



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
THAINÁ DE OLIVEIRA

**ANÁLISE DA POSSIBILIDADE DE PROTEÇÃO LEGAL DA CRIAÇÃO
DE MODA A PARTIR DO REGISTRO DE DESENHO INDUSTRIAL**

Tubarão
2020

THAINÁ DE OLIVEIRA

**ANÁLISE DA POSSIBILIDADE DE PROTEÇÃO LEGAL DA CRIAÇÃO
DE MODA A PARTIR DO REGISTRO DE DESENHO INDUSTRIAL**

Monografia apresentada ao Curso de Direito da Universidade do Sul de Santa Catarina como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Direito.

Linha de pesquisa: Justiça e Sociedade

Orientadora: Prof. Terezinha Damian Antonio, Msc

Tubarão

2020

THAINÁ DE OLIVEIRA

**ANÁLISE DA POSSIBILIDADE DE PROTEÇÃO LEGAL DA CRIAÇÃO
DE MODA A PARTIR DO REGISTRO DE DESENHO INDUSTRIAL**

Esta Monografia foi julgada adequada à obtenção do título de Bacharel em Direito e aprovada em sua forma final pelo Curso de Direito da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Tubarão, 09 de dezembro de 2020



Professor e orientador Terezinha Damian Antônio, MSc.
Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof. Erivelton Alexandre Mendonça Fileti, Esp.
Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof. Michel Medeiros Nunes, Esp.
Universidade do Sul de Santa Catarina

Aos meus familiares e amigos.

AGRADECIMENTOS

É inegável que este trabalho foi feito por muito mais que duas mãos.

Preciso confessar que o caminho trilhado em todo o curso exigiu esforço e dedicação constantes de minha parte, mas também de muita paciência e compreensão de todos os que me cercaram.

Agradeço a Deus, pelo dom da vida e pela benção de ter as pessoas que estiveram ao meu lado, sei que sou privilegiada por ter tanta luz em minha jornada.

Minha família foi a estrutura que me manteve firme e constante durante esses cinco anos que se passaram e foi graças a cada um deles que perseverei e concluí essa fase tão bonita. Agradeço imensamente por terem sido tão amáveis quando precisei e tão firmes quando oscilei. Mãe, Pai, Thaís e Thaissa esse trabalho é dedicado a vocês.

Não somente a eles, mas também meus familiares que muito me auxiliaram, dando oportunidades e ajudando em cada fase.

Meus queridos amigos e colegas de estudos, tantas foram as horas dedicadas a este trabalho e tantos os momentos de descontração que vocês me proporcionaram, a isso também sou grata, pois foram muitos desses momentos que me trouxeram a luz de minhas inspirações e ideias.

E não poderia deixar de agradecer minha orientadora, Prof.^a Terezinha Damian Antônio, por todo o apoio e suporte desde o início. Graças a ela, esse trabalho se concretizou e foi finalizado. Foram tantas incertezas e dúvidas que permearam essa jornada, mas a sua sabedoria, professora, foi meu Norte e me fez persistir até a conclusão.

“Para ser insubstituível, é preciso ser diferente” – Coco
Chanel

RESUMO

OBJETIVO: Este trabalho tem por objetivo analisar a possibilidade de proteção legal das criações de moda a partir do registro de desenho industrial. **MÉTODO:** Utilizou-se quanto ao nível, a pesquisa exploratória; quanto a abordagem, a pesquisa qualitativa; e no que se refere ao procedimento para a coleta de dados, foram empregadas a pesquisa documental e a pesquisa bibliográfica. **RESULTADOS:** Foi observada que a Propriedade Intelectual se divide em dois grandes grupos: Direito Autoral e Propriedade Industrial, sendo este segundo subdividido em: Patentes, Marcas, Desenho Industrial e Indicação Geográfica. O direito autoral visa a proteção das obras estéticas e literárias, afastando objetos que possuam função utilitária. O registro de patente visa a proteção da invenção (solução inédita para um problema) e de modelo de utilidade (melhoria funcional de uso ou fabricação de um produto já existente). O registro de marca tem por objetivo distinguir os produtos ou serviços prestados por uma empresa. O Desenho Industrial confere ao titular a propriedade da criação, com o benefício de exploração exclusiva, podendo receber ativos financeiros da cessão de seus direitos e da indenização pelo uso indevido. Já a Indicação Geográfica, objetiva a proteção de produtos ou serviços que possuem um diferencial pelo seu local de origem. **CONCLUSÃO:** No que tange às criações de moda, verificou-se que: o Direito Autoral, apesar de não ser utilizado para proteção de objetos com finalidade utilitária, muitas peças podem afastar seu caráter utilitário e passarem a figurar adornos, passíveis de proteção. As patentes possuem sua utilização de forma mais ampla pela Indústria Têxtil, na proteção de novos materiais e técnicas de produção. A proteção pelo registro de Marca é possível quando o objeto está intrinsecamente ligado ao nome da marca, de forma que atrai a atenção do consumidor pela empresa produtora ao invés da estética do produto. A Indicação Geográfica, assim como a Patente, é utilizada principalmente pela Indústria Têxtil, na proteção de matéria prima específica de local com características climáticas ou *know how* industrial exclusivos. O Desenho Industrial é o instituto que tem maior amplitude de aplicação, pois, diferentemente dos demais, considera como objeto de proteção aqueles que possuem arranjo estético visivelmente singular, que possibilite ao consumidor diferenciar de outros produtos que sejam da mesma categoria. É necessário então verificar a necessidade da empresa e o objetivo que pretende com a proteção, questionando a longevidade que julga necessário e o prestígio social atribuído ao objeto.

Palavras-chave: Direito da Moda. Fashion Law. Desenho Industrial.

ABSTRACT

OBJECTIVE: This work aims to analyze the possibility of legal protection of fashion creations based on the registration of industrial design. **METHOD:** Exploratory research was used in terms of level; as for the approach, qualitative research; and with regard to the procedure for data collection, documentary research and bibliographic research were used. **RESULTS:** It was observed that Intellectual Property is divided into two major groups: Copyright and Industrial Property, the latter being subdivided into: Patents, Trademarks, Industrial Design and Geographical Indication. Copyright aims to protect aesthetic and literary works by removing objects that have a utilitarian function, the Patent Registry aims to protect the creations of utility models (functional improvement of use or manufacture of an existing product) and creation patent (unprecedented solution to a problem). Trademark registration aims to distinguish products or services provided by a company. The Industrial Design gives the holder the ownership of the creation, with the benefit of exclusive exploitation, being able to receive financial assets from the assignment of its rights and the indemnity for the improper use. The Geographical Indication, on the other hand, aims to protect products or services that have a differential by their place of origin. **CONCLUSION:** Regarding fashion creations, it was found that: Copyright, although it is not used to protect objects with utilitarian purposes, many pieces can remove their utilitarian character and start to appear adornments, subject to protection. Patents are more widely used by the Textile Industry, in the protection of new materials and production techniques. Protection by trademark registration is possible when the object is intrinsically linked to the brand name, so that it attracts the consumer's attention by the producing company instead of the aesthetics of the product. The Geographical Indication, as well as the Patent, is used mainly by the Textile Industry, in the protection of local specific raw material with exclusive climatic characteristics or industrial know-how. Industrial Design is the institute that has the widest range of application, because, unlike the previous ones, it considers as protection object those that have a visibly unique aesthetic arrangement, which allows the consumer to differentiate it from other products in the same category. It is then necessary to verify the company's need and the objective it intends with the protection, questioning the longevity that it deems necessary and the social prestige attributed to the object.

Keywords: Fashion Law. Industrial Design.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
1.1	DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA	10
1.2	FORMULAÇÃO DO PROBLEMA	13
1.3	HIPÓTESE.....	13
1.4	DEFINIÇÃO DO CONCEITO OPERACIONAL.....	13
1.5	JUSTIFICATIVA	14
1.6	OBJETIVOS	15
1.6.1	Geral.....	15
1.6.2	Específicos.....	15
1.7	DELINEAMENTO DA PESQUISA	15
1.8	ESTRUTURA DOS CAPÍTULOS	16
2	NOÇÕES GERAIS SOBRE DIREITO AUTORAL E CARTA PATENTE	18
2.1	DIREITO AUTORAL: OBRAS PROTEGIDAS E DIREITOS DO AUTOR.....	19
2.2	PROPRIEDADE INDUSTRIAL: CONCEITO, LEGISLAÇÃO E ABRANGÊNCIA.....	22
2.3	CARTA PATENTE E REQUISITOS DE PATENTEABILIDADE.....	24
3	CERTIFICADO DE REGISTRO DE MARCA, DESENHO INDUSTRIAL E INDICAÇÃO GEOGRÁFICA	29
3.1	MARCA: CONCEITO E REGISTRABILIDADE.....	29
3.2	DIREITOS DO TITULAR DA MARCA	30
3.3	PEDIDO E EXTINÇÃO DO REGISTRO DA MARCA	31
3.4	DESENHO INDUSTRIAL: TITULARIDADE E DE REGISTRABILIDADE	33
3.5	CONSIDERAÇÕES SOBRE A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA	36
4	POSSIBILIDADE DE PROTEÇÃO DA CRIAÇÃO DA MODA POR REGISTRO DE DESENHO INDUSTRIAL.....	39
4.1	DISCIPLINA JURÍDICA E CARACTERIZAÇÃO DA CRIAÇÃO DA MODA	39

4.2	PROTEÇÃO DA CRIAÇÃO DA MODA POR DIREITO AUTORAL.....	42
4.3	PROTEÇÃO DA CRIAÇÃO DA MODA PELO DIREITO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL	44
4.3.1	Carta patente de invenção ou de modelo de utilidade	44
4.3.2	Certificado de registro de marca	45
4.3.3	Certificado de registro de indicação geográfica	47
4.4	POSSIBILIDADE DE PROTEÇÃO DA CRIAÇÃO DA MODA POR CERTIFICADO DE REGISTRO DE DESENHO INDUSTRIAL.....	48
5	CONCLUSÃO.....	51
	REFERÊNCIAS	54

1 INTRODUÇÃO

Essa monografia trata da possibilidade de proteção legal da criação da moda através do registro de desenho industrial.

1.1 DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA

A propriedade intelectual é um bem imaterial, uma produção advinda da inteligência humana. O direito de propriedade intelectual tem como objetivo fornecer proteção à criação literária, artística e científica, garantindo ao autor que terceiros não utilizem sua criação sem sua prévia autorização e consentimento (DAMIAN, 2015).

A propriedade intelectual engloba a proteção das criações por direito autoral, segundo a Lei 9.610/1998 e a propriedade industrial, conforme a Lei 9.279/1996. Enquanto o direito autoral inclui a proteção de obras intelectuais, novelas, música, e outras criações; a propriedade industrial protege a invenção, o modelo de utilidade, a marca, a indicação geográfica e o desenho industrial.

Invenção é algo original, que ainda não exista no mundo; já o modelo de utilidade implica em uma modificação de uma criação já existente, trazendo uma melhoria ou aperfeiçoamento do mesmo (DAMIAN, 2015; RAMOS, 2012; BRASIL, 1996). A invenção e o modelo de utilidade são protegidos pela Carta patente, documento emitido pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial que confere direito de exploração exclusiva ao seu titular.

Por sua vez, a Lei de Propriedade Intelectual conceitua marca como “sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais” (BRASIL, 1996), tendo como finalidade a diferenciação da prestação de serviços de uma empresa para outra (RAMOS, 2012, p.176).

Já, a indicação geográfica se refere ao local onde houve de fato a extração, produção ou fabricação de determinado produto, ou onde se dá a prestação de determinado serviço (BRASIL, 1996); essa indicação lhes atribui certa reputação, valor intrínseco e identidade própria que os distinguem dos demais produtos de igual natureza disponíveis no mercado (SEBRAE, 2017). Por sua vez, o desenho industrial pode ser considerado como: “a forma

plástica ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa [...]” (DAMIAN, 2015, p. 131), devendo apresentar certos requisitos legais, como a novidade, a originalidade, a legalidade e a industriabilidade. Essas criações são protegidas pelo Certificado de Registro emitido pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial, conferindo, também o direito de exploração exclusiva pelo seu titular.

No caso dos ativos oriundos da indústria da moda, há divergências quanto à forma de proteção de suas criações, encontrando-se dificuldades para se configurar os requisitos de enquadramento nos institutos previstos na propriedade intelectual. Destaca-se que moda não tem o mesmo significado que vestuário, pois esse tem apenas a função de cobrir o corpo, preocupa-se com sua funcionalidade e não com a estética da peça. Por sua vez, a moda é um fenômeno efêmero, que representa o espírito do tempo, tampouco se importa com a criação de tendências utilitárias. A indústria da moda vai muito além da vestimenta, pois engloba toda a matéria industrial, comercial, empresarial e consumerista da sociedade, como também traça relação de cooperação que resulta no sucesso de uma marca ou tendência (ARROSI, 2019).

Em relação ao direito autoral, Rosina (2014) afirma que muitos doutrinadores divergem quanto à sua aplicação às criações de moda, em função de dois aspectos: o primeiro trata-se da originalidade, requisito que vai de encontro com o caráter cíclico da moda, como um fenômeno efêmero, em que as tendências vão e voltam; e o segundo diz respeito ao caráter utilitário da moda que não se confere ao direito autoral.

Tradicionalmente, exclui-se do escopo de proteção desse direito tudo aquilo que é utilitário e protege-se a arte, ou as criações do espírito, nas palavras da lei brasileira. Concretamente, isso significa que uma camisa, por ser um objeto funcional, não pode ser protegida por direito autoral, mas a estampa do tecido utilizado para fazer a camisa sim. Importa, aqui, o conceito de separabilidade: se a obra de arte sobrevive ainda que separada da funcionalidade do objeto, ela é passível de proteção; caso contrário, não (ROSINA, 2014, p. 108).

No ramo da propriedade industrial, a criação da moda poderia ser protegida por Carta patente, se fosse considerada invenção ou modelo de utilidade; ou por Certificado de registro, se configurada uma marca, uma indicação geográfica ou um desenho industrial. Entretanto, não se poderia obter a Carta patente de uma criação de moda, pois de acordo com o inciso IV do artigo 10 da Lei de Propriedade Industrial: “Não se considera invenção nem modelo de utilidade: as obras literárias, arquitetônicas, artísticas e científicas ou qualquer criação estética” (BRASIL, 1996). Portanto, levando em conta que as criações de moda são criações estéticas, existe uma barreira legislativa para a aplicação desse instituto.

Como indicação geográfica, a proteção da moda é ainda muito mais restrita, pois esse instituto visa indicar não uma criação propriamente dita, mas sim uma região geográfica conhecida por sua produção, extração ou fabricação de uma determinada matéria prima. Nesse caso, seria necessário se definir determinada região que fosse conhecida pela produção específica de um produto utilizado na fabricação de ativos da moda para se aplicar a proteção conferida pela indicação geográfica.

Por sua vez, a proteção assegurada às marcas também não é adequada às criações de moda, isso porque alcança somente ilustrações simbólicas que representam a empresa em si. Nesse caso, como exemplo, tem-se a tentativa de proteção de tecido da marca Gucci, através do pedido de registro de uma determinada estampa como marca figurativa da empresa, que foi negado pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Entretanto, referido encontrou proteção como desenho industrial.

Por isso, na maioria dos casos, tem-se buscado a proteção conferida ao desenho industrial, obtida através do Certificado de Registro, pois as criações da moda, geralmente, representam mais uma configuração visual distintiva, em relação a outros objetos anteriores, do que uma invenção, propriamente dita. Desse modo, para Vido (2015), o registro do desenho industrial poderia ser utilizado para proteger as criações da moda, no que tange às características do objeto, seja a forma, cores ou estampas, considerando-se os requisitos da novidade e da originalidade, excluindo-se, dessa proteção, marca e logotipo, assim como aspectos técnicos e funcionais da produção e do produto.

Nesse mesmo sentido, o Tribunal Regional Federal, em 2001, manifestou entendimento reconhecendo que o ineditismo do desenho industrial corresponde a sua originalidade, afastando-se a novidade se apresentar similaridade morfológica com outros objetos, como segue:

A especificação do modelo, seu ineditismo, corresponde a sua originalidade, fazendo-o ímpar em relação a desenhos semelhantes, porque sua morfologia se destacará e identificá-lo-á. Trata-se, entretanto, de conceito jurídico indeterminado, no sentido de que somente a prova pericial e o labor jurisdicional preencherão, nos casos concretos, tal requisito. Nesse sentido, o “desenho industrial resta caracterizado pelo *design* do produto, é aquilo que se vê, ficando caracterizada a ausência de novidade se é inegável a similaridade morfológica, independentemente de outros fatores de distinção, como material utilizado ou pequenas diferenças estruturais” (TRF 3ª Região, AC 407.462, Rel. Juíza Marisa Santos, DJU 04/10/2001) (CHAGAS, 2017, p. 127).

Por todo o exposto, verifica-se que há divergências na doutrina e na jurisprudência quanto à melhor forma de proteção da criação da moda, uma vez que esse tipo de indústria envolve muitas particularidades, que podem configurar os requisitos para os direitos autorais, ou o registro do desenho industrial.

1.2 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

Que criações da moda podem ser protegidas pelo registro do desenho industrial?

1.3 HIPÓTESE

A criação da moda poderá ser protegida pelo Certificado do Registro do desenho industrial quando se tratar de objeto que apresenta inovação em relação à estampa, recorte ou cor, atendendo aos requisitos da novidade e da originalidade.

1.4 DEFINIÇÃO DO CONCEITO OPERACIONAL

Para melhor esclarecer a compreensão do tema, apresentam-se os seguintes conceitos operacionais:

Proteção legal da criação de moda: Garantia de direitos, conferida por lei por meio de registro no Instituto Nacional da Propriedade Industrial, ao titular de determinada produção relacionada ao modo de se vestir, que engloba matéria industrial, comercial, empresarial e consumerista da sociedade, desde que atendidos determinados requisitos legais.

Registro de desenho industrial: Trata-se da inscrição no Instituto Nacional da Propriedade Industrial de instituto previsto na Lei de Propriedade Intelectual de determinada a forma plástica ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa, desde que atendidos certos requisitos legais.

1.5 JUSTIFICATIVA

Esse trabalho é relevante para o meio empresarial porque o mercado de moda é um dos que mais crescem no Brasil. Nesse sentido, em 2018, o número de funcionários era de 1,1 milhão de pessoas distribuídos nas 20,4 mil unidades fabris do país. Ademais, a produção no mercado externo e interno chegou a 5,9 bilhões de peças fabricadas (IEMI, 2019). Esses números demonstram que a indústria *fashion* não é só um mercado em ascensão, como também um universo a ser estudado e protegido, pois, por maior que seja sua participação na economia brasileira, a matéria ainda é pouco reconhecida na doutrina e na jurisprudência do país, pois a legislação deixa lacunas no que tange à proteção de seus produtos e criações. Por tudo isso, justifica-se a realização desse estudo na medida em que oportuniza a discussão do tema e possibilita mais uma fonte de pesquisa e conhecimento sobre o assunto.

Ademais, esse trabalho é importante para o meio acadêmico e profissional, pois a temática ainda é pouco conhecida e explorada, prova disso é que são poucas as pessoas que conhecem a existência do direito da moda e sua viabilidade enquanto matéria jurídica. A propriedade intelectual em si ainda é uma matéria pouco ofertada nas universidades, isso porque, culturalmente falando, não se dá a importância legal que a criação requer.

Também se justifica a realização desse estudo para a sociedade e para o meio empresarial por se tratar de tema que interessa às empresas do ramo da moda, incluindo-se vestuário, calçados e demais acessórios, na medida em que será mais uma fonte de pesquisa e conhecimento a respeito das opções que se têm para a proteção das criações da moda, o que possibilitará aos empresários dessa área compreender como essas produções podem ser reconhecidas e protegidas, considerando-se as tendências de mercado.

Ademais, a escolha desse tema pela acadêmica deve-se ao seu interesse em conhecer mais sobre o mundo da moda e o *fashion law*, como também buscar esclarecimentos quanto à forma de proteção mais adequada para as criações dessa área.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 Geral

Analisar a possibilidade de proteção legal das criações de moda a partir do registro de desenho industrial.

1.6.2 Específicos

Destacar os aspectos principais sobre os direitos autorais e a propriedade industrial;

Caracterizar a concorrência desleal;

Descrever sobre os requisitos da patenteabilidade da invenção e do modelo de utilidade, o pedido e a extinção da carta patente;

Abordar os requisitos da registrabilidade da marca e do desenho industrial, os direitos do criador, o pedido e a extinção do registro;

Discutir sobre os entendimentos doutrinários acerca da proteção legal das criações da moda a partir da aplicação dos direitos autorais e do direito da propriedade industrial;

Mostrar a possibilidade de proteção legal das criações da moda através do registro de desenho industrial.

1.7 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Quanto ao nível, esse estudo é de natureza exploratória, pois estabelece conexão entre os institutos da propriedade industrial e discorre sobre a forma de proteção que garante o direito de exploração exclusiva das criações. Segundo Marcomim e Leonel (2015) a pesquisa exploratória: “Normalmente trata de questões sobre as quais se queira uma compreensão básica, inclusive para se ter melhor condição e domínio para compreender melhor o problema e suas hipóteses de resposta”.

Quanto à abordagem, trata-se de uma pesquisa qualitativa pois se estuda sobre a aplicação dos institutos do direito de propriedade industrial às criações da moda, através de doutrinas, legislação e jurisprudência. Para isso, é necessário conceituar esses institutos, verificar sua abrangência de proteção, confrontar principalmente o desenho industrial com a necessidade da indústria fashion e por fim, concluir se existe a possibilidade de proteção através do desenho industrial.

A coleta de dados se deu através da seleção de doutrinas especializadas na área de direito empresarial e fashion law, devidamente escolhidas para instigar o debate e a reflexão acerca da temática, qual seja a aplicação do desenho industrial às criações de moda. Desse modo, foram utilizadas as pesquisas bibliográfica e documental.

A pesquisa bibliográfica pode ser considerada uma investigação de pesquisas em materiais já apresentados e elaborados, não prevalecendo dados quantitativos ou intervenção na realidade (MARCOMIM; LEONEL, 2015). A pesquisa bibliográfica foi feita em livros dos principais doutrinadores da área, assim como em artigos sobre o tema. Já a pesquisa documental se baseia na legislação e na jurisprudência, ou seja, em fontes e dados primários.

Quanto aos procedimentos utilizados para a análise de dados, destaca-se que a leitura do material foi dividida em 4 fases: leitura exploratória (identificação do material), leitura seletiva (seleção do material), leitura analítica (estudo do material) e a interpretativa (posicionamento do autor quanto ao conteúdo lido). De posse do material selecionado, analisou-se o conteúdo, de acordo com o que foi estabelecido no projeto, visando alcançar a resposta para a pergunta de pesquisa.

1.8 ESTRUTURA DOS CAPÍTULOS

A presente pesquisa foi dividida em cinco capítulos.

O primeiro capítulo trata da introdução, onde se aborda acerca do tema, do problema de pesquisa, da definição dos conceitos operacionais, da justificativa e dos objetivos.

O segundo capítulo apresenta os direitos autorais e a carta patente de invenção e de modelo de utilidade, conceituando cada uma e discorrendo sobre a concorrência desleal.

O terceiro capítulo trata do registro de marca e o desenho industrial, caracterizando os dois institutos e seus requisitos.

O quarto capítulo traz a possibilidade de proteção das criações da moda através do registro do desenho industrial, caracterizando as criações e verificando a possibilidade (ou não) de proteção por outros institutos da Propriedade Intelectual.

No final, apresenta-se a conclusão, quinto capítulo, e as referências.

2 NOÇÕES GERAIS SOBRE DIREITO AUTORAL E CARTA PATENTE

Esse capítulo trata do conceito e abrangência da propriedade intelectual, destacando-se os aspectos principais sobre o direito autoral e a patenteabilidade de invenção e de modelo de utilidade.

Propriedade Intelectual é o ramo do direito que trata da proteção conferida a bens imateriais, cuja origem se dá pela criação humana, de forma que garanta a seu criador o direito exclusivo de utilização. De acordo com o artigo 2º, inciso VIII, da Convenção, assinada em Estocolmo/1967, e modificada em 1979, que institui a Organização Mundial da Propriedade Intelectual – OMPI, são passíveis de proteção os seguintes objetos: obras literárias, artísticas e científicas; interpretações dos artistas intérpretes e às execuções; os artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão; invenções em todos os domínios da atividade humana; descobertas científicas; desenhos e modelos industriais; marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais; proteção contra a concorrência desleal; e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual (BRAGA; DUARTE, 2018).

Destaca-se que, ainda que a OMPI tenha alcance mundial e tenha por finalidade principal a proteção da propriedade intelectual em cooperação com todos os Estados, cada membro tem sua própria autonomia e possui mecanismos de oferta diferentes. Dessa forma, com exceção do direito autoral, não possuímos um registro mundial que alcance todos os países para as demais formas de proteção, sendo necessário realizar o pedido de proteção individualmente em cada um, conforme explica a WIPO (2019):

Embora os objetos protegidos pelo Direito de Autor tenham validade internacional, aqueles protegidos pela Propriedade Industrial somente têm validade no país de depósito, desde que analisado e concedido, segundo os trâmites legais. Dessa forma, caso se queira exportar e comercializar produtos já patenteados em outros países, é necessária a obtenção de patentes nestes países para garantir ao titular a exploração econômica em cada um desses países.

A Propriedade Intelectual está dividida em dois grupos: direito autoral e propriedade Industrial. O direito autoral engloba as criações literárias, artísticas e científicas, e os direitos conexos, tais como interpretações artísticas e execuções, fonogramas e transmissões por radiodifusão. Por sua vez, a propriedade industrial abrange a patente de invenção e de modelo

de utilidade, e o registro de desenho industrial, marca e indicação geográfica, assim como a repressão à concorrência desleal.

2.1 DIREITO AUTORAL: OBRAS PROTEGIDAS E DIREITOS DO AUTOR

Direito autoral é a forma de proteção requerida por autor de obra artística, literária ou científica, com o intuito de impedir que terceiros façam uso indevido e sem sua autorização, além de garantir direito sobre toda a remuneração oriunda de atividade comercial envolvendo sua obra.

Autor pode ser considerado como toda pessoa física (ou jurídica em casos específicos previstos em lei) que seja criadora de obras literárias, artísticas ou científicas. Além disso, também pode ser considerado autor aquele que adapta, traduz, arranja ou orchestra obra caída no domínio público (BRASIL, 1998).

Por sua vez, a coautoria ocorre quando dois ou mais autores participam de uma mesma obra, contribuindo criativamente com conteúdo; cada coautor tem direito a suas contribuições individuais e na obra como um todo também; caso não haja a divisão explícita do material de cada um, ficam os mesmos ligados por um tipo de solidariedade contratual e, sendo assim, não pode publicar ou autorizar a publicação sem a anuência dos demais. Vale lembrar que coautor e colaborador são funções diferentes, sendo o segundo reservado para contribuições secundárias da obra, tais como: produção, revisão, fiscalização, dentre outros, conforme previsto no art. 15, § 1º, da Lei 9.610/98: “Não se considera coautor quem simplesmente auxiliou o autor na produção da obra literária, artística ou científica, revendo-a, atualizando-a, bem como fiscalizando ou dirigindo sua edição ou apresentação por qualquer meio” (BRASIL, 1998).

A proteção conferida a obra pelo direito autoral tem abrangência mundial, graças a Convenção de Berna/1886, que trata exclusivamente das obras literárias e artísticas. Dessa forma, todos os países que fazem parte da referida Convenção, constituem união para proteção das obras literárias e artísticas (BRASIL, 1975). Em âmbito nacional, o direito autoral está previsto na Lei 9.610/1998; em seu artigo 7º, são elencadas as criações passíveis de proteção pelo referido instituto:

Art. 7º São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como:

I - os textos de obras literárias, artísticas ou científicas;

II - as conferências, alocações, sermões e outras obras da mesma natureza;

III - as obras dramáticas e dramático-musicais;

IV - as obras coreográficas e pantomímicas, cuja execução cênica se fixe por escrito ou por outra qualquer forma;

V - as composições musicais, tenham ou não letra;

VI - as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas;

VII - as obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia;

VIII - as obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia e arte cinética;⁷

IX - as ilustrações, cartas geográficas e outras obras da mesma natureza;

X - os projetos, esboços e obras plásticas concernentes à geografia, engenharia, topografia, arquitetura, paisagismo, cenografia e ciência;

XI - as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova;

XII - os programas de computador;

XIII - as coletâneas ou compilações, antologias, enciclopédias, dicionários, bases de dados e outras obras, que, por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam uma criação intelectual. (BRASIL, 1998)

Destaca-se que a fixação da ideia em um meio/suporte é requisito vital para que se tenha a proteção pelo direito autoral, de forma que, enquanto não ocorrer, não pode ser reivindicada sua originalidade, conforme explicações de WIPO (2019):

Note que os direitos de autor protegem obras, ou seja, as expressões concretas, e não as ideias. Assim, se você imagina uma trama para uma história, essa, enquanto ideia de trama, não recebe proteção. Por exemplo, a ideia de uma trama consistindo na história de um jovem casal que se apaixona, apesar da discordância de suas famílias e tradições, não receberia proteção. Diferentes escritores poderiam criar histórias diversas baseadas numa trama bastante semelhante. Mas quando você a coloca sob a forma de sinopse ou, digamos, de um texto curto, ou de um roteiro, a expressão da trama imaginária nessa sinopse, texto ou roteiro, estará protegida. Portanto, exemplificativamente, a peça Romeu e Julieta de Shakespeare seria considerada uma expressão criativa daquela trama. Ainda assim, outros escritores poderão criar novas histórias a partir de uma trama semelhante, com as mesmas ideias.

Todavia, a proteção aos direitos independe de registro; contudo é facultado ao autor registrar a sua obra no órgão público específico, devendo ser cobrada retribuição, cujo valor e processo de recolhimento serão estabelecidos por ato do titular do órgão da administração pública federal a que estiver vinculado o registro das obras intelectuais. Pertencem ao autor os direitos morais e patrimoniais sobre a obra que criou, sendo garantidos os direitos ao coautor da obra intelectual de comum acordo, salvo convenção em contrário (BRASIL, 1998).

Os direitos morais do autor estão previstos no artigo 24, da Lei 9.610/98:

Art. 24. São direitos morais do autor:

I - o de reivindicar, a qualquer tempo, a autoria da obra;

II - o de ter seu nome, pseudônimo ou sinal convencional indicado ou anunciado, como sendo o do autor, na utilização de sua obra;

III - o de conservar a obra inédita;

IV - o de assegurar a integridade da obra, opondo-se a quaisquer modificações ou à prática de atos que, de qualquer forma, possam prejudicá-la ou atingi-lo, como autor, em sua reputação ou honra;

V - o de modificar a obra, antes ou depois de utilizada;

VI - o de retirar de circulação a obra ou de suspender qualquer forma de utilização já autorizada, quando a circulação ou utilização implicarem afronta à sua reputação e imagem;

VII - o de ter acesso a exemplar único e raro da obra, quando se encontre legitimamente em poder de outrem, para o fim de, por meio de processo fotográfico ou assemelhado, ou audiovisual, preservar sua memória, de forma que cause o menor inconveniente possível a seu detentor, que, em todo caso, será indenizado de qualquer dano ou prejuízo que lhe seja causado. (BRASIL, 1998)

Para Afonso (2009), os direitos morais englobam os seguintes: direito ao inédito, pois somente ao autor da obra é quem cabe decidir se tornará sua obra pública ou não; direito à paternidade, sendo que o autor tem o direito de exigir que seu nome ou pseudônimo esteja associado à sua obra; direito à integridade, uma vez que qualquer modificação a obra feita por terceiros poderá ser oposta pelo autor, de forma a impedir que a mesma seja levada ao público, protegendo-se a honra e a reputação do autor; direito de arrependimento, pois o autor pode retirar de circulação sua obra ou suspender sua utilização, ficando, por óbvio, resguardado o direito a indenização aos exploradores da obra que foram autorizados anteriormente pelo autor. Esses direitos têm papel fundamental nos dias atuais, visto que, com a era digital, as obras literárias e artísticas ficaram facilmente manipuláveis por qualquer um que tenha acesso a elas. Toda modificação feita na obra sem a devida autorização é considerada violação dos direitos morais do autor.

Por sua vez, os direitos patrimoniais se referem ao uso econômico da obra e, diferentemente dos direitos morais, podem ser transmitidos a terceiros. Afonso (2009) afirma que são três as formas de exploração da criação para obter benefícios econômicos através do direito autoral patrimonial: direito de reprodução, de toda edição, reprodução mecânica (jukebox, realejo), reprográfica (cópias), seja de forma total ou parcial da obra; direito de comunicação pública, que consiste na exposição, representação ou execução da obra de forma pública e não material, podendo ocorrer através da radiodifusão, transmissão da obra por meio

da rádio ou televisão; e direitos de transformação, que nascem através da autorização do autor a um terceiro para que este crie obras derivadas, como uma adaptação, por exemplo.

Destaca-se que, após o falecimento do autor, os direitos patrimoniais perduram por um prazo de duração de 70 (setenta) anos, como prevê a Lei 9.610/98 (art. 41): “Art. 41. Os direitos patrimoniais do autor perduram por setenta anos contados de 1º de janeiro do ano subsequente ao de seu falecimento, obedecida a ordem sucessória da lei civil” (BRASIL, 1998). Após seu esgotamento, a obra cai em domínio público, o que significa que não precisa mais de autorização para sua utilização, segundo o que determina a legislação (art. 45, I, II), pela qual: [...] pertencem ao domínio público: as criações de autores falecidos que não tenham deixado sucessores; e as de autor desconhecido, ressalvada a proteção legal aos conhecimentos étnicos e tradicionais (BRASIL, 1998).

2.2 PROPRIEDADE INDUSTRIAL: CONCEITO, LEGISLAÇÃO E ABRANGÊNCIA

A propriedade industrial é uma das vertentes da propriedade intelectual, cujas formas de proteção são: patente de invenção e de modelo de utilidade; registro de marca, de indicação geográfica e de desenho industrial; e repressão à concorrência desleal. A diferença entre criações de caráter industrial e as demais está em aliar a utilidade e a estética, segundo explicações de Silveira (2018, p. 06):

Distingue-se, portanto, a invenção industrial das demais criações do espírito não só pelo fato de ela objetivar a utilidade, mas também por seu caráter abstrato, que consiste na concepção de uma nova relação de causalidade não encontrável na natureza. Nesse caso, não entra em questão a forma, como ocorre nas invenções químicas ou naquelas que consistem em processos de fabricação; mesmo quando a invenção se refere a um novo produto, não é a forma em si que é visada, mas a relação entre as suas partes, resultando em um novo efeito técnico.

Em âmbito internacional, a propriedade industrial está prevista na Convenção da União de Paris (CUP), a Patent Cooperation Treaty (PCT) e a Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS).

A Convenção da União de Paris (CUP), da qual o Brasil é signatário, realizada em 1883 e considerada como a primeira tentativa de harmonização dos sistemas jurídicos relacionados à propriedade industrial, possui uma aplicação ampla e versa sobre patentes, marcas, desenhos industriais, modelos de utilidade, nomes comerciais, indicações geográficas e repressão da concorrência desleal. Conforme essa Convenção, a propriedade industrial vai muito além das

criações industriais propriamente ditas, alcançando inclusive as indústrias extrativas e produtos manufaturados, como vinhos, frutas, cereais, dentre outros (PARIS, 1883)

Por sua vez, o Tratado de Cooperação em matéria de Patentes - Patent Cooperation Treaty (PCT), assinado em 1970, com a finalidade exclusiva de desenvolver o sistema de patentes e de transferência de tecnologia, tem por principal objetivo a facilitação do processo de conseguir patentes em diferentes países, embora não se possa considerar que esse tratado conceda patente mundial e sim facilite o acesso ao maior número de países possível. Já, o Acordo sobre Direito de Propriedade Intelectual Relacionado ao Comércio - Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS), assinado em 1994, é considerado mais eficaz que a Convenção da União de Paris (CUP), pois atribuiu um caráter comercial à propriedade industrial e está sujeito a um efetivo sistema de solução de controvérsias instalado na Organização Mundial do Comércio (OMC), prevalecendo o interesse privado ao público. (PAESANI, 2012).

No Brasil, a propriedade industrial possui previsão constitucional, no artigo 5º, inciso XXIX, assegurando aos inventores o privilégio temporário de sua utilização, bem como a proteção das criações industriais, a propriedade das marcas e outros signos distintivos (BRASIL, 1988). Além disso, é regulada pela Lei 9.279/1996 (Lei da Propriedade Industrial – LPI), que estabelece, direitos, deveres e mecanismos de registro de cada instituto, sendo que a proteção dos direitos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante: concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade; concessão de registro de desenho industrial; concessão de registro de marca; repressão às falsas indicações geográficas; e repressão à concorrência desleal. Essa proteção também se estende ao pedido de patente ou de registro proveniente do exterior e depositado no País por quem tenha proteção assegurada por tratado ou convenção em vigor no Brasil; e aos nacionais ou pessoas domiciliadas em país que assegure aos brasileiros ou pessoas domiciliadas no Brasil a reciprocidade de direitos iguais ou equivalentes (BRASIL, 1996).

Destaca-se que a repressão à concorrência desleal visa proteger a livre concorrência, princípio constitucional geral da atividade econômica, previsto no artigo 170, inciso IV, da Constituição Federal/1988. A concorrência pode ser conceituada como a disputa entre produtores de um mesmo bem ou serviço no mercado; o que traz benefícios tanto para o consumidor, que terá opções variadas com preços variados, como para o sistema econômico no

geral, pois esses produtores serão estimulados a aperfeiçoar seus produtos e criar outros. Por outro lado, a concorrência desleal se configura quando um agente que utiliza, com má fé, a criação protegida sem a devida autorização de seu possuidor (WIPO, 2019). Para Solon (2012), a competição desleal surge com o desvio de clientela por uma conduta antijurídica, ou seja, expandindo seu negócio por meio da exploração da criação alheia, geralmente, ocorrendo por meio da imitação de produtos, nomes e sinais, considerada conduta fraudulenta e com potencial de denegrir a imagem ou reputação de um determinado negócio. Nesse sentido, a Lei 9.279/96 (art. 195, I a XIV) reprime a concorrência desleal, considerando criminosas determinadas práticas.

2.3 CARTA PATENTE E REQUISITOS DE PATENTEABILIDADE

Carta patente é o documento que garante a proteção conferida pela patente. Tem como objetivo fornecer ao criador direito sobre sua obra, de maneira que possa inibir terceiros de auferir vantagens sem sua autorização.

São duas as modalidades de carta patente: de invenção e de modelo de utilidade. A patente de invenção é utilizada para produtos e processos que trazem solução inédita para um problema, podendo abranger produtos industriais ou ainda atividades industriais. Já, a patente de modelo de utilidade é utilizada para as criações que apresentam nova forma ou disposição de um produto, trazendo melhoria funcional para seu uso ou fabricação (BRAGA; DUARTE, 2018). No campo prático existe uma grande diferença entre ambos, por exemplo: a invenção de aparelhos eletrônicos é um tipo de patente de invenção, enquanto que a tesoura para canhoto, por apresentar nova forma de um objeto já existente, pode ser considerada como uma patente de modelo de utilidade (DINO, 2016).

Segundo a Lei 9.279/96, em seu artigo 6º, é titular da carta patente o autor de invenção ou de modelo de utilidade, seus herdeiros ou sucessores, o cessionário ou terceiro que a lei, contrato de trabalho ou prestação de serviços determinar; porém, se mais de um autor reivindicar o direito à criação, a vitória será daquele que comprovar o depósito mais antigo (BRASIL, 1996).

As vantagens de se obter a carta patente são inúmeras, isso porque fica garantido ao seu possuidor o direito amplo ao uso de sua invenção ou modelo de utilidade, no território

depositado, podendo proibir que terceiros utilizem sem sua previa concordância e ainda ceder ou licenciar a patente obtida.

Pode ser objeto de patente qualquer criação, seja de um produto ou de um processo de produção, destinado a qualquer uma das áreas da tecnologia (WIPO, 2019). Segundo a Lei nº 9.279/1996 (art. 8º e 9º), é patenteável a invenção que atenda aos requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial; e é patenteável como modelo de utilidade o objeto de uso prático, ou parte deste, suscetível de aplicação industrial, que apresente nova forma ou disposição, envolvendo ato inventivo, que resulte em melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação (BRASIL, 1996).

Nesse sentido, novidade é o requisito que deve ser atendido, tanto em relação à invenção, quanto ao modelo de utilidade; essas criações serão consideradas novas quando não estiverem compreendidos pelo estado da técnica; que, conforme o artigo 11, da Lei 9.279/96, estado da técnica significa tudo aquilo acessível ao público antes da data de depósito do pedido de patente. Por sua vez, a “invenção é dotada de atividade inventiva sempre que, para um técnico no assunto, não decorra de maneira evidente ou óbvia do estado da técnica”, conforme artigo 13, da lei em comento. Ademais, a aplicação Industrial é o requisito pelo qual o objeto deverá ser suscetível a ser aplicado na indústria, de maneira ampla e em qualquer tipo de indústria, conforme indica o artigo 15, da legislação específica (BRASIL, 1996).

Contudo, nem todas as criações podem ser objeto de patente, como determina a Lei da propriedade industrial (art. 10):

Art. 10. Não se considera invenção nem modelo de utilidade:

I - descobertas, teorias científicas e métodos matemáticos;

II - concepções puramente abstratas;

III - esquemas, planos, princípios ou métodos comerciais, contábeis, financeiros, educativos, publicitários, de sorteio e de fiscalização;

IV - as obras literárias, arquitetônicas, artísticas e científicas ou qualquer criação estética;

V - programas de computador em si;

VI - apresentação de informações;

VII - regras de jogo;

VIII - técnicas e métodos operatórios ou cirúrgicos, bem como métodos terapêuticos ou de diagnóstico, para aplicação no corpo humano ou animal; e

IX - o todo ou parte de seres vivos naturais e materiais biológicos encontrados na natureza, ou ainda que dela isolados, inclusive o genoma ou germoplasma de qualquer ser vivo natural e os processos biológicos naturais (BRASIL, 1996)

Desse modo, toda descoberta, teoria científica e método matemático se origina em um fato preexistente que até então era ignorado pelo homem, por exemplo a descoberta da lei da gravidade. Já concepções meramente abstratas não podem ser passíveis de patente pois são hipóteses sem base material, como por exemplo tornar um homem invisível. Um método de ensino também não pode ser objeto de patente, como por exemplo gravar vídeo aulas, mas dispositivos ou equipamentos utilizados para essa gravação podem ser. Tanto as obras literárias e artísticas quanto os programas de computador, são considerados objetos de proteção do direito autoral, então não poderão ser contemplados pela carta patente. O conteúdo de uma apresentação de informações (uma reportagem de jornal de televisão por exemplo) não é considerado uma invenção, portanto, não é objeto de patente. Técnicas e métodos operatórios não podem ser considerados objetos de patente, mas os instrumentos e medicações utilizados sim. No mesmo sentido, qualquer material biológico ou parte de seres vivos naturais não poderá ser objeto de carta patente, entretanto o processo de extração de substâncias de animais e plantas, por exemplo, pode ser objeto (WIPO, 2019).

Todo o uso indevido de criação patenteada por terceiro não autorizado configura hipótese de indenização, inclusive em relação à exploração ocorrida entre a data da publicação do pedido e a da concessão da patente. Para computação do tempo de uso indevido é considerado também o período compreendido entre a data da publicação do pedido e a da concessão da patente, caso o autor do ato ilícito teve conhecimento nesse meio tempo, conforme previsão do artigo 44, caput e § 1º, da Lei 9.79/96 (BRASIL, 1996).

Contudo, a legislação da propriedade industrial brasileira (art. 43, I a VII) elenca casos específicos, em que poderá ocorrer a outorga de licença compulsória: atos praticados por terceiros não autorizados, em caráter privado e sem finalidade comercial, desde que não acarretem prejuízo ao interesse econômico do titular da patente, assim como os praticados por terceiros não autorizados, com finalidade experimental, relacionados a estudos ou pesquisas científicas ou tecnológicas; preparação de medicamento de acordo com prescrição médica para casos individuais, executada por profissional habilitado, bem como ao medicamento assim preparado; produto fabricado de acordo com patente de processo ou de produto que tiver sido colocado no mercado interno diretamente pelo titular da patente ou com seu consentimento; terceiros que, no caso de patentes relacionadas com matéria viva, utilizem, sem finalidade econômica, o produto patenteado como fonte inicial de variação ou propagação para obter outros produtos; dentre outros (BRASIL, 1996).

Para que o criador de uma invenção ou de modelo de utilidade obtenha para si o direito de exploração é necessário obter a carta patente, através de pedido formulado junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Desse modo, ao decidir proteger sua invenção ou modelo de utilidade, o autor deve assegurar-se que sua criação preenche todos os requisitos exigidos pela legislação e fazer um levantamento técnico sobre a matéria de sua criação, providenciando um relatório descritivo, desenhos e reivindicações. Poderá também, se necessário, apresentar informações complementares importantes para o relatório descritivo, como é o exemplo dos objetos de proteção da área biológica que possuam uma ou mais sequências de aminoácidos e/ou nucleotídeos, estes precisam apresentar a listagem de sequência em meio eletrônico (de acordo com a Resolução nº 187, do INPI/2017) (RUSSI, 2011).

O rol de documentos básicos exigidos está previsto na Lei 9.279/96 (art. 19, I a VI), e são os seguintes: requerimento; relatório descritivo; reivindicações; desenhos, se for o caso; resumo; e comprovante do pagamento da retribuição relativa ao depósito. Reunidos esses documentos, é necessário ao autor decidir se o registro valerá somente em território nacional ou se prefere registrar em outros países também. Para isso, deve escolher antes o sistema que será utilizado, podendo ocorrer por via da Convenção da União de Paris (CUP) ou do Via Tratado de Cooperação em matéria de Patentes - Patent Cooperation Treaty (PCT). No primeiro caso, o autor pode depositar um único pedido em uma série de países; no segundo, o autor poderá obter a patente nos países participantes, realizando um exame meramente preliminar.

Contudo, se preferir uma patente somente a nível nacional, passará pelas seguintes fases: depósito do pedido, que serve para identificar a anterioridade da criação junto ao INPI; publicação do pedido, para que se dê ciência a terceiros sobre o requerimento do direito de proteção; exame do pedido, realizado pelo INPI que verifica a presença dos requisitos de patenteabilidade, podendo requerer outros documentos, com prazo de apresentação de 60 (sessenta) dias, com base na legislação específica e nas Instruções Normativas n.ºs 30/2013 e 31/2013; e a decisão, que se refere à conclusão do exame do pedido, que pode ser deferido ou indeferido; se deferido, é expedida a carta patente; se indeferido, o requerente tem o direito de se manifestar (DAMIAN, 205).

Destaca-se que, após a concessão da carta patente, se houver necessidade de aperfeiçoamento ou desenvolvimento do objeto da criação, é preciso apresentar o Certificado de Adição, nos termos dos artigos 76 e 77, da Lei 9.279/96; esse certificado tem caráter acessório, acompanhando o prazo e os limites da patente conferida (WIPO, 2019).

Quanto ao prazo de vigência da carta patente, indica o artigo 40, da Lei 9.279/96 que a patente de invenção vigorará pelo prazo de 20 (vinte) anos e a de modelo de utilidade pelo prazo 15 (quinze) anos contados da data de depósito; destacando-se que a vigência da patente não será inferior a 10 (dez) anos, e a do modelo de utilidade a 7 (sete) ano, a contar da data de concessão, ressalvada a hipótese de o INPI estar impedido de proceder ao exame de mérito do pedido, por pendência judicial comprovada ou por motivo de força maior (BRASIL, 1996).

Ademais, o artigo 78, da Lei 9.279/1996 define as causas de extinção de patente, que são as seguintes: expiração do prazo de vigência; renúncia de seu titular, ressalvado o direito de terceiros; caducidade; falta de pagamento da retribuição anual; e inobservância da exigência de constituição de procurador devidamente qualificado e domiciliado no País para pessoa domiciliada no exterior (art. 217, LPI) (BRASIL, 1996). Ressalta-se que a renúncia pode ser feita a qualquer tempo, com a única condição de que não gere prejuízo a direito de terceiros, e, caso isso aconteça, o prejudicado tem a oportunidade de solicitar o indeferimento da renúncia ao INPI. Já, a caducidade, (art. 80, LPI) pode ocorrer de ofício ou a requerimento de qualquer pessoa com legítimo interesse, se, decorridos 2 (dois) anos da concessão da primeira licença compulsória, esse prazo não tiver sido suficiente para prevenir ou sanar o abuso ou desuso, salvo motivos justificáveis. Ainda, a partir do início do terceiro ano da data do depósito, o depositante do pedido e o titular da patente estão sujeitos ao pagamento de retribuição anual, regulado pelo INPI, devendo ser feito nos três primeiros meses de cada período anual, caso contrário, poderá ser feito, independente de notificação, dentro dos 6 (seis) meses subsequentes, sendo que a falta desse pagamento acarreta o arquivamento do pedido ou a extinção da patente.

Feitas essas considerações, passa-se ao capítulo 3.

3 CERTIFICADO DE REGISTRO DE MARCA, DESENHO INDUSTRIAL E INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

Esse capítulo trata do certificado de registro de marca, desenho industrial e indicação geográfica, titularidade, requisitos e processo de obtenção e de extinção, como se passa a expor.

3.1 MARCA: CONCEITO E REGISTRABILIDADE

Marca é todo sinal distintivo que tem como objetivo principal distinguir os produtos ou serviços prestados por uma empresa. É considerada parte da propriedade industrial e, portanto, sujeita às previsões da Lei n. 9.279/96. (WIPO, 2019).

A Lei 9.279/1996 (Lei da propriedade industrial – LPI) estabelece a diferenciação entre marca de produto ou serviço, marca de certificação e marca coletiva. A primeira é a mais utilizada pelos empresários quando seu objetivo é proteger sua reputação, distinguindo de outros semelhante; a segunda tem como objetivo atestar a conformidade desses produtos ou serviços com determinadas normas e especificações técnicas; já, a terceira visa informar ao consumidor que a empresa é membro de alguma entidade coletiva. Ainda, a legislação em comento dispõe sobre a marca de alto renome (art. 125) e a marca notoriamente conhecida (art. 126). A primeira é utilizada por marcas registradas no Brasil que “por terem reconhecimento, prestígio e reputação positiva na sociedade, são protegidas contra qualquer tipo de cópia em qualquer de atividade; por sua vez, a segunda se refere à marca que ultrapassa os limites da territorialidade, tendo proteção especial, ou seja, tem reconhecimento entre os consumidores em nível mundial, independente de ter registro no Brasil; porém, diferente da primeira, essa só terá uso exclusivo em seu ramo de atuação (BRASIL, 1996; FARIAS, 2020).

Ademais, as formas de apresentação de uma marca podem ser classificadas em: nominativas, mistas, figurativas e tridimensionais. A marca nominativa possui palavras, abreviações, neologismos ou qualquer combinação de letras e/ou algarismos romanos e/ou árabicos. Já, a marca figurativa é formada somente por imagens, formas fantasiosas de letras ou algarismos isolados, ou ideogramas. Por sua vez, a marca mista possui uma combinação de

palavras e figuras. A marca tridimensional representa a forma do produto ou da embalagem. (WIPO, 2019).

No que tange à registrabilidade das marcas, a legislação em comento (art. 124) traz um rol extensivo de materiais, sinais e figuras que não são registráveis como marca, dentre eles brasões, armas, figuras contrárias à moral, cores e o nome civil são exemplos do conteúdo presente nos incisos do referido artigo e que não podem ser usados no registro de marca. Para que uma marca seja registrável ela deve atender a dois requisitos legais: deve ser um sinal distintivo visualmente perceptível e não estar compreendidos nas proibições legais (art. 122, LPI). Referida legislação visa a não permitir registro de marcas olfativas, gustativas ou sonoras justamente para não serem visualmente perceptíveis.

Essas proibições podem ser agrupadas em quatro categorias: veracidade, liceidade, distintividade e disponibilidade, segundo a Organização Mundial de Propriedade Intelectual (WIPO, 2019), como segue: A veracidade exige que o sinal utilizado na marca possua um caráter verdadeiro em sua essência, sendo vedado o registro de marcas enganosas, impedindo o prejuízo ao consumidor e a concorrência. Já, a liceidade impede que sinais que atentem contra a ordem pública ou a moral e bons costumes sejam utilizados para registro de marca, possuindo caráter absoluto em razão do interesse público. Por sua vez, a distintividade é considerada o atributo principal da marca, isso porque é fundamental que o consumidor consiga diferenciar objetivamente os produtos ou serviços indicados por ela. Por último, a disponibilidade está diretamente ligada às marcas já existentes, de modo que o registro de uma nova marca tenha que ser suficientemente diferente das demais já registradas naquele segmento. A verificação ocorre por meio de consulta ao público consumidor daquele segmento do mercado, a fim de verificar se existe a confusão ou associação entre as marcas. Caso o resultado seja positivo, é negado o registro, porém, se for negativo, é concedido o registro e ambas as marcas podem conviver pacificamente.

3.2 DIREITOS DO TITULAR DA MARCA

Segundo Giordano (2019, a propriedade da marca assegura direitos ao seu titular.

Esses direitos incluem ceder seu registro, licenciar o seu uso e zelar pela sua integridade material ou reputação (art. 130, LPI). Corroborando com o exposto, lecionam Braga e Duarte (2018, p.50-51) que:

O possuidor da marca ou do pedido de registro se torna apto a dispor dos seus direitos. Com seu registro ou pedido, é lícito ceder o registro de marca ou o seu pedido, terceirizar o uso e ainda assumir a responsabilidade pela fiscalização de uso. A lei veda, nesses casos, sendo eles donos de marca de produto ou serviço, que terceiros não a utilizem na divulgação e na comercialização. Uma vez que a marca se torne pública, é vedado ao seu detentor proibir sua circulação ou exposição.

Contudo, o titular não poderá impedir: que comerciantes ou distribuidores utilizem sinais distintivos que lhes são próprios, juntamente com a marca do produto, na sua promoção e comercialização; que fabricantes de acessórios utilizem a marca para indicar a destinação do produto, desde que obedecidas as práticas leais de concorrência; a livre circulação de produto colocado no mercado interno, por si ou por outrem com seu consentimento, com as ressalvado legais; ou a citação da marca em discurso, obra científica ou literária ou qualquer outra publicação, desde que sem conotação comercial e sem prejuízo para seu caráter distintivo (art. 132, LPI). (BRASIL, 1996). Desse modo, o titular possui, de fato, autoridade plena sobre sua marca, contudo, após realizado contrato de cunho comercial não poderá proibir o vendedor de utilizar o sinal de sua marca para fazer propaganda da sua loja. Esse entendimento visa inibir o aproveitamento desleal da proteção conferida.

3.3 PEDIDO E EXTINÇÃO DO REGISTRO DA MARCA

São legitimados para requerer o registro de marca pessoas físicas ou pessoas jurídicas, de direito público ou privado, sendo necessário apenas às pessoas jurídicas de direito privado comprovar que a atividade é exercida de forma efetiva e lícita, de modo direto ou através de empresas que controlem direta ou indiretamente (art. 128, § 1º, LPI). Destaca-se que a marca coletiva só poderá ser requerida por pessoa jurídica que representa coletividade e a marca de certificação, por pessoa que não tenha interesse comercial ou industrial direto no produto ou serviço atestado. (BRASIL, 1996).

O depósito para requerer o registro de marca é feito diretamente no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), devendo conter os seguintes requisitos (art. 155, LPI): requerimento, etiquetas (se for o caso) e o comprovante do pagamento da retribuição relativa

ao depósito. Todos os documentos deverão ser apresentados em língua portuguesa, caso estejam em língua estrangeira, será concedido um prazo de 60 (sessenta) dias para tradução simples. Após isso, o pedido é submetido a um exame formal preliminar e, se estiver devidamente instruído, será protocolizado, sendo considerada a data de depósito a da sua apresentação. Caso não atender aos requisitos legais, mas contiver dados suficientes relativos ao depositante, sinal marcário e classe, é conferido um prazo de 5 (cinco) dias para entregar as exigências requeridas, mediante recibo datado; nesse caso o depósito será considerado como efetuado na data da apresentação do pedido. Protocolizado, o pedido é publicado na Revista de Propriedade Industrial (RPI) para apresentação de oposição no prazo de 60 (sessenta) dias. Caso exista alguma oposição, é conferido ao depositante o prazo igualmente de 60 (sessenta) dias para manifestação. Decorrido o prazo de oposição ou findo o prazo de manifestação, será feito exame, durante o qual poderão ser formuladas exigências, que deverão ser respondidas no prazo de até 60 (sessenta) dias, caso não respondida, será arquivado definitivamente. Concluído o exame, será proferida decisão, deferindo ou indeferindo o pedido de registro. O certificado de registro somente será concedido depois de deferido o pedido e comprovado o pagamento das retribuições correspondentes, esse último deverá ser feito em até 60 (sessenta) dias após o deferimento. (BRASIL, 1996).

É considerado nulo o registro concedido sem estar de acordo com os requisitos e o procedimento legal estabelecido. A nulidade poderá ser declarada administrativamente através de processo instaurado de ofício ou mediante requerimento de qualquer pessoa com legítimo interesse, em até 180 (cento e oitenta) dias contados da data da expedição do certificado de registro. O titular do registro será intimado a oferecer manifestação em um prazo de até 60 (sessenta) dias. Independente de manifestação, findo o prazo, será decidida a nulidade pelo Presidente do INPI. Poderá também ser proposta ação de nulidade em sede de Judicial Federal, pelo INPI ou por qualquer pessoa com legítimo interesse, podendo inclusive o magistrado determinar liminarmente a suspensão dos efeitos do registro e do uso da marca. A ação judicial prescreve em 5 (cinco) anos. (BRASIL, 1996).

Além da nulidade, é possível a extinção do registro por outros meios (art. 142, LPI)

Art. 142. O registro da marca extingue-se:

- I - pela expiração do prazo de vigência;
- II - pela renúncia, que poderá ser total ou parcial em relação aos produtos ou serviços assinalados pela marca;
- III - pela caducidade; ou

IV - pela inobservância do disposto no art. 217.

Art. 217. A pessoa domiciliada no exterior deverá constituir e manter procurador devidamente qualificado e domiciliado no País, com poderes para representá-la administrativa e judicialmente, inclusive para receber citações. (BRASIL, 1996).

O prazo de vigência do registro de marca é de 10 (dez) anos, contados da data da concessão do registro, prorrogável por períodos iguais e sucessivos. O pedido de prorrogação deverá ser feito durante o último ano de vigência do registro, caso não seja feito, poderá fazê-lo nos 6 (seis) meses subsequentes, mediante o pagamento de retribuição adicional. A expiração desse prazo de vigência acarreta na extinção do registro de marca. A caducidade ocorre quando, a requerimento de qualquer interessado, ter decorridos 5 (cinco) anos da concessão do registro ao titular e o uso da marca não tiver sido iniciado no Brasil. Além disso, caducará se o uso da marca tiver sido interrompido por mais de 5 (cinco) anos consecutivos ou se a marca, durante esse mesmo período, houver realizado modificação que altere significativamente o caráter distintivo original. Em qualquer desses casos, o titular será intimado a apresentar manifestação no prazo de 60 (sessenta dias), cabendo a ele o ônus da prova. Caso o titular justificar o desuso da marca por razões consideradas legítimas, não ocorrerá a caducidade. (BRASIL, 1996).

3.4 DESENHO INDUSTRIAL: TITULARIDADE E DE REGISTRABILIDADE

A Lei 9.279/96 (art. 95) traz o conceito de desenho industrial como sendo a forma plástica ornamental de um objeto ou ainda um conjunto ornamental de linhas e cores que, quando aplicado a um produto, proporciona resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial (BRASIL, 1996). Desse modo, o que difere os desenhos industriais das obras de arte protegidas pelo direito autoral, além de pertencerem a registros jurídicos distintos, é que o desenho industrial, por estar inserido em um produto, possui uma função estética mas também utilitária, ainda que mínima, enquanto as obras literárias e artísticas tem finalidade exclusivamente estética. (CRUZ, 2019).

O registro de desenho industrial confere ao titular a propriedade da criação, com o benefício de exploração exclusiva, podendo receber ativos financeiros da cessão de seus direitos e da indenização pelo uso indevido. Além disso, incentiva a concorrência legal e a criatividade do setor produtivo, propiciando produtos esteticamente mais atraentes e mais diversificados

(WIPO, 2019). Para ser contemplado com o registro de desenho industrial, o objeto deve possuir três requisitos essenciais: novidade, originalidade e servir de tipo de fabricação industrial.

De acordo com a legislação em comento (art. 96) a novidade constitui a necessidade de não estar compreendido no estado da técnica. Por sua vez, estado da técnica refere-se a tudo aquilo tornado acessível ao público antes da data de depósito do pedido. Importante salientar que a lei brasileira prevê um período de graça, que compreende o período de 180 dias contados da divulgação para fazer o registro, desde que tenha sido feita pelo titular ou por pessoa autorizada. O objetivo é proteger criações que tenham sido expostas em eventos, feiras e congressos antes do seu registro. Contudo, a prática pode impedir o registro em países estrangeiros que não admitem a divulgação prévia de nenhuma forma. (WIPO, 2019). Portanto, o requisito de novidade tem uma flexibilização em determinados casos, considerando como novas as criações que houverem sido divulgadas em até 180 dias anteriores a data do depósito ou a da prioridade reivindicada.

Para que um desenho industrial seja considerado original é necessário que resulte em uma configuração visual distintiva de outros anteriores, podendo, entretanto, utilizar combinações de elementos conhecidos. Ademais, a industriabilidade é a condição de o desenho industrial ser passível de ser produzido ou utilizado pela indústria (DAMIAN, 2015).

Assim como as outras formas de proteção, o desenho industrial também possui proibições que negam o registro, como é o caso de formas contrárias à moral e aos bons costumes, que ofenda a honra ou imagem de outras pessoas, como também imagens com caráter puramente artístico, que não podem ser industrializadas em grande escala por causa de sua individualidade, protegidas pelo direito autoral.

No que tange à legitimidade para requerer o registro, aplicam-se ao desenho industrial as mesmas disposições legais estabelecidas para a obtenção da patente (art. 94 e § único, LPI), como segue:

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

§ 1º Salvo prova em contrário, presume-se o requerente legitimado a obter a patente.

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

§ 3º Quando se tratar de invenção ou de modelo de utilidade realizado conjuntamente por duas ou mais pessoas, a patente poderá ser requerida por todas ou qualquer delas, mediante nomeação e qualificação das demais, para ressalva dos respectivos direitos.

§ 4º O inventor será nomeado e qualificado, podendo requerer a não divulgação de sua nomeação.

Art. 7º Se dois ou mais autores tiverem realizado a mesma invenção ou modelo de utilidade, de forma independente, o direito de obter patente será assegurado àquele que provar o depósito mais antigo, independentemente das datas de invenção ou criação.

Parágrafo único. A retirada de depósito anterior sem produção de qualquer efeito dará prioridade ao depósito imediatamente posterior. (BRASIL, 1996).

O pedido de registro deverá ser endereçado ao INPI com os seguintes documentos: requerimento, relatório descritivo (se for o caso), reivindicações (se for o caso), desenhos ou fotografias, campo de aplicação do objeto e comprovante do pagamento da retribuição relativa ao depósito, todos em língua portuguesa. Apresentado o pedido, será feita uma análise formal preliminar e, se estiver devidamente instruído, será protocolizado, considerando a data do depósito e a sua apresentação. Caso o pedido não esteja conforme os requisitos exigidos, mas contiver dados suficientes relativos ao depositante, ao desenho industrial e ao autor será concedido prazo extra de 5 (cinco) dias para que forneça as devidas correções. De acordo com a Lei 9.279/96, o pedido de registro se destina a apenas a um único objeto, admitindo, entretanto, uma pluralidade de variações, desde que se destinem ao mesmo propósito e guardem entre si a mesma característica distintiva preponderante, limitado cada pedido ao máximo de 20 (vinte) variações. Após deferido o pedido pelo INPI, será automaticamente publicado e simultaneamente concedido o registro, expedindo-se o respectivo certificado. (BRASIL, 1996).

O certificado de registro de desenho industrial possui vigência de 10 (dez) anos, contados da data do depósito, prorrogável por até três períodos sucessivos de 5 (cinco) anos cada. Sendo que, o pedido de prorrogação deverá ser feito durante o último ano de vigência do registro, caso não o faça, terá um prazo extra de 180 (cento e oitenta) dias para o fazer, porém mediante o pagamento de retribuição adicional. Existe ainda a chamada retribuição quinquenal, que sujeita o titular ao pagamento de uma taxa para manter o registro, o primeiro será feito ao final do segundo quinquênio, ou seja, durante o 5º (quinto) ano da vigência do registro. As demais retribuições serão feitas junto com o pedido de prorrogação, ou ainda, dentro dos 6 (seis) meses subsequentes, mediante pagamento de taxa adicional. (BRASIL, 1996).

Assim como o registro de marcas, o registro de desenho industrial também poderá ser extinto por nulidade, caso comprovado que foi concedido em desacordo com as disposições legais. O processo administrativo de nulidade poderá ser instaurado de ofício ou mediante requerimento de qualquer pessoa com legítimo interesse, no prazo de 5 (cinco) anos contados da concessão do registro. Caso seja iniciado em até 60 (sessenta) dias da concessão, haverá

ainda a suspensão da concessão do registro. O titular será intimado a apresentar manifestação em até 60 (sessenta) dias contados da data da publicação. Posteriormente, independente de manifestação, o INPI emitirá um parecer, intimando o titular e o requerente para se manifestarem no prazo comum de 60 (sessenta) dias. Após decorrido o prazo, o processo será decidido pelo Presidente do INPI, encerrando-se a instância administrativa. Importante salientar que referido processo administrativo prosseguirá mesmo que o registro seja extinto. (BRASIL, 1996).

Além da via administrativa, poderá ser utilizada a via judicial para declarar a nulidade do registro, utilizando-se o mesmo procedimento legal estabelecido para a nulidade da carta patente (arts. 56 e 57, LPI), como segue:

Art. 56. A ação de nulidade poderá ser proposta a qualquer tempo da vigência da patente, pelo INPI ou por qualquer pessoa com legítimo interesse.

§ 1º A nulidade da patente poderá ser erguida, a qualquer tempo, como matéria de defesa.

§ 2º O juiz poderá, preventiva ou incidentalmente, determinar a suspensão dos efeitos da patente, atendidos os requisitos processuais próprios.

Art. 57. A ação de nulidade de patente será ajuizada no foro da Justiça Federal e o INPI, quando não for autor, intervirá no feito.

§ 1º O prazo para resposta do réu titular da patente será de 60 (sessenta) dias.

§ 2º Transitada em julgado a decisão da ação de nulidade, o INPI publicará anotação, para ciência de terceiros. (BRASIL, 1996).

A extinção poderá ocorrer por expiração do prazo de vigência, renúncia de seu titular (ressalvado o direito de terceiros), falta de pagamento da retribuição e inobservância do disposto legal (arts. 119, 120 e 217, LPI)

3.5 CONSIDERAÇÕES SOBRE A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

Considera-se indicação geográfica a proteção conferida a produtos ou serviços que possuem um diferencial pelo seu local de origem. Possuem uma qualidade única em razão das características climáticas, qualidade do solo e *know how* industrial aplicados, diferenciando-os de seus similares. Sua aplicação tem repercussão positiva, sendo utilizada para fomentar a comercialização de bens ou serviços. Entre outras podemos citar como benefícios: aumento do valor agregado, preservação das particularidades, criação de vínculo de confiança com o

consumidor, estímulo aos investimentos na própria área de produção, valorização dos imóveis e aumento do turismo. (WIPO, 2019).

A proteção conferida pela indicação geográfica se divide em duas espécies: indicação de procedência e denominação de origem. A primeira espécie (art. 177, LPI) abrange o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade, que se tornou conhecida (o) como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço. Já, a segunda espécie (art. 178, LPI), contempla o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, cujos fatores naturais e humanos sejam preponderantes na qualidade e característica do produto ou serviço lá produzido. A composição do solo, altitude, temperatura, umidade do ar, assim como os métodos de cultivo, manejo, fabricação e armazenamento são diferenciados e acarretam forte tipicidade daquele produto ou serviço, com comprovado renome e caráter único. (WIPO, 2019). Importante ressaltar que a indicação geográfica abrange a representação gráfica ou figurativa criada para distinguir os produtos ou serviços oferecidos (art. 179, LPI). (BRASIL, 1996).

Destaca-se que a Instrução Normativa INPI nº 95/2018 estabelece as condições para o registro das indicações geográficas. O artigo 4º da referida Instrução elenca os termos não suscetíveis de registro, pela alta probabilidade de causar confusão, tais como nomes geográficos de uso comum, nome de raça animal que seja de uso corrente em território nacional e homônimos. Têm legitimidade para requerer o registro da indicação geográfica: associação, sindicato, ou qualquer entidade que possa atuar como tal. Além disso, também confere requisitos para tal, como a necessidade do substituto processual ser estabelecido no respectivo território e ser representativo da coletividade, o quadro social do substituto processual deverá ser formado por participantes da cadeia produtiva daquele produto ou serviço (total ou predominantemente) e ainda, na hipótese de somente existir no local um único produtor ou prestador de serviços, com legitimidade ao uso da indicação geográfica, o mesmo poderá requerer o registro. (INPI, 2018).

O processo de registro iniciará com o requerimento de registro de indicação geográfica, acompanhado do caderno de especificações técnicas (incluindo: nome geográfico, descrição do produto/serviço, delimitação da área geográfica de acordo com as Normas do Sistema Cartográfico Nacional vigente, a descrição do processo de extração, para indicação de procedência, a descrição das qualidades para denominação de origem, descrição do mecanismo de controle, condições e proibições de uso, sanções), procuração (se for o caso), comprovante

de pagamento da retribuição correspondente e a comprovação de legitimidade do requerente. Além disso, documentos que comprovem que o nome geográfico possui relevância (em caso de indicação de procedência) ou comprovar a influência daquele meio geográfico na qualidade ou características daquele produto ou serviço (em caso de denominação de origem). Acompanhado também do instrumento oficial que delimita aquela área geográfica. (INPI, 2018).

O depósito deverá ser direcionado ao INPI, que realizará exame preliminar para verificar a presença dos documentos acima especificados, caso seja necessária a complementação do depósito, será concedido prazo de 60 (sessenta) dias para serem providenciadas. Após o exame preliminar e, confirmada a presença da documentação necessária, é publicado o pedido de registro para manifestação de terceiros interessados, com prazo de 60 (sessenta) dias para manifestação e igual prazo para resposta do titular. Encerrado os prazos, inicia-se o exame de mérito que também poderá apresentar requerimentos de complementação, com prazo igual de 60 (sessenta) dias para entregar. Após conclusivo, será proferida decisão e caso concedido, será simultaneamente expedido o certificado. (INPI, 2018).

Contudo, não se deve confundir o registro da indicação geográfica com o registro de marca, enquanto a primeira tem por finalidade a identificação da origem geográfica por ela assinados, a segunda é utilizada para diferenciar os produtos de uma pessoa física/jurídica de outra. (WIPO, 2019).

Feitas essas considerações, passa-se ao capítulo 4.

4 POSSIBILIDADE DE PROTEÇÃO DA CRIAÇÃO DA MODA POR REGISTRO DE DESENHO INDUSTRIAL

Esse capítulo trata da possibilidade de proteção da criação da moda por registro de desenho industrial.

4.1 DISCIPLINA JURÍDICA E CARACTERIZAÇÃO DA CRIAÇÃO DA MODA

Oliveira (2017, p. 10) afirma que o Direito da Moda não é considerado como um ramo do direito propriamente dito, mas sim um compilado de conhecimento e práticas oriundas de outras áreas jurídicas, como o direito civil, internacional, trabalhista, dentre outros. Ao traçar uma breve linha do tempo, Favaretto (2020) explica que a relação do Direito com a Moda é recente não somente no Brasil, mas globalmente. Os primeiros sinais se deram na França e Itália, mas sendo discutida mais criticamente pela comunidade jurídica somente em 2005, nos Estados Unidos, através da iniciativa da professora Susan Scafidi.

No Brasil, os primeiros estudos começaram em 2011, sendo que em 2012 foi fundado o Instituto Brasileiro de Negócios e Direito da Moda — Fashion Business and Law (FBLI), um importante marco para a história do *fashion law* no Brasil. A primeira pós graduação brasileira foi criada em 2017, pela Faculdade Santa Marcelina, sendo reconhecida internacionalmente como uma das melhores faculdades dedicadas ao ensino da moda. Toda essa preocupação se deve pelo notável crescimento de valor do mundo da moda, atingindo picos de faturamento impossíveis de se ignorar. Segundo dados gerais da ABIT - Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção, o Brasil possui a maior Cadeia Têxtil completa do Ocidente (desde a produção das fibras, como plantação de algodão, até os desfiles de moda, passando por fiações, tecelagens, confecções e forte varejo), com uma produção média têxtil de 1,2 milhão de toneladas até Dezembro de 2019. (ABIT, 2019).

Dessa forma, vê-se a necessidade de proteção para as criações de moda, visto que as marcas cada vez mais procuram destaque e exclusividade. Por sua vez, o Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) visa regularizar os registros de proteção de Propriedade

Intelectual, garantindo que o processo seja uniforme e acessível a todos que demonstrem os requisitos fundamentais. Nesse sentido, segundo Silva (2014, p.11), o desenho é considerado:

Um suporte artístico relacionado à produção de obras bidimensionais (2D). Contudo, é diferente de uma pintura ou gravura: é considerado um processo (ou um processo artístico) no qual é gerado um resultado. No processo, por exemplo, uma superfície marcada por um lápis, caneta ou pincel, gerando pontos, linhas e formas planas, o resultado é uma imagem final que também pode ser chamada de desenho. Assim, o desenho é uma manifestação pessoal ou impessoal de uma composição artística bidimensional, formada inicialmente por pontos, linhas e formas.

Sabendo que as criações de moda têm origem nos desenhos, chamados *croquis*, vê-se a importância de garantir a esses conjuntos de ideias a proteção adequada para que não sejam utilizados de forma indevida, sem o consentimento do criador e de forma a depreciar sua imagem. Esses conjuntos de ideias inovadoras são chamados de *trade dress*, ou conjunto-imagem, roupagem externa ou embalagem do produto. Consiste na percepção visual de um determinado bem no mercado consumidor, que por sua forma única/inovadora, necessita de proteção. (FORTE; FRANÇOLIN; GARCIA, 2020).

Com o aumento da globalização, as disputas pelo mercado consumidor se tornaram um problema latente nos tribunais, isso porque, a exploração imaterial se tornou um fator vital na captação de consumidores e consequente ampliação de mercado, nem sempre respeitando a livre iniciativa da concorrência. (SOUZA, 2020). A ausência de boa fé nas relações comerciais dá origem a concorrência desleal, quando, sem o consentimento do responsável pela criação, um terceiro se apropria indevidamente da ideia de outrem, turbando o livre funcionamento do mercado. Tais práticas tem o objetivo de atrair o consumidor com baixo custo de produção e baixo custo de venda, tornando seu produto financeiramente mais atrativo do que aquele proveniente do seu real criador.

Como a moda atualmente pouco se preocupa com a utilidade das peças e mais com a representação gráfica diferenciada que atrai o consumidor, vê-se a maior aplicação sendo feita em estampas e recortes, que rapidamente criam uma conexão com a marca, atribuindo a ela valor financeiro e status elevado. São inúmeros os exemplos de marcas que se tornaram exclusivas por utilizarem estampas inovadoras que, mesmo com o passar do tempo, não deixam de estar na lista de consumo e desejo da maioria das pessoas, como é o caso da Louis Vuitton, marca francesa, responsável pela famosa estampa marrom e dourada que mostra desde bolsas a lenços, eternizando a marca registrada da empresa.

Por isso, as empresas hoje buscam rapidamente registrar suas coleções, a fim de garantir sua originalidade e o direito ao uso e concessão. A concorrência parasitária, ato de tirar proveito da criação de outrem, mediante o lançamento de produtos similares utilizando-se de idênticas técnicas de comercialização, é um exemplo de conduta que os registros de proteção buscam censurar, conforme explica Merhy (2018, p. 01):

Para uma melhor visualização do leitor, cita-se o exemplo de produtos inovadores que são lançados no mercado e meses depois sofrem com forte concorrência de produtos praticamente idênticos fabricados por empresas de menor porte, que muitas vezes em decorrência da inexistência de gastos na pesquisa para elaboração do produto conseguem praticar preços muito mais baixos.

Portanto, a concorrência parasitária consiste no lançamento de produtos similares utilizando-se de idênticas técnicas de comercialização, ou seja, apresentam produtos copiados com uma qualidade inferior, por um preço muito inferior.

Portanto, o objetivo do parasita é fazer com que consumidores que viriam a adquirir produtos das grandes empresas, por questão de uma extrema vantagem econômica, acabem adquirindo produtos similares de marcas menos expressivas.

Destaca-se que tal prática se diferencia da “pirataria” vez que neste caso os produtos não copiam o emblema e se fazem passar por produtos de outra marca, mas sim estampam seus próprios emblemas em produtos literalmente copiados, tomando como base os produtos já existentes no mercado.

Para evitar vantagens ilícitas àquele que comercializa produtos similares, copiados, com qualidade e preços inferiores ao produto original, possibilitando a retirada de tais produtos de circulação, é necessário que se busque a proteção adequada da propriedade intelectual.

Nesse sentido, o relator Ministro Marco Aurélio Belizze, no REsp 1591294/PR, observando a temática da concorrência desleal, apontou em seu voto que a caracterização de concorrência desleal por confusão de bens e produtos é questão fática a ser examinada por meio de perícia técnica. O conjunto-imagem ou *trade dress* é a soma de elementos visuais e sensitivos que traduzem uma forma peculiar e suficientemente distintiva de apresentação do bem no mercado consumidor, que não se confunde com a patente, o desenho industrial ou a marca, apesar de poder ser constituído por elementos passíveis de registro, como segue:

PROPRIEDADE INDUSTRIAL. RECURSO ESPECIAL. CONJUNTO-IMAGEM (TRADE DRESS). OMERICALIKZAÇÃO DE PRODUTO AFIM, EMBALAGENS ASSEMELHADAS. CONCORRÊNCIA DESLEAL. ART. 209 DA LEI 9.279/1996 (LPI). PERÍCIA TÉCNICA NÃO REQUERIDA. FATO CONSTITUTIVO DO DIREITO. NÃO PROVADO. RECURSO ESPECIAL CONHECIDO E PROVIDO. 1. O conjunto-imagem (trade dress) é a soma de elementos visuais e sensitivos que traduzem uma forma peculiar e suficientemente distintiva de apresentação do bem no mercado consumidor. 2. Não se confunde com a patente, o desenho industrial ou a marca, apesar de poder ser constituído por elementos passíveis de registro, a exemplo da composição de embalagens por marca e desenho industrial. 3. Embora não disciplinado na Lei n. 9.279/1996, o conjunto-imagem de bens e produtos é passível de proteção judicial quando a utilização de conjunto similar resulte em ato de concorrência desleal, em razão de confusão ou associação com bens e produtos

concorrentes (art. 209 da LPI) A caracterização de concorrência desleal por confusão, apta a ensejar a proteção ao conjunto-imagem (trade dress) de bens e produtos é questão fática a ser examinada por meio de perícia técnica. 5. No caso dos autos, a recorrida (autora da demanda originária) não promoveu a dilação probatória necessária à comprovação do fato constitutivo de seu direito – a existência de conduta competitiva desleal -, devendo, por isso, suportar o ônus estático da prova (art. 333, I, do CPC/1973). 6. Recurso especial conhecido e provido. (STJ – Resp: 1591294 PR 2014/0025337-9, Relator: Ministro MARCO AURÉLIO BELLIZZE, Data de Julgamento: 06/03/2018, T3 – TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 13/03/2018) (BRASIL, 2018).

Dessa forma, conclui-se que a criação de moda deverá estar de acordo com as regras do *trade dress* para que possa ser objeto de proteção por qualquer um dos institutos da propriedade intelectual, sem excluir as regras específicas de cada um, provando a possibilidade de aplicação.

4.2 PROTEÇÃO DA CRIAÇÃO DA MODA POR DIREITO AUTURAL

No que tange a proteção das criações de moda pelo direito autoral, têm-se entendimentos diversos sobre sua aplicação, isso porque, apesar dos inúmeros benefícios e facilidades que traz, o caráter utilitário das peças cria empecilhos e dúvidas. Nesse sentido, Cerqueira (2012, p. 207), entende que a obra de arte não possui dependência com a utilidade e sim (e somente) com a estética apresentada:

A obra de arte caracteriza-se pela liberdade do artista e é independente da utilidade, enquanto os produtos das artes industriais se sujeitam a fins determinados e visam à utilidade, embora se preocupem com o lado artístico da produção. A obra de arte é, para o artista, fruto da necessidade subjetiva de criar, de exprimir e comunicar sua personalidade, suas emoções e suas tendências, ao passo que os produtos industriais correspondem apenas a exigências objetivas, possuindo um fim preestabelecido e quase sempre utilitário.

Nessa linha de pensamento, o direito autoral visa proteger somente as obras de arte ou literárias que tiverem caráter meramente contemplativo, como um quadro, por exemplo, que pouco traria utilidade para o ambiente o qual está inserido. Somado a isso, tem-se a previsão expressa do artigo 8º, da Lei 9.610/1998, que veda a aplicação da proteção dos direitos autorais ao aproveitamento industrial ou comercial, como segue: “Art. 8º Não são objeto de proteção como direitos autorais de que trata esta Lei: [...] VII - o aproveitamento industrial ou comercial das ideias contidas nas obras. (BRASIL, 1998).

Nesse sentido, Rosina (2019, p. 108) explica que:

Comecemos pelo direito autoral. Tradicionalmente, exclui-se do escopo de proteção desse direito tudo aquilo que é utilitário e protege-se a arte, ou as “criações do espírito”, nas palavras da lei brasileira. Concretamente, isso significa que uma camisa, por ser um objeto funcional, não pode ser protegida por direito autoral, mas a estampa do tecido utilizado para fazer a camisa sim. Importa, aqui, o conceito de “separabilidade”: se a obra de arte sobrevive ainda que separada da funcionalidade do objeto, ela é passível de proteção; caso contrário, não.

Desse modo, apenas as obras intelectuais teriam proteção, mas sua aplicação em uma superfície com finalidade exclusivamente comercial, como uma camiseta por exemplo, seria vedada. E é exatamente nesse sentido que o próprio judiciário brasileiro encontra dificuldades para resolver lides que envolvam matéria de propriedade intelectual, relacionadas às criações da moda.

Destaca-se o entendimento manifestado no julgamento da lide entre a marca brasileira Village 284 e a estrangeira Hèrmes, sobre a discussão da semelhança entre a bolsa Kelly 284 (fabricada pela Village 284) e a Birkin (fabricada pela Hèrmes). No caso em tela, a segunda marca notificou extrajudicialmente a primeira após notar a semelhança absurda entre ambas as bolsas, fundamentando que constitua concorrência desleal. A Village 284 então ajuizou ação declaratória em face da Hèrmes, objetivando a declaração de inexistência de relação jurídica derivada da suposta relação de direito autoral. (MARIOT, 2016). A sentença julgou improcedente o pedido formulado pela Village 284 em razão dos documentos trazidos aos autos pela marca Hèrmes, não deixando dúvidas quanto ao caráter de imitação de elementos essenciais. Contudo, o mais importante foi a justificativa do magistrado para aplicação da proteção dos direitos autorais à bolsa Birkin, da empresa Hèrmes:

Vê-se que as bolsas produzidas pelas rés/reconvintes têm valor por sua natureza artística, servindo muito mais como objeto de adorno e ostentação, permanecendo seu aspecto funcional e utilitário em segundo plano. Trata-se de obra primigênia dotada de originalidade e esteticidade, que goza de proteção pela lei de direito autoral e pelas convenções internacionais que disciplinam a matéria, das quais o Brasil é signatário. O fato das bolsas serem produzidas em maior escala pelas rés/reconvintes não lhes retira a natureza de obra de arte, sabido que qualquer obra de arte pode ser reproduzida em larga escala pelo detentor do direito de autor ou sob sua autorização, a exemplo do que ocorre com a edição de livros, discos e filmes. (SÃO PAULO, 2011, p. 7).

A justificativa apresentada é essencial para o entendimento da possibilidade de aplicação do direito autoral às criações de moda, visto que, alguns itens são considerados tão exclusivos que perdem o caráter funcional, e passam a ser objeto de adorno e contemplação. Trata-se de uma possibilidade de proteção pelas disposições do Direito autoral, embora se configure situação específica devidamente justificada. Apesar de parecer cristalina a diferenciação entre as criações que podem ser protegidas e as que não podem, o próprio

judiciário brasileiro possui dificuldades para resolver lides que envolvam matéria de propriedade intelectual.

Contudo, a maioria das criações de moda, sejam estampas criadas por pequenas confecções regionais ou aplicações diferenciadas, não podem ser consideradas exclusivas o suficiente para invocar a proteção autoral, a estas deve-se almejar proteção da propriedade industrial, com o veremos a seguir.

4.3 PROTEÇÃO DA CRIAÇÃO DA MODA PELO DIREITO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Destacam-se a seguir, a possibilidade de proteção da criação da moda pelas disposições da propriedade industrial, quer seja por carta patente ou por meio de certificado de registro de marca ou de indicação geográfica.

4.3.1 Carta patente de invenção ou de modelo de utilidade

Dentre as formas de proteção estabelecidas pela propriedade intelectual, a carta patente é o meio menos possível de aplicação às criações de moda, isso porque, expressamente, o artigo 10, inciso IV, da lei 9.279/1996, determina que as criações estéticas não são consideradas como invenção ou modelo de utilidade, passíveis de patenteabilidade, ou seja: “Art. 10. Não se considera invenção nem modelo de utilidade: [...] IV - as obras literárias, arquitetônicas, artísticas e científicas ou qualquer criação estética (BRASIL, 1996). Além disso, o pedido de patente requer que a criação seja considerada nova, ou seja que ainda não tenha sido vislumbrada por qualquer outro.

Desse modo, levando-se em conta que as criações de moda configuram criações estéticas, às vezes até artísticas, e que, apesar de haver novidade ou ainda formas originais e distintas, pouco se pode-se considerar a criação da moda como algo novo de fato, torna-se

inviável o pedido de carta patente, dada a ausência da invenção ou do modelo de utilidade e dos requisitos da patenteabilidade.

Entretanto, embora a carta patente não seja o instituto adequado para a proteção da criação da moda, o setor têxtil dele se utiliza para patentear técnicas de aprimoramento de fabricação das peças. Cita-se, como exemplo, a empresa dinamarquesa de biotecnologia Novozymes, especializada em enzimas e microrganismos, que fez registro de patente do uso de enzimas para tratamento de tecidos, removendo uma parte da tintura do brim de calças e dando ao tecido uma aparência usada. Atualmente, muitas empresas de vários países utilizam a referida tecnologia, pagando a utilização para a Novozymes. Ademais, a empresa Grindi Srl. requereu a carta patente para a invenção de um tecido feito de cortiça, que possui a maciez do veludo e a leveza da seda; tendo, em 1998, depositado o pedido de patente no Tratado de Cooperação em Matéria de Patente. (OMPI, 2005). Ainda, pode-se mencionar o pedido de patente formulado pela empresa DuPont, em 1959, para proteger a fibra elastano da marca Lycra, e, em 1938, para a meia-fina ou meia-calça feita de Nylon, como explica Maia (2016, p. 01):

A fibra elastano da marca Lycra (popular até os dias atuais) é um exemplo de tecido inovador que foi protegido por patente quando de sua criação, no ano de 1959. Da mesma forma, foi a meia-fina ou meia-calça (anos 40) que passou a ser feita de Nylon após a sua invenção e, conseqüente, patenteamento em 1938. Todos os produtos citados foram desenvolvidos pela norte-americana DuPont, indústria conhecida por seu investimento em inovação.

Dessa forma, conclui-se que, apesar de ter uma aplicação limitada e específica a criações inovadoras, ainda sim podem ser protegidas através do pedido de carta patente.

4.3.2 Certificado de registro de marca

A marca tem importância ímpar para as criações de moda, isso porque, através dela, o consumidor cria um elo com os produtos de um determinado fabricante. Além disso, também possui finalidade de proteção pela óptica empresarial, atribuindo direitos ao seu possuidor, pois a marca tem o poder de atuar no imaginário do consumidor remetendo às sensações, às experiências anteriores e trazendo ao consciente a origem da marca, conforme explicações de Maia (2016, p. 01):

A marca pode ser considerada como proteção central do Direito da Moda, por ser ela a responsável pelo elo com o consumidor, ela atua fazendo a correspondência produto – criador. A marca tem o poder de atuar no imaginário do consumidor remetendo às sensações, às experiências anteriores e trazendo ao consciente a origem da marca. Em regra, através das marcas, cria-se todo um significado que transmite ao consumidor um estilo de vida, um estilo de se vestir e que faz com que ao visualizar aquele signo, ou os seus elementos, a clientela rapidamente deixe se envolver nesse mundo de fantasia.

Através da marca se disseminam valores que fazem com que o usuário sinta-se pertencente àquela atmosfera e quando se pensa no nicho de luxo a marca exprime, além de qualquer outro valor, a exclusividade. As altas cifras dispendidas nos produtos de luxo não correspondem somente ao modelo de um produto de alta qualidade, mas ao modelo altamente diferencial porque se espera que somente determinado grupo social esteja na posse desses produtos. De certa forma é um modelo de exclusão, pois diferente do agente econômico lojas de departamento o agente econômico do luxo não pretende que suas marcas sejam popularizadas

Dessa forma, verifica-se que a marca pode ser atribuída diretamente a escolha do consumidor ao adquirir um determinado produto, servindo inclusive de adorno e, em alguns casos, perdendo seu caráter utilitário, pois a marca dissemina valores que fazem com que o consumidor se sinta pertencente àquela nicho de luxo e de exclusividade. Cita-se como exemplo, os solados vermelhos de Christian Louboutin, considerados objetos de desejo da maioria das mulheres, presentes na maioria dos tapetes vermelhos e eventos da alta sociedade. Para se ter uma ideia, a marca chega a vender mais de quinhentos mil pares de sapatos por ano, com preços que variam de trezentos e noventa e cinco dólares. (COLLINS, 2011).

Ademais, em 2011, Yves Saint Laurent, outra grande marca, lançou uma linha de sapatos denominada “Cruise”, com exemplares monocromáticos, inclusive na cor vermelha. Por causa disso, a marca Louboutin resolveu propor ação judicial em face da YSL, por contrafação de marca, falsa designação de origem e concorrência desleal. A decisão de primeira instância indeferiu o pedido com a justificativa de que uma cor não poderia ser objeto de registro de marca. Louboutin recorreu e apresentou o caso semelhante da marca Tiffany & Co., que utiliza em todas as suas embalagens um tom de azul específico, o qual possui registro de marca. Em razão disso, a decisão de segunda instância decidiu por procedência parcial do pedido, concedendo a Louboutin o registro de marca quanto ao solado vermelho em contraste com o resto do sapato, mas não proibiu outras marcas de fazer calçados monocromáticos, como a YSL, com o solado vermelho. (OLIVEIRA, 2017).

Assim, destaca-se o entendimento apresentado na decisão de segunda instância do referido caso, segundo o qual os consumidores dos sapatos de solado vermelho procuram o reconhecimento e status da marca e não a estética do produto, como segue:

Se for a estética que está impulsionando a decisão de compra, se a própria estética é o que é a principal associação entre a cor, neste caso, e o produto, então isso é funcionalidade estética e não é possível obter proteção sobre ele.

Se, no entanto, há algo a mais, se a razão que motiva a compra de um sapato ou o interesse nele é a associação feita mentalmente entre este sapato e a sua fonte, causada pelo vermelho contrastante único, então ele é passível de proteção pela lei de marcas e sujeito aos recursos regulares como qualquer outra marca.

Vermelho é uma cor popular, pessoas compram sapatos vermelhos e não os associam a nenhuma marca, nenhuma origem específica. Mas o caso em tela retrata um solado vermelho. Solados vermelhos não representam um aspecto funcional, afinal a cor de um solado não interfere trazendo benefícios ou alterações práticas para seu uso.

Portanto, quando pessoas compram sapatos com solas vermelhas, elas os estão fazendo por conta da reputação e tradição da marca Christian Louboutin. (CASTRO, 2016, p. 27).

O referido caso possui impacto interessante no entendimento da aplicabilidade do uso de marca a criações de moda. Isso porque, a princípio, uma criação não poderia ter registro de marca pois não representa graficamente um determinado nome empresarial. Contudo, conforme demonstrado, existem casos específicos, em que a criação de moda está intrinsecamente ligada à marca, de forma que representa e atrai a atenção do consumidor para aquela empresa, atribuindo valor significativo e alto preço a ela no mercado. Dessa forma, conclui-se que é possível o registro de marca de criações de moda, desde que remetam o consumidor diretamente ao prestígio da empresa e não à beleza do produto em si.

4.3.3 Certificado de registro de indicação geográfica

A aplicação da Indicação Geográfica às criações de moda, apesar de ser menor do que outros institutos destacados, mostra-se eficiente, porque existem regiões específicas que possuem uma qualidade única em razão das características climáticas, qualidade do solo e *know how* industrial aplicados, diferenciando os produtos e serviços de seus similares. Nesse caso, são utilizadas marcas de certificação para identificar os produtos daquele tipo, a fim de garantir ao consumidor que o bem adquirido possui as qualidades desejadas e proporcionar ao fabricante as vantagens da certificação (valorização da marca, mercado consumidor, dentre outras).

Cita-se como exemplo, o Algodão Egípcio, cuja qualidade superior ao algodão produzida em outras regiões precisou ser protegida e devidamente reconhecida, em 2001, pelo Ministério da Economia e Relações Exteriores do Egito e pela Associação de Exportadores de

Algodão da Alexandria (ALCOTEXA). Ademais, a RUGMARK, etiqueta criada por uma organização sem fins lucrativos, é uma indicação que assegura aos consumidores que os tapetes e carpetes produzidos não utiliza trabalho infantil. A organização trabalha pelo fim do trabalho infantil na Índia, Nepal e Paquistão. (OMPI, 2005).

Nesses casos, o objetivo principal não é a proteção daquele produto ou serviço em específico, mas sim a identificação de origem, atribuindo valor e não proteção de criação. É válido lembrar que, caso o empresário deseje proteger especificamente seu produto ou serviço, deverá utilizar outros meios.

4.4 POSSIBILIDADE DE PROTEÇÃO DA CRIAÇÃO DA MODA POR CERTIFICADO DE REGISTRO DE DESENHO INDUSTRIAL

O desenho industrial é hoje o meio de proteção mais abrangente para as criações de moda, isso porque, diferente dos demais institutos, considera como objeto de proteção aqueles que possuem configuração visual distintiva em relação a objetos anteriores. Isso significa que, não é necessário que seja completamente inovador (como a patente), nem que seja de uma região específica (como a indicação geográfica), nem que obrigatoriamente se remeta a marca empresarial (como a marca) ou que seja considerada uma obra artística (como o direito autoral).

As criações de moda que apresentarem essa nova configuração estética estão suscetíveis ao pedido de registro de desenho industrial, o qual confere ao seu titular o direito ao uso exclusivo, de forma a inibir que outros utilizem livremente, e possam proteger a reputação da marca.

Além de evitar a cópia, os desenhos industriais são o aspecto de um artigo que o torna esteticamente apelativo e atraente, bem como representam um acréscimo ao valor comercial de um produto, facilitando o seu marketing e a sua comercialização. Frise-se que um desenho industrial oriundo da moda deve ser atrativo aos olhos, possuindo os requisitos de novidade e originalidade, além de ser aplicável industrialmente.

Se, por exemplo, um fabricante de artigos do vestuário deseja lançar, como parte de sua nova coleção, uma série de camisetas lisas em três diferentes matizes de cor, quais sejam, verde, azul e branco, estas camisetas não podem ser protegidas pelo desenho industrial, pois não apresentam qualquer elemento de novidade ou originalidade. Entretanto, se os materiais utilizados na fabricação delas ou seus formatos forem novos ou originais, poderia ser solicitado seu registro. (ARENHART; TRINDADE, p. 143-144).

Nessa perspectiva, o desenho industrial é o aspecto de um artigo que o torna esteticamente apelativo e atraente. Se for oriundo da moda deve ser atrativo aos olhos e apresentar os requisitos de novidade, originalidade e aplicação industrial. Ademais, se os materiais utilizados na fabricação delas ou seus formatos forem novos ou originais, poderia ser solicitado o certificado de registro no INPI. Desse modo, não basta somente utilizar cores ou formas comuns, o titular deverá criar um arranjo estético visivelmente singular, que possibilite ao consumidor diferenciar de outros produtos que sejam da mesma categoria. Quanto ao tema contribui Skibinski (2017, p. 14), afirmando que:

O requisito da novidade é igualmente tido de forma relativa, pois não se considera a forma e a funcionalidade de uma forma objetiva, mas sim no conjunto efetivamente utilizado, sendo entendido como o fato de não estar compreendido no estado da técnica. Dessa forma, apesar de a funcionalidade ser a mesma, visualmente há uma distinção característica observada com o conjunto dos elementos, não havendo confusão com os demais produtos existentes no mercado.

Sendo assim, uma estampa diferenciada aplicada a um vestido, por exemplo, pode ser objeto de registro de desenho industrial, como também, os acessórios, como uma bolsa, óculos ou um relógio. Esses itens não necessariamente precisam ser notáveis, como a bolsa Birkin, basta que configurem estética diferenciada das demais da mesma categoria. Já, não poderá ser objeto de registro, o vestido, a camiseta ou a calça de uso comum.

Como é o caso do sapato Niagara da Jimmy Choo, que obteve o registro de Desenho Industrial em 2011, nos Estados Unidos, após esgotarem todas as unidades, vendidas pelo preço de US \$ 2.500. O objeto possuía design inovador e aplicações diferenciadas, motivos que levaram a concessão do registro. (THE FASHION LAW, 2012). A exemplo disso, temos o entendimento jurisprudencial, como segue:

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE PRECEITO COMINATÓRIO C/C REPARAÇÃO POR DANOS MORAIS. PROPRIEDADE INDUSTRIAL. APROPRIAÇÃO DE DESENHOS INDUSTRIAIS. TRADE DRESS. SENTENÇA DE IMPROCEDÊNCIA. IRRESIGNAÇÃO DA AUTORA. TESE DE QUE A MODELAGEM E OS DEMAIS ELEMENTOS DAS CONFECÇÕES TÊXTEIS DA AUTORA FORAM COPIADAS PELA RÉ NO INTUITO DE REALIZAR APROVEITAMENTO PARASITÁRIO. INOCORRÊNCIA. AUTORA QUE NÃO POSSUI REGISTRO DO DESENHO INDUSTRIAL DAS PEÇAS NEM EXCLUSIVIDADE COMERCIAL. DESIGN NÃO ORIGINAL OU INOVADOR. OUTRA MARCA QUE JÁ FABRICAVA CAMISAS NESSES MOLDES COM REGISTRO ANTERCEDENTE. ADEMAIS, AUSÊNCIA DE PROVA DE APROPRIAÇÃO DO TRADE DRESS. PERÍCIA IMPRESCINDÍVEL. INFORMATIVO N. 612 DO STJ. PRECEDENTES DESTA CORTE. SENTENÇA MANTIDA. HONORÁRIOS RECURSAIS. IMPOSSIBILIDADE DE MAJORAÇÃO. VERBA JÁ FIXADA EM 20% (VINTE POR CENTO) SOBRE O VALOR DA CAUSA. RECURSO CONHECIDO E NÃO PROVIDO. (TJ-SC – AC: 00008162720148240008 Blumenau 0000816-27.2014.8.24.0008, Relator: Newton

Varella Júnior, Data de Julgamento: 12/03/2019, Segunda Câmara de Direito Comercial). (BRASIL, 2019).

Como podemos verificar nas decisões acima, é necessário que seja feito o registro no INPI para que a proteção seja invocada contra terceiros, caso contrário, não será possível impedir possíveis apropriações ou exigir que elas sejam proibidas.

Sendo assim, conclui-se que, quando não representam objetos de adorno, como os itens protegidos pelo direito autoral, mas apresentam uma configuração inovadora, podem ser protegidos por desenho industrial; e se evidenciam um material diverso, poderá ser objeto de carta patente.

Feitas essas considerações, passa-se à conclusão.

5 CONCLUSÃO

O objetivo dessa monografia foi: analisar a possibilidade de proteção legal das criações de moda a partir do registro de desenho industrial. Para tanto foram elencados alguns objetivos específicos, sobre os quais apresentam-se as seguintes considerações finais.

No segundo capítulo, verificou-se que, atualmente, a propriedade intelectual se divide em dois grandes grupos: direito autoral e propriedade industrial, sendo este segundo subdividido em: patentes, marcas, desenho industrial e indicação geográfica. Mais especificamente foram apresentadas as noções gerais sobre o direito autoral e a carta patente, apresentando suas legislações, requisitos de aplicação e objetos passíveis de proteção. enquanto o direito autoral visa a proteção das criações intelectuais, artísticas, literárias ou científicas, o registro de patente visa a proteção da invenção (solução inédita para um problema) e de modelo de utilidade (melhoria funcional de uso ou fabricação de um produto já existente).

No terceiro capítulo discorreu-se a respeito do certificado de registro de marca, sobre o registro de desenho industrial e ainda foram feitas considerações sobre a indicação geográfica. Foi apresentado requisitos de registrabilidade, as legislações aplicáveis e objetos passíveis de proteção. O registro de marca tem por objetivo distinguir os produtos ou serviços prestados por uma empresa. o desenho industrial confere ao titular a propriedade da criação, com o benefício de exploração exclusiva, podendo receber ativos financeiros da cessão de seus direitos e da indenização pelo uso indevido. Já a indicação geográfica, objetiva a proteção de produtos ou serviços que possuem um diferencial pelo seu local de origem.

Após, no quarto capítulo, finalmente foi feita a ligação entre a possibilidade de proteção de cada instituto e as criações de moda, suas necessidades, benefícios e desafios. Os quais resultaram na seguinte conclusão: O direito autoral, apesar de num primeiro momento parecer pouco utilizável, nota-se que possui aplicação ampla para proteção das criações de moda. Isso porque, o valor econômico atribuído a alguns objetos, como a Bolsa Birkin mencionada, substitui a utilidade deles, adquirindo função de adorno e contemplação, compatível com a proteção conferida pelo direito autoral. Além disso, é a forma de proteção mais prática, visto que, não exige o registro em vários países, bastando o fazer no país de origem.

O registro de patente, por sua vez, possui pouca aplicação na proteção das criações oriundas do mundo *fashion*, justifica-se isso pela previsão de que as criações estéticas não são

consideradas como invenção ou modelo de utilidade, impondo barreira enorme para muitos tipos de criação. Apesar disso, a indústria têxtil utiliza amplamente o instituto com a finalidade de proteção aos métodos empregados na fabricação das peças, tecidos e estampas, que constituem muitas vezes o *know-how* industrial e precisam ser protegidos da concorrência do mercado. O maior benefício do registro de patente é a exclusividade de uso e exploração, já os malefícios são os elevados custos e a demora na conclusão do processo.

O registro de marca possui uma aplicabilidade interessante, tendo em vista que, a princípio, não poderia ser considerada representação gráfica de um determinado nome empresarial. Contudo, conforme demonstrado, existem casos específicos, em que a criação de moda está intrinsecamente ligada à marca, de forma que representa e atrai a atenção do consumidor para aquela empresa, atribuindo valor significativo e alto preço a ela no mercado desenho. Esse é o caso dos solados vermelhos de Christian Louboutin, em que a estética não é o fator principal da compra, mas sim o prestígio de estar usando a referida marca. O principal benefício que se verifica é a amplitude de aplicação e a durabilidade do registro (pode até ser por tempo indeterminado), já os malefícios estão presentes na necessidade de providenciar mais de um pedido de registro caso tenha o objetivo de proteger em vários países.

A Indicação Geográfica tem uma aplicação restrita devido ao seu objetivo: indicar a origem daquele produto e relacionar ele com uma determinada qualidade de produção atribuída a uma região. Esse instituto vem sendo utilizado principalmente pela indústria têxtil, ao fabricar os tecidos utilizados para a produção das peças, como é o exemplo o Algodão Egípcio, que possui proteção devido ao diferencial que apresenta frente ao mercado desse segmento.

Temos ainda o Registro de Desenho Industrial, que é considerado pela doutrina e legislação como a forma de proteção que mais tem compatibilidade com as criações de moda. Isso porque, tem compatibilidade com a criação de novas formas plásticas, aplicáveis a produtos, que proporcionem um resultado estético novo e original. Somente esse conceito já nos remete ao amplo leque de possibilidades da indústria da moda, pois, as inovações que se verificam são principalmente referentes a estampas e desenhos, que atraem os olhos dos consumidores pela novidade e beleza.

Ao pesquisar jurisprudências e aplicações dos referidos institutos na prática constatou-se que, apesar da amplitude do desenho industrial, muitas empresas ainda preferem tentar a proteção de suas criações por meio do Registro de Marca ou pelo Direito Autoral, visto que, ambos os institutos possuem duração maior (Registro de Marca é de 10 anos, com a possibilidade de ilimitada renovação por igual período; Direito Autoral dura até 70 anos após o

falecimento do autor). É necessário então verificar a necessidade da empresa e o objetivo que pretende com a proteção, questionando a longevidade que julga necessário e o prestígio social atribuído ao objeto. Somente após essa análise é possível direcionar o empresário ao instituto mais adequado e vantajoso.

Por fim, concluo que o Direito da Moda precisa urgentemente de uma regulamentação específica, pois, apesar de termos o suporte da legislação de Propriedade Intelectual, essa encontra dificuldades quando confrontamos com as criações de moda. A necessidade de um olhar mais atento ao crescimento da indústria têxtil é crucial, pois estamos diante de um mercado altamente lucrativo e sensivelmente exposto.

Assim, encerra-se essa monografia.

REFERÊNCIAS

- ABIT. **Perfil do Setor:** Dados gerais do setor referentes a 2018 (atualizados em dezembro de 2019). [S.l]: 2019. Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>. Acesso em: 28 set. 2020.
- AFONSO, Otávio. **Direito autoral:** conceitos essenciais. Barueri/SP: Manoele, 2009. *E-book*. Acesso restrito via Minha Biblioteca.
- ALEM, Nichollas. Qual a diferença entre ser coautor e colaborador de uma obra? **IDEA**. [S.l.]: 2016. Disponível em: <http://institutoidea.com/artigo/qual-diferenca-entre-ser-coautor-e-colaborador-de-uma-obra/>. Acesso em: 22 jul. 2020.
- ARENHART, Gabriela; TRINDADE, Rangel Oliveira. Propriedade Intelectual e a Moda: a proteção e o uso livre das criações. *In*: COSTA, José Augusto Fontoura; PILATI, José Isaac; WACHOWICZ, Marcos. (coords.). **Estudos de direito de autor e interesse público:** anais do V congresso de direito de autor e interesse público. Florianópolis: GEDAI, 2012. Disponível em: <http://www.gedai.com.br/wp-content/uploads/2014/07/anais-v-codaip-versao-final-1.pdf>. Acesso em: 04 out. 2020.
- ARROSI, Letícia Soster. **Contratos na Fashion Law:** entre a propriedade intelectual e a economia. Rio de Janeiro: Lumens Juris, 2019.
- BRAGA, Cristiano Pretes; DUARTE, Melissa de Freitas. **Propriedade Intelectual**. Porto Alegre: Sagah, 2018. *E-book*. Acesso restrito via Minha Biblioteca.
- BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: DF; Presidência da República, 2017. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 21 de abril de 2019.
- BRASIL. **Decreto nº 75.699, de 6 de maio de 1975**. Promulga a Convenção de Berna para a Proteção das Obras Literárias e Artísticas, de 9 de setembro de 1886, revista em Paris, a 24 de julho de 1971. DF: Presidência da República, 1975. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1970-1979/D75699.htm. Acesso em: 20 jul. 2020.
- BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Brasília: DF; Presidência da República, 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/L10406.htm. Acesso em: 21 de abril de 2019.
- BRASIL. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Brasília, DF: Presidente da República [2001]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm. Acesso em 16 set. 2019.
- BRASIL. **Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. DF: Presidência da República, 2000. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm. Acesso em: 20 jul. 2020.

BRASIL. Ministério da economia. **Instituto Nacional da Propriedade Industrial** – Ministério da Economia, 2019. Disponível em: <http://antigo.inpi.gov.br/sobre/estrutura>. Acesso em: 25 jul. 2020.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 1.591.294 - PR (2014/0025337-9)**. Propriedade industrial. Recurso especial. Conjunto-Imagem (Trade Dress). Comercialização de produto afim. Embalagens assemelhadas. Concorrência Desleal. Art. 209 Da Lei N. 9.279/1996 (Lpi). Perícia técnica não requerida. Fato constitutivo do direito. Não provado. Recurso Especial conhecido e provido. Recorrente: BRF - Brasil Foods S/A. Recorridos: Société des Produits NESTLÉ S/A, Nestlé Brasil LTDA, Dairy Partners Americas Brasil LTDA. Relator: Min. Marco Aurélio Bellizze, 06 de março de 2018. Disponível em: https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=1683762&num_registro=201400253379&data=20180313&formato=PDF. Acesso em: 28 set. 2020.

BRASIL. Tribunal de Justiça de Santa Catarina. **Apela  o Cível: AC 20070526309**. A  o de preceito cominatório c/c repara  o por danos morais. Propriedade industrial. Apropria  o de desenhos industriais. Trade dress. Sentença de improcedência [...]. Relator: Volnei Celso Tomazini, 01 de Dezembro de 2011. Disponível em: <https://tj-sc.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/1104120440/apelacao-civel-ac-20070526309-capital-2007052630-9?ref=serp>. Acesso em 25 out. 2020.

CASTRO, Beatriz Verga  a. **Sinais distintivos não tradicionais: O caso Louboutin**. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Gradua  o em Direito) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <http://www.abapi.org.br/abapi2014/pdfs/monografias/Monografia%20Beatriz%20Castro.pdf>. Acesso em 04 out. 2020.

CHAGAS, Edilson Eneidino das. **Direito Empresarial Esquematizado: 4 ed.** São Paulo: Saraiva jur, 2017.

COLLINS, Lauren. Sole Mate: Christian Louboutin and the psychology of shoes. **The New Yorker**. [Manhattan]: 2011. Disponível em: <https://www.newyorker.com/magazine/2011/03/28/sole-mate>. Acesso em: 03 out. 2020.

CRUZ, André Santa. **Direito empresarial**. 9 ed. Rio de Janeiro: Florense: Método, 2019. *E-book*. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

DAMIAN, Terezinha. **Direito de empresa: Fundamentos jurídicos para estudantes, administradores, advogados, contadores e empresários**. Jundiaí: Paco Editorial, 2015.

DAMIAN, Terezinha. **Direito empresarial**. UnisulVirtual: 2013. *E-book*. Acesso restrito via Pergamun.unisul.

DINO. Propriedade Intelectual: Quais as diferenças entre uma Patente de Inven  o e um Modelo de Utilidade? **Terra Notícias**. [S.l]: 2016. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/dino/propriedade-intelectual-quais-as-diferencas-entre-uma-patente-de-invencao-e-um-modelo-de->

utilidade,a31ddc6f7aa0b45c8dc6f7a97129753fj1t10i52.html#:~:text=Um%20exemplo%20de%20patente%20C3%A9,no%20seu%20uso%20ou%20fabrica%20C3%A7%C3%A3o. Acesso em: 29 jul. 2020

FARIAS, Natalia. Marcas de alto renome: o que são e quais os requisitos para se tornar uma. **Consolide** Blog. [S.l]: 2020. Disponível em: [https://www.consolidesuamarca.com.br/blog/marcas-de-alto-renome#:~:text=Marcas%20de%20alto%20renome%20s%C3%A3o%20marcas%20registradas%20que%20por%20terem,\(Lei%209.279%2F96\).](https://www.consolidesuamarca.com.br/blog/marcas-de-alto-renome#:~:text=Marcas%20de%20alto%20renome%20s%C3%A3o%20marcas%20registradas%20que%20por%20terem,(Lei%209.279%2F96).) Acesso em 14 ago. 2020.

FAVARETTO, Daniela. Direito da Moda: a necessidade de uma nova postura frente a esta indústria. **Consultor** Jurídico. [S.l.]: 2020. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-ago-24/daniela-favaretto-direito-moda>. Acesso em 27 set. 2020.

FORTES, Thaís Gonçalves; FRANÇOLIN, Andréa Pitthan; GARCIA, Talita Sabatini. O trade dress e o posicionamento do STJ. **Migalhas**. [S.l.]: 2019. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/303795/o-trade-dress-e-o-posicionamento-do-stj>. Acesso em 28 ago. 2020.

GIORDANO, Denise. Classe de marcas INPI: aprenda como identificar a sua. **Consolide** Blog. [S.l]: 20219. Disponível em: <https://www.consolidesuamarca.com.br/blog/Classe-marcas-INPI>. Acesso em 12 ago. 2020.

IEMI. **Cerca** de 1,1 milhão de funcionários na indústria de moda. Disponível em: <https://www.iemi.com.br/cerca-de-11-milhao-de-funcionarios-na-industria-de-moda/>. Acesso em 26 ago. 2019

INPI. GUIA básico de desenho industrial. **INPI**. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/desenho>. Acesso em: 26 ago. 2019.

INPI. **Indicações Geográficas**: Indicações de Procedência reconhecidas. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/status-pedidos/LISTACOMASINDICAESDEPROCEDNCIARECONHECIDAS.At23Jun2020.pdf>. Acesso em 25 ago. 2020.

INPI. **Instrução Normativa INPI nº 95/2018**. Brasil: 2018. Disponível em: <https://nit.ufba.br/sites/nit.ufba.br/files/in952018.pdf>. Acesso em 25 ago. 2020.

MAIA, Livia Barboza. A proteção do direito da moda pela Propriedade Intelectual. **Portal Intelectual**. [S.l]: 2016. Disponível em: <https://www.portalintelectual.com.br/a-protecao-do-direito-da-moda-pela-propriedade-intelectual/>. Acesso em 03 out. 2020.

MARCOMIM, Ivana; LEONEL, Vilson. **Projetos de Pesquisa Social**. Palhoça: Unisul Virtual, 2015.

MARIOT, Gilberto. **Fashion Law**: a moda nos tribunais. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2016. Acesso restrito via Amazon.

MERHY, Diego Macedo. Da concorrência desleal parasitária. **Fernandes Sociedade de Advogados**. [Curitiba]: 2018. Disponível em: <http://nfernandes.com.br/da-concorrencia-desleal-parasitaria/>. Acesso em: 28 set. 2020.

OLIVEIRA, Cíntia Bell de. **Fashion Law e propriedade intelectual: uma análise dos métodos de proteção de ativos oriundos da indústria da moda**. Orientadora: Kelly Lissandra Bruch. 2017. 74 fl. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/174630#:~:text=A%20prote%C3%A7%C3%A3o%20dos%20ativos%20oriundos,intr%C3%ADnsecas%20aos%20produtos%20do%20ramo.&text=Em%20caso%20de%20produto%20final,se%20dar%20por%20direito%20autoral>. Acesso em 27 set. 2020.

OMPI. **Convenção que institui a Organização Mundial da Propriedade Intelectual**. Estocolmo-Suécia: 1967. Disponível em: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_250.pdf. Acesso em: 25 jul. 2020.

OMPI. **Um ponto no seu tempo: O uso inteligente da Propriedade Intelectual por empresas do setor têxtil**. In: Propriedade Intelectual para o comércio e a indústria. Suíça: 2005. Disponível em: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/sme/794/wipo_pub_794.pdf. Acesso em: 04 out. 2020.

PAESIANI, Liliana Minardi. **Manual de Propriedade Intelectual**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015. E-book. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

PARIS. **Convenção de Paris para a proteção da Propriedade Industrial**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/anexo/and1263-94.pdf. Acesso em 27 jul. 2020

PROJETO ACADÊMICO. **Pesquisa Documental**: entenda o conceito, características e exemplos. Disponível em: <https://projetoacademico.com.br/pesquisa-documental/>. Acesso em 27 set. 2019.

RAMOS, André Luiz Santa Cruz. **Direito empresarial esquematizado**. 2. ed. São Paulo: Método, 2012. E-book. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

ROSINA, Mônica Steffen Guise. Fashion Law é a nova moda do direito. In: **Revista Observatório Itaú Central**, nº 16, p. 108. São Paulo: Itaú Cultural. Disponível em <https://www.itaucultural.org.br/revista-observatorio-ic-n-16>. Acesso em 15 set. 2019.

RUSSI, Matheus Borges. O que se entende por carta patente? **Rede de ensino Luiz Flávio Gomes**, 17 jan. 2012. Disponível em: <https://lfg.jusbrasil.com.br/noticias/2991743/o-que-se-entende-por-carta-patente-matheus-borges-russi>. Acesso em 28 jul. 2020

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça (24ª Vara Cível - Foro Central Cível). **Processo nº 0187707-59.2010.8.26.0100 (583.00.2010.187707)**. Ação Declaratória de Inexistência de Relação Jurídica Derivada da Suposta Relação de Direito Autoral. Sentença Improcedente dos pedidos deduzidos na exordial. São Paulo: 2011. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cpopg/show.do?processo.codigo=2SZX8TARF0000&processo.foro=10>

0&processo.numero=0187707-59.2010.8.26.0100&uuidCaptcha=sajcaptcha_20b97aa59c934ff2a1a9e3188f2ad32f. Acesso em 03 out. 2020.

SEBRAE. **Entenda o conceito de indicação geográfica**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-conceito-de-indicacao-geografica,5a8e438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em 24 set. 2019.

SILVA, Tânia Cristina do Ramo. **Produção de Moda: Desenhos, Técnicas e Design de Produto**. 1. ed. São Paulo: Érica: Saraiva, 2014. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

SILVEIRA, Newton. **Propriedade intelectual**. 6. Ed. Barueri [SP]: Manole, 2018. E-book. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

SOLON, Ari Marcelo. A Concorrência Desleal na Lei da Propriedade Industrial. **Migalhas**, 2012. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/157937/a-concorrenca-desleal-na-lei-da-propriedade-industrial>. Acesso em: 25 jul. 2020.

SKIBINSKI, Francielle Huss. **O fashion law no direito brasileiro**. In: Revista da ABPI, n. 148. Rio de Janeiro: 2017. Disponível em: <http://www.abapi.org.br/abapi2014/pdfs/monografias/Monografia%20Francielle%20Huss.pdf>. Acesso em: 04 out. 2020

THE FASHION LAW. **Jimmy Choo was Granted Design Patent**. [S.l.]: 2012. Disponível em: <https://www.thefashionlaw.com/jimmy-choo-was-granted-a-patent/>. Acesso em 26 out. 2020.

VIDO, Elisabete. **Curso de Direito Empresarial**. 4 ed. São Paulo: Thomson Reuters Revista dos Tribunais, p. 118-119, 2015.

WIPO. **Curso Geral de Propriedade Intelectual - DL101PBR**. [S.l.]: 2019. Disponível em: <https://welc.wipo.int/acc/index.jsf?page=courseCatalog.xhtml&lang=pt>. Acesso restrito via WIPO.