todavia, a decisão deixa claro que a utilização de determinados elementos isolados não caracterizaria a usurpação da marca, como fazem se utilizados de maneira combinada, remetendo à imagem da autora e enquadrando-se em uma postura de concorrência desleal.

Assim, a ré foi condenada em obrigação de não fazer, danos morais e materiais<sup>13</sup>.

Por outro lado, na apelação, o entendimento foi diverso, não condenando à ré em concorrência desleal, como fora em primeira instância. Isso porque, no entendimento do acórdão, os espetáculos diferenciam-se por, de um lado, ser um deles anual, com um público restrito e selecionado e cadeiras marcadas, e, por outro, um *tour* em várias localidades, aberto a um público pagante, sem lugares selecionados.

O argumento de que as modelos já teriam desfilado para a *grife* multinacional é afastado pelo fato de as profissionais não possuírem contratos de exclusividade e nem compromisso contratual com uma empresa. O público consumidor também seria distinto de forma que a grife internacional não possui pontos de vendas fixas no país, logo, a confusão pelos produtos não ocorreria. Os itens utilizados no desfile, como as asas de anjo, por sua vez, seriam de uso comum, não podendo ser objetos de proteção legal, além do fato de não serem produtos de venda.

A decisão também indica que os mundos empresariais, culturais e estéticos seriam diferentes, de forma que as marcas nunca seriam alvo de confusão. O nome em inglês também não contribuiria para a confusão ou marketing da ré, sendo apenas uma estratégia de divulgação, nos entendimentos dados no voto da apelação. Ademais, a prática de imitação *trade dress*, por meio do qual um conjunto-imagem de produto ou serviço o caracteriza, apesar de não estar na legislação pátria, por ser instituto americano, é acolhida como concorrência desleal no país. Contudo, também foi julgado como ausente no caso discutido.<sup>14</sup>

Ressalta-se que, a proteção pelo Direito Autoral tem encontrado limitações na prática, por ser admitida muitas vezes apenas em relação obras artísticas aplicadas/apostas ao produto.

Assim, o *trade dress* vem a ser uma importante ferramenta para buscar resguardar, ao máximo, estilistas, designers e fabricantes, a indústria de moda em geral.

Todavia, o acórdão diferencia a forma de apresentação da marca com a marca *per se*, que seria o real objeto de proteção legal e judicial, reconhecendo que ambas as empresas vendem produtos em comum.

O problema é que o contexto de apresentação não poderá ser apontado como contrafação dos desfiles promovidos pela empresa autora, seja pelo viés da

---

<sup>13</sup> SÃO PAULO (Estado). Sentença nº 1107/2011. **Diário de Justiça do Estado de São Paulo**, 23 maio 2011, livro n. 879 às Fls. 27/37.

<sup>14</sup> Nesse sentido, vale lembrar, que *trade dress* para o direito consiste em uma alternativa de proteção mais ampla e eficaz no mercado da moda, uma vez que considera a criação como um todo e não apenas nos seus detalhes específicos (normalmente protegidos por modelo de utilidade e desenho industrial).

propriedade industrial, seja até mesmo diante da vedação expressa no artigo 8º, inciso II da Lei de Direitos Autorais.

Ao finalizar a análise dos elementos trazidos ao autor, a decisão foi no sentido de que impedir a apelante da utilização de tais elementos seria contra o princípio de liberdade de expressão e livre concorrência. Segue o acórdão:

Empresarial. Propriedade Industrial. Pedido de proteção a signo distintivo da autora. Abstenção de utilização de sinal que identifica os eventos promovidos por aquela. Sentença que reconhece concorrência parasitária. Condenação das rés em obrigação de não fazer e indenização por danos morais e materiais. Apelos destas últimas.

[...] Marca acusada de prática de concorrência desleal. Produtos produzidos e comercializados pela mesma que se inserem no ramo de atividades da autora. Preliminar que se rejeita. Mérito. Ausência de registro de signo distintivo ou marca junto ao INPI que não elide a proteção da marca notoriamente reconhecida. Exceção ao princípio da territorialidade. Inteligência do artigo 126 da Lei nº 9.279/1996. Precedente do E. STJ. Vedação de registro de sinal genérico que não impede o conhecimento da pretensão autoral, à conta de proteção, conferida pelo direito brasileiro, às marcas notórias. Proteção buscada nos autos, para vedar a utilização de adereços de “*asas de anjo*”, plumas, penas e afins, em eventos ditos como similares aos produzidos pela autora. Elementos que se constituem objetos de uso comum, não passíveis de apropriação por quem quer que seja. “*Trade dress*”. Proteção conferida, pela jurisprudência, aos elementos que identificam a empresa ou determinada marca como um todo. Não ocorrência desta hipótese no presente caso. Uso de elementos, pela autora, de apropriação indiscriminada, e universal, dos mesmos. Não ocorrência sequer de contrafação dos mesmos ou de violação a direito autoral previamente depositado ou marca notória. Diluição de mercado, ou de valor intrínseco da marca. Não ocorrência. Eventos que possuem carga de conhecimento inteiramente diferenciada. Marca estrangeira que não sofre qualquer abalo com a conduta das rés. Situação que não se configura à conta das diferenças contextuais entre os dois eventos. Livre concorrência e liberdade de expressão que devem ser respeitados. Impossibilidade de se confundir o que seja regular proteção em face de concorrência desleal com pretensão da autora, que busca pautar conduta, para todos seus concorrentes da autora, consoante determinado por aquela. Aproveitamento parasitário que não se reconhece. Fatos que devem se adequar aos princípios constitucionais de livre concorrência, repressão ao abuso econômico e repúdio à concorrência desleal. Pedido que se reputa como improcedente. Apelos que se acolhem. Sentença que se reforma. Custas judiciais e honorários advocatícios que se invertem.

(Apelação Cível nº 0121544-64.2011.8.19.0001, em que é Apelante (1): HYPERMARCAS S.A., e Apelante (2): MEGA MARCUS ELI E GUSTAVO ASSOCIADOS MEGA MODEL'S AGENCY LTDA., e Apelante (3): GLOBO COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÕES S.A. e sendo Apelada: VICTORIA'S SECRET STORES BRAND MANAGEMENT INC)

Vale ressaltar que o caso ainda está em andamento no judiciário. Todavia, os entendimentos proferidos até o momento destoam por fundamentarem em aspectos diferentes, relevantes para a ocorrência da concorrência parasitária.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio das análises, nota-se a não ocorrência de uma jurisprudência unânime pelo judiciário brasileiro. Todavia, elementos em comum surgem quando se trata da possibilidade de violação de Propriedade Intelectual.

Por um lado, encontra-se o Direito Autoral, concedendo proteção aos itens e modelos criados de forma artística, como as bolsas de luxo ou o modelo de apresentação publicitária, mencionado em primeira instância, da marca *Victoria's Secret*. Ao mesmo tempo, a Propriedade Industrial se faz presente em relação à proteção concedida às marcas e aos desenhos industriais.

A proteção aos sinais distintivos usados pelo empresário no exercício da empresa decorre de seu direito a individualizar-se em uma situação de concorrência. No Brasil, como observado nos casos, é reconhecida a possibilidade de proteção das criações de moda, por meio dos institutos de proteção à Propriedade Intelectual existentes na legislação brasileira, em especial o desenho industrial e o direito de autor, coexistindo, portanto, proteções aos intangíveis de propriedade industrial e obras autorais, em itens que possuam ao mesmo tempo caráter estético e utilitário.

Tratando dessa questão, Silveira reconhece, por exemplo, a possibilidade de criações intelectuais convergentes nesses dois regimes, de desenho industrial e direito de autor, e nessa hipótese admite a dupla proteção:

Como se verifica, a proteção aos desenhos industriais, prevista na lei de propriedade industrial, procura, simplesmente, complementar o quadro das criações no campo da indústria, sem entrar no mérito artístico nem técnico de tais produtos, casos em que, respectivamente, a proteção decorreria da lei de direitos de autor ou da lei das patentes de invenção e modelos de utilidade. (...) Já quando a forma possuir suficiente originalidade para merecer a proteção dos direitos autorais, essa proteção independerá de qualquer registro, decorrerá do próprio ato de criação. No caso de desenhos aplicados à indústria, tal forma deverá ser dotada de valor artístico, isto é, deverá possuir caráter expressivo, para que possa ser considerada obra intelectual protegida por direitos autorais<sup>15</sup>.

Outro exemplo comum de criação intelectual em tese passível de dupla proteção é o do desenho industrial que adquire função distintiva e, assim, passa a exercer também papel de marca tridimensional.

Neste tocante, na doutrina há inclusive a possibilidade de tripla proteção, não só via desenho industrial e marca como também via direito de autor:

Alguns objetos podem estar simultaneamente protegidos tanto sob o regime das criações artísticas quanto pelo do desenho industrial e, ainda, ser registrados como marcas tridimensionais. Exemplo é a embalagem do “Perfume do Brasil Breu Branco”, da empresa Natura Cosméticos S/A, que

---

<sup>15</sup> SILVEIRA, Newton. **Propriedade intelectual**. Barueri: Manole, 2005, p. 7-10.

ganhou, inclusive, prêmios no Brasil e no exterior e que se encontra registrada perante o INPI como marca tridimensional e como desenho industrial”<sup>16</sup>.

Além disso, institutos como concorrência desleal, aproveitamento parasitário e *trade-dress* (ou conjunto-imagem), ao lado de diluição de marca e cópias, já foram reconhecidos pelos tribunais brasileiros para a proteção de criações de moda, ainda que com alguma atecnicidade.

Vale ressaltar a importância do valor de marcas e empresas de luxo no mercado. Como exemplo, a jurisprudência sobre produtos copiados da marca Louis Vuitton, no REsp n. 466.761 – RJ (Dj de 4.8.2003), no qual ponderou-se que a indenização por danos morais não possui como fundamento a comercialização do produto falsificado, mas a vulgarização do produto e a depreciação da reputação comercial do titular da marca, levadas a cabo pela falsificação. O julgamento foi unânime e consoante de que a falsificação por si só provoca substancial redução no faturamento a ser obtido com a venda do produto distinguido pela marca registrada, o que autoriza, em sequência, a reparação em danos materiais.

Assim, apesar de o dano estar ligado à comercialização, em casos de produtos de grife e luxo, a vulgarização da marca e da empresa por falsificações causa maiores perdas de receita do que proveitos ao infrator, deixando evidente a particularidade do mercado de alto luxo.

Na visão de Barbosa, uma vez que o produto de luxo, antes raro e de prestígio, comece a estar por todo o mercado e nas mãos dos mais variados consumidores, aquele indivíduo que visava a exclusividade ao adquirir o produto para demonstrar seu poder de compra, perde o interesse e a motivação para possuí-lo. Dessa forma, o dano ultrapassa aos valores auferidos pelo violador, mesmo que se reflita necessariamente em perda de receita para o produtor da grife<sup>17</sup>.

Todavia, Barbosa ressalta que embora a decisão do STJ seja importante para o universo de artigos de luxo, ela não pode ser generalizada, uma vez que há casos onde a perda da receita e não a vulgarização será o fundamento da indenização<sup>18</sup>.

Posto isso, cada vez mais empresas e designers atuantes no setor de vestuário e acessórios vêm buscando soluções jurídicas com o intuito de obter a devida proteção a suas criações, bem como de cessar o uso indevido de sua propriedade intelectual, por meio de ações judiciais.

## REFERÊNCIAS

ABIT. **PERFIL DO SETOR**. Disponível em: <http://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>. Acesso em: 17 jul. 2017.

---

<sup>16</sup> JABUR, W. P.; DOS SANTOS, M. J. P. **Interface entre propriedade industrial e direito de autor**. In: DOS SANTOS, M. J. P.; JABUR, W. P. (Coord.). *Direito autoral*. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 225.

<sup>17</sup> BARBOSA, Denis Borges. **Tratado da propriedade intelectual** – tomo I. ed. Lumen Juris. Rio de Janeiro, 2010. p. 162.

<sup>18</sup> BARBOSA, Denis Borges. **Tratado da propriedade intelectual** – tomo I. ed. Lumen Juris. Rio de Janeiro, 2010. p. 163.

AGINS, Teri. **The End of Fashion: How Marketing Changed the Clothing Business Forever**. Ed. Willian Morrow & Company. [S.l.]. 2000. Pp. 23-25.

ÂMBITO JURÍDICO. Disponível em: [http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n\\_link=visualiza\\_noticia&id\\_caderno=&id\\_noticia=67115](http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=visualiza_noticia&id_caderno=&id_noticia=67115). Acesso em: 30 ago. 2017.

BALLARD, Marcella. **IP Protection for the Fashion Industry**. [s.l.]: Aspartore. 2016.

BARBOSA, Denis Borges. **Tratado da propriedade intelectual** – tomo I. ed. Lumen Juris. Rio de Janeiro, 2010.

BASSO, Maristela. **O Direito Internacional da Propriedade Intelectual**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2000.

BAUMAN, ZYGMUNT. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2008.

BELHUMEUR, Jeanne. **Droit International de la Mode**. Genebra. Ed. Canova. 2000.

BRASIL. **Decreto-lei nº 2.848**, de 7 de dezembro de 1940. Código Penal. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del2848.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848.htm). Acesso em: 01 set. 2017.

BRASIL. **Lei nº 9.279**, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm). Acesso em: 01 set. 2017.

BRASIL. **Lei nº 9.610**, de 19 de fevereiro de 1988. Regula direitos autorais. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9610.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm). Acesso em: 01 set. 2017.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Apelação Civil n. 107.127-1-SP. 09 mar. 1989. **LEX**, v. 119, p. 235-238.

CARVALHO, Patrícia Luciane de. **Propriedade intelectual**. 2 ed. Curitiba: Juruá, 2008.

COELHO, Fabio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial**, v. 1: direito de empresa. 15. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

COELHO, Fabio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial: direito de empresa**. 28 ed. São Paulo: ed. Revista dos Tribunais, 2016.

CONJUR. **Na falta de lei própria, direito pode ser garantido com provas**. Disponível em: <http://www.conjur.com.br/2014-mar-09/entrevista-andre-mendes-coordenador-direito-moda-lo-baptista>. Acesso em: 01 ago. 2017.

Design Piracy Prohibition Act, H.R. 5055, 109th Cong. 2006: para emenda do título 17, do Código dos EUA para promover proteção aos designs de moda.

DISITZER, Marcia; VIEIRA, Sílvia. **A moda como ela é: bastidores, criação e profissionalização**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2006.

DOMINGUES, Juliana Oliveira; SAAD-DINIZ, Eduardo. Fashion Law: a nova moda entre o penal e o econômico. **Boletim IBCCRIM**. n. 287, v. 24, 2016. p. 03-04.

ESTADÃO. Economia. **Notícias**. Justiça condena empresa brasileira por cópia ilegal de bolsas de luxo da Hermès. 19 ago. 2016. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,justica-condena-empresa-brasileira->

por-copia-ilegal-de-bolsas-de-luxo-da-hermes,10000070713. Acesso em: 30 ago. 2017.

FASHION LAW INSTITUTE. **ABOUT**. Disponível em: <http://fashionlawinstitute.com/about/about-the-institute>. Acesso em: 17 jul. 2017.

FERNANDES, Ligia Durrer; PEDROSO, Temis Chenso da Silva Rabelo. Fashion Law: a proteção jurídica da moda. **Revista de direito empresarial**. a. 3, v. 7, jan-fev. 2015.

FRINGS, Gini Stephens. **Moda do conceito ao consumidor**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

GAMA CERQUEIRA. **Tratado de Propriedade Industrial**: v. 2. São Paulo: Atlas, 1994.

GLOBO. Ego. Moda. **Notícia**. Hit entre famosas, bolsa Birkin é investimento. Disponível em: <http://ego.globo.com/moda/noticia/2016/01/hit-entre-famosas-bolsa-birkin-e-investimento-seguro-diz-estudo.html> . Acesso em: 29 ago. 2017.

GRUMBACH, Didier. **Histoires de la Mode**. Ed. Du Regard. [S.I.]. 1993.

HANANIA, Lilian Richieri. **Cultural Diversity in International Law: the effectiveness of UNESCO Convention on the Protection on the Promotion of the Diversity of Cultural Expressions**. Routledge. Nova Iorque. 2014.

HEMPHILL, C. Scott; SUK, Jeannie. **The Law, Culture and Economics of Fashion**. Stanford Law Review. v. 61. n. 5.

HUNT, Alan. **Governance of the Consuming Passions: A History of Sumptuary Law**. Palgrave Macmillan. 1996.

JABUR, W. P.; DOS SANTOS, M. J. P. **Interface entre propriedade industrial e direito de autor**. In: DOS SANTOS, M. J. P.; JABUR, W. P. (Coord.). Direito autoral. São Paulo: Saraiva, 2014.

KIRKE, Bettye. **Madeleine Vionnet**. San Francisco: Chronicle Books. 1998. P. 223.

MIGALHAS. **Quentes**. Justiça Paulista proíbe Village 284. Disponível em: <http://www.migalhas.com.br/Quentes/17,MI134166,21048-Justica+paulista+proibe+Village+284+de+comercializar+produtos+que>. Acesso em: 30 ago. 2017.

OLAVO, Carlos. **A proteção do trade dress no direito português e no direito comunitário**. Revista da ABPI, n. 82, maio-jun. de 2006.

PAESANI, Liliana Minard. **Manual de propriedade intelectual: direito de autor, direito da propriedade industrial, direitos intelectuais sui generes**. São Paulo: Atlas, 2012.

PASSARIELLO, Christina. **Holograms Tell Fake from Fendi**, Wall Street J., 2006.

PERROT, Philippe. **Fashioning the Bourgeoisie: A History of Clothing in the Nineteenth Century** Trand. Richard Bienvenu. Princeton, NJ: Princeton UP, 1994.

PIRES, Doroteia Baduy. **Design de Moda: olhares diversos**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

RAUSTIALA, Kal; SPRINGMAN, Christopher. **The Knockoff Economy: How Imitation Sparks Innovation**. Oxford University Press. Nova Iorque. 2012.



RAUSTIALA, Kal; SPRINGMAN, Christopher. **The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design**. Virginia Law Review. v. 92. n. 8. Dez. 2006.

Regulamento (CE) n. 6/2002 do Conselho, de 12 de Dezembro de 2001, relativo aos desenhos ou modelos comunitários. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:32002R0006&from=EN>. Acesso em: 14 set. 2017.

RIO DE JANEIRO (Estado). Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. **Processo n. 0121544-64.2011.8.19.0001**, na 05ª Vara Empresarial da Comarca do Rio de Janeiro/RJ, fls. 02 a 36. Disponível em: [goo.gl/6zQQeJ](http://goo.gl/6zQQeJ). Acesso em: 25 out. 2017.

RUSSELL-CLARKE, A.D. **Copyright and Industrial Designs**. 2 ed. London : Sweet & Maxwell. 1951.

SÃO PAULO (Estado). Sentença nº 1107/2011. **Diário de Justiça do Estado de São Paulo**, 23 maio 2011, livro n. 879 às Fls. 27/37.

SCUDELER, Machado Augusto. **Do direito das marcas e da propriedade industrial**. Campinas, SP: Servanda Editora, 2013.

SHIMAMURA, Erica; SANCHES, Maria Celeste de Fátima. O Fast Fashion e a identidade de marca. **Projética Revista Científica de Design**. Londrina. V.3. N.2. Dez. 2012.

SILVEIRA, Newton. **Direito do autor no design**. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

SILVEIRA, Newton. **Propriedade intelectual**. Barueri: Manole, 2005.

SILVEIRA, Newton. **Propriedade Intelectual: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial**. 4 ed. Barueri, SP: Manole, 2011

SOARES, José Carlos Tinoco. **Concorrência Desleal vs. Trade Dress e/ou Conjunto – Imagem**, São Paulo, 2004.

SOARES, José Carlos Tinoco. Trade dress e ou conjunto imagem. **Revista da ABPI**, n. 15, mar-abr. de 1995.

TANJI, Thiago. **Escravos da moda: os bastidores nada bonitos da indústria fashion**. Disponível em: <http://revistagalileu.globo.com/Revista/noticia/2016/06/escravos-da-moda-os-bastidores-nada-bonitos-da-industria-fashion.html>; Acesso em: 23 jul 2017.

TEIXEIRA, Tarcísio. **Direito empresarial sistematizado: doutrina, jurisprudência e prática**. 4. Ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

TJSP. **Notícias. Imitações de bolsas de grife são apreendidas pela Justiça**. Disponível em: <http://www.tjsp.jus.br/Noticias/Noticia?codigoNoticia=10047>. Acesso em 30 ago. 2017.

UOL. Folha. **Cotidiano**. Bolsas de grife são apreendidas como cópias de artigos de luxo. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff0104201117.htm>, Acesso em 30 ago. 2017.

UOL. Vírgula. **Moda e Beleza**. Disponível em: <http://virgula.uol.com.br/modaebeleza/botas-ugg-ocupam-quarto-lugar-nos-top-procurados-da-black-friday/>. Acesso em: 31 ago. 2017.