

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

BIANCA COUTINHO LUPPI

PIRATARIA NA INDÚSTRIA DA MODA

São Paulo

2022

BIANCA COUTINHO LUPPI

Trabalho de Graduação Interdisciplinar
apresentado como requisito para obtenção do
título de Bacharel no Curso de Direito da
Universidade Presbiteriana Mackenzie.

ORIENTADORA: PROF.^a DRA. RENATA DOMINGUES BALBINO MUNHOZ SOARES

São Paulo

2022

BIANCA COUTINHO LUPPI

PIRATARIA NA INDÚSTRIA DA MODA

Trabalho de Graduação Interdisciplinar
apresentado como requisito para obtenção do
título de Bacharel no Curso de Direito da
Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Aprovada em:

BANCA EXAMINADORA

Examinador(a):

Examinador(a):

Examinador(a):

PIRATARIA NA INDÚSTRIA DA MODA

Bianca Coutinho Luppi

Resumo: A pirataria na indústria da moda cresce a cada ano, por inúmeros motivos e as consequências para as empresas, para os consumidores, para a economia, para o Estado são devastadoras. O presente artigo pretende abordar como as criações do mundo da moda podem ser protegidas para evitar falsificações, bem como expor quais são os impactos sociais da pirataria na indústria da moda.

Palavras chaves: Direito da Moda. Propriedade Intelectual. Direito do Consumidor. Pirataria.

Abstract: Piracy in the fashion industry grows every year, for numerous reasons, and has devastating consequences for companies, consumers, the economy, and the State. This article aims to approach how the creations of fashion can be protected to avoid counterfeiting, as well as to expose what are the social impacts of piracy in the fashion industry.

Keywords: Fashion Law. Intellectual Property. Consumer Law. Counterfeit.

Sumário: 1. Introdução. 2. A Moda e a proteção das criações contra a pirataria. 2.1. As formas de proteção das criações contra a pirataria segundo o Direito Brasileiro. 2.2. Direitos Autorais e os que lhe são conexos. 2.2.1. Propriedade Industrial. 2.2.2. Marca. 2.2.3. Desenho Industrial. 2.2.4 Concorrência desleal. 2.3. O Direito da Moda 2.4 Mercado de Luxo. 3. Impacto da falsificação dos produtos da Moda. 3.1. Impacto na Economia. 3.2. Impacto nas Empresas. 3.2.1. O Paradoxo da Pirataria. 3.3. Impacto nos Consumidores. 3.3.1. Direito à saúde, segurança e proteção à vida. 4. Consequência jurídica da pirataria. 5. Conclusão. 6. Referências bibliográficas.

1 INTRODUÇÃO

A pirataria pode ser definida como a prática ilegal de produção, venda ou distribuição de produtos, sem a devida autorização dos detentores dos direitos autorais e os que lhe são conexos, ou de propriedade industrial. Por ser altamente lucrativa, a indústria da Moda é alvo

de constantes falsificações. Nas palavras do pesquisador Bruno Araújo (2006) do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA): “A pirataria é um tipo de atividade informal que consiste em copiar, reproduzir ou utilizar uma obra intelectual ou uma marca legalmente protegida sem a devida autorização de seus respectivos titulares”.

Este mercado atrai milhares de pessoas, seja pelo preço inferior da mercadoria falsificada, pela forma de suprir a vontade de consumir um produto que necessita de importação, pelo desejo de estar na moda, de possuir um *status* que uma marca pode oferecer, pela falta de conhecimento do comprador em relação ao mal que a pirataria causa à sociedade e ao país, pelo fácil acesso a essas mercadorias, pela falta de discernimento e conhecimento do público ao não conseguir distinguir um produto falsificado de um original, pelas altas cargas tributária incidentes no país o que torna muitos produtos originais inacessíveis para grande parte da população, pelo desejo de levar vantagem, entre outros motivos.

A contrafação “pirataria” na moda ocorre quando a cópia do produto é idêntica ao produto original, desde a marca, até o modelo, e o logomarca. Tudo é igual e produzido sem a autorização dos detentores de direitos do artigo original. A perfeição da reprodução não mitiga nem exclui o crime de falsificação. No entanto, para constituir um ato ilegal, a lei penal brasileira estabelece que deve haver interesse pecuniário, ou seja, lucro por parte do contrafator, e exclui o uso privativo do item do crime (CARACIOLA; SOARES, 2019, p. 73).

Em 2019, uma operação contra a pirataria em São Paulo foi efetuada no bairro do Brás, famoso pelo comércio popular, a qual contou com o auxílio de agentes da Receita Federal e policiais do Departamento Estadual de Investigações Criminais (DEIC). Em uma das ruas, foram apreendidas 30 toneladas de produtos falsificados, dentre os quais roupas, calçados e bolsas. Em outra operação, efetuada na semana anterior, foram apreendidas 40 toneladas de tênis e camisas de futebol pirateadas. Os agentes estimam ter apreendido mais de R\$ 3,5 milhões de reais em produtos. (G1, 2019)

Com a finalidade de entender o funcionamento do mercado de réplicas e falsificados no Brasil, bem como os motivos que levam o consumidor a esse tipo de compra, o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e portal Meu Bolso Feliz realizaram um estudo, o qual revelou que 69% dos brasileiros já compraram produtos falsificados, principalmente roupas (39%), calçados (22%) e eletrônicos (17%). Ademais, identificaram que o principal motivo para a

compra das mercadorias é o preço baixo, e cerca de 48% dos entrevistados revelaram que já foram enganados ao consumir uma réplica, pois achavam que se tratava do artigo original (SPC BRASIL, 2021).

As pesquisas recentes demonstram que o mercado paralelo cresce cada vez mais a cada ano, tendo em vista que a prática é difundida e aceita pela sociedade, o que gera uma sensação de impunidade ao crime. Também nota-se que com o passar do tempo e avanço da tecnologia as falsificações estão se assemelhando cada vez mais ao produto original.

Você acaba de comprar um relógio de luxo, mas está desconfiado pois pagou muito barato. A falsificação de produtos de marca é um mercado que existe em mais quantidade do que as pessoas imaginam. Segundo o site Luxury Launches, cerca de 15 a 30% das pesquisas on-line relacionadas com produtos de luxo vêm acompanhadas da palavra “réplica”. O prejuízo que marcas como Rolex têm por conta das peças falsificadas é enorme (FORBES, 2015).

Em reportagem feita por jornalistas da CNN Brasil, Edson Luiz Vismona, Presidente do Fórum Nacional contra a Pirataria e Ilegalidade (FNPC) defende que “Há uma aceitação da sociedade. As pessoas querem comprar produtos com o preço mais baixo e elas não se questionam sobre o valor ético dessa compra. Por trás de um produto muito barato, tem fraude, tem contrabando, tem pirataria, tem algo errado” (MENDES; CHAVES, 2021).

O interesse privado não é o único afetado, mas sim toda a sociedade, e por isso o Direito Penal protege os interesses dos autores, das empresas, dos consumidores e do Estado. A repressão criminal, vem justamente para diminuir os impactos que as falsificações têm na indústria da moda e na sociedade.

2 A MODA E PROTEÇÃO DAS CRIAÇÕES CONTRA A PIRATARIA

A Moda pode ser definida como uma expressão social, que segue os comportamentos da sociedade em um determinado espaço de tempo. É considerada como a forma que os indivíduos se apresentam socialmente. Segundo Gisele Ghanem Leal Cardoso (2016, p. 9), é “um código visual que, entre outras coisas, expressa uma identidade, revela o estilo, e o *status* social, individualiza, agrupa e personifica”. A Moda é inerente a todos os seres-humanos. Independentemente de gênero, de idade e classe social, ela sempre esteve e estará presente em nossas vidas. Já Tiago de Oliveira (2019, p. 16) define Moda como “um fenômeno sociológico,

psicológico, histórico, econômico, antropológico, cultural, artístico, e - não menos importante – jurídico”.

Em um de seus cursos, Renata Domingues Balbino Munhoz Soares (informação verbal 2021) ensina que quando pensamos em indústria da moda, verifica-se a existência de uma “Pirâmide Fashion”. A alta costura encontra-se no topo da pirâmide, abaixo vem o *prêt-à-porter* (pronto para vestir), ambos inseridos no mercado de luxo. Passa-se então para a *diffusion line* (linha intermediária), criada por muitas grifes como segundas ou terceiras linhas de produtos de marcas de luxo para atingir um consumidor que não tem acesso à alta costura ou ao *prêt-à-porter*. Como exemplo tem-se a Miu Miu, segunda linha da grife Prada. Esse segmento é de suma importância, pois contribui para evitar o mercado de falsificações. Em seguida, tem-se o *bridge* (ponte), que, geralmente, são marcas de jovens *designers*, com preços um pouco mais baratos, mas com boa qualidade. E, por fim, tem-se o mercado de massa, de lojas regionais, locais. Porém, na Ásia e na América Latina, ainda existe uma camada acima da massa, a chamada *better mass*, um mercado de massa um pouco mais caro, como a Zara. Pode-se citar três diferenças entre os níveis da pirâmide: o preço, a qualidade e a criatividade, sendo que quanto mais próximo do topo da pirâmide, mais essas três aumentam (OLIVEIRA, 2019, p. 29).

Em seus estudos, Herbert Marcuse (1964) conclui que as empresas criam os seus produtos visando o fim de sua vida útil, o que é chamado de obsolescência programada. A mente humana acompanha essa programação e aprende que para estar na moda é necessário seguir a mudança das estações. Dessa forma, o consumidor sempre deseja a rápida substituição daquilo que já não está mais na moda, desejo esse que corrobora a existência da pirataria.

Com o rápido desenvolvimento da indústria da moda, tem-se destacado a importância dos direitos de propriedade intelectual na proteção das criações de designers e empresas deste ramo, uma vez que a proteção legal é cada vez mais necessária para o desenvolvimento de cada peça, estampa ou design, que pode ser facilmente copiado.

2.1 AS FORMAS DE PROTEÇÃO DAS CRIAÇÕES CONTRA A PIRATARIA SEGUNDO O DIREITO BRASILEIRO.

As criações da indústria da moda podem ser protegidas pela Propriedade Intelectual, isto é, pelos Direitos Autorais e pela Propriedade Industrial. Uma parte da doutrina considera

que elas são passíveis de mais de uma proteção, simultaneamente. Conforme ensina José de Oliveira Ascensão (1997, p. 41): “a obra é tutelada independentemente da proteção relativa à propriedade industrial, quer dizer, a tutela existe mesmo que haja tutela pelo Direito Industrial”.

A Propriedade Intelectual abrange tudo aquilo que é criado pelo intelecto, pela inteligência humana. É imaterial e subdividida em Direitos Autorais e os que lhe são Conexos, em Propriedade Industrial, a qual por sua vez trata dos direitos de marca, patente, desenho industrial, indicação geográfica, segredo industrial e repressão contra a concorrência desleal, e em Proteção *sui generis*. A presente pesquisa abordará os direitos autorais e os que lhe são conexos, as marcas, desenho industrial e a concorrência desleal.

Quando, por exemplo, uma bolsa da grife Prada é criada, ela pode ser protegida tanto pelo direito autoral, por poder ser considerada como uma obra de arte, quanto pelo direito marcário, pois a Prada é uma marca registrada, ou ainda pelo desenho industrial, pelo design da bolsa ser original e exclusivo. Portanto, quando há uma falsificação dessa bolsa, todos esses direitos estão sendo infringidos pelo autor do crime. Além da legislação específica, a Propriedade Intelectual encontra respaldo no artigo 5º da Constituição Federal de 1988, nos incisos XXVII, XXVIII e XXXIX, e em tratados internacionais dos quais o Brasil é signatário.

A proteção das criações é considerada essencial para que uma marca obtenha sucesso, pois a exclusividade da marca valoriza o produto e sua ausência faz surgir vários problemas. Ademais, é um meio de coibir a concorrência desleal entre empresas. O tema é de suma importância para o desenvolvimento socioeconômico, tendo em vista que a proteção possibilita a inovação, a constante pesquisa e aquisição de conhecimento da sociedade.

2.2 DIREITOS AUTORAIS E OS QUE LHE SÃO CONEXOS.

Os Direitos Autorais e os que lhe são conexos protegem as criações artísticas que contenham requisitos mínimos de originalidade. São regulados pela Lei 9.610/98 (BRASIL, 1998) e amparados pelo art. 5º, inciso XXVII, da Constituição Federal, a qual preconiza que: “aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar” (BRASIL, 1988). Também o art. 27, nº 2 da Declaração Universal dos Direitos dos Homens defende que: “todos têm direito à proteção

dos interesses morais e materiais ligados a qualquer produção científica, literária ou artística da sua autoria” (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 2021).

Conforme os artigos 24 a 27 da supracitada norma infraconstitucional, Lei 9.610/98, ao criar uma obra artística, o autor possui dois direitos: o Direito Moral – direito conferido ao autor da obra de nela colocar o seu nome e dizer que aquela obra é sua; bem como o Direito Patrimonial - direito de auferir lucro sobre sua obra, referente ao uso econômico da obra. Porém, somente o segundo é passível de alienação e renúncia, segundo o art. 27 da referida lei (EGEA, 2019, p. 141). Ademais, vale frisar que o direito autoral independe de registro, pois tem caráter declaratório. Ou seja, nasce com sua exteriorização, a criação. Neste caso, é o próprio objeto do direito. Isso encontra-se convencionado na Convenção de Berna (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL, 1971)¹, que afirma que a proteção ao direito autoral deve se dar de forma automática, não devendo ser subordinada a qualquer formalidade.

A proteção das criações de moda não foi incluída e nem excluída da referida lei, visto que o art. 8º da Lei de Direitos Autorais, o qual explicita quais criações não merecem proteção, não trata sobre tais criações. Tampouco o faz o art. 7º da lei, que diz quais são as obras protegidas, porém tal artigo não é considerado taxativo.

Dessa forma, a proteção ao direito autoral tem sido conferida pelos tribunais, conforme pode-se observar a decisão do Tribunal de Justiça de São Paulo, envolvendo uma marca paulistana, 284, que criou uma réplica da famosa bolsa Birkin da grife Hermés. O Tribunal reconheceu a proteção de direito de autor à marca francesa e determinou que “as bolsas produzidas pelas rés/reconvintes (Hermes International e Hermes Sellier) tem valor por sua natureza artística, servindo muito mais como objeto de adorno e ostentação, permanecendo seu aspecto funcional e utilitário em segundo plano”. Na mesma sentença, o Tribunal reconheceu que os artigos e acessórios de moda, desde que originais em sua forma de expressão, devem ser considerados criações artísticas no mundo industrial e globalizado (SÃO PAULO, 2016).

¹ A Convenção de Berna relativa à proteção das obras literárias e artísticas foi outorgada em 9 de setembro de 1886. É o instrumento internacional mais antigo no domínio do direito de autor e o nível de proteção nele concedido às obras intelectuais é elevado e as garantias dadas aos seus autores são as mais eficazes possíveis. Genebra, 1980. Disponível em https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/copyright/615/wipo_pub_615.pdf. Acesso em: 12 set. 2021.

Nesse sentido, Dayane Nayara Alves (2021, p. 84) argumenta que:

Ademais, a roupa não tem um caráter somente utilitário, mas também de delimitação de classe, conotação social e adorno. Desde a época da Renascença, o homem passou a usar a vestimenta como um adereço expressivo de sua alma, e ela pode se configurar em uma marcação visual de um momento, como um uniforme que, a nosso ver, é arte, pois ele fora criado, desenhado e pensado para afirmar um grupo, seja ele qual for: alto luxo, alta Moda ou Moda.

Dessa forma, conclui-se que Moda é arte e arte é Moda, uma vez que não podemos separá-las na atualidade. Portanto, a proteção deve ser buscada para seus elementos. Dessa forma, o direito autoral deve estabelecer um período de proteção adequado às criações. Assim, a concorrência desleal atribuída à indústria da moda pela cópia e imitação, seria bastante reduzida, criando um ambiente favorável e justo para esse vasto e efêmero mercado (ALVES, 2021, p. 94).

Além das sanções civis, como ter a mercadoria apreendida e a respectiva indenização ao detentor dos direitos autorais (art. 102, da Lei 0.610/98), a lei penal criminaliza toda conduta que venha a transgredir, infringir ou ofender esses direitos, pois a violação do direito autoral traz prejuízo tanto para quem cria, tanto para os consumidores, para o Estado, enfim para toda sociedade. A violação aos direitos autorais e os que lhe são conexos está descrita no art. 184, Código Penal Brasileiro, mais especificamente a pirataria, que pode ser tipificada como crime nos termos do art. 184, §1º e §2º do Código de Penal Brasileiro, sujeita à pena de reclusão, de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa:

Art. 184. Violar direitos de autor e os que lhe são conexos: (Redação dada pela Lei nº 10.695, de 1º.7.2003)

Pena – detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa. (Redação dada pela Lei nº 10.695, de 1º.7.2003)

§1º Se a violação consistir em reprodução total ou parcial, com intuito de lucro direto ou indireto, por qualquer meio ou processo, de obra intelectual, interpretação, execução ou fonograma, sem autorização expressa do autor, do artista intérprete ou executante, do produtor, conforme o caso, ou de quem os represente: (Redação dada pela Lei nº 10.695, de 1º.7.2003)

Pena – reclusão, de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa. (Redação dada pela Lei nº 10.695, de 1º.7.2003)

§2º Na mesma pena do § 1º incorre quem, com o intuito de lucro direto ou indireto, distribui, vende, expõe à venda, aluga, introduz no País, adquire, oculta, tem em depósito, original ou cópia de obra intelectual ou fonograma reproduzido com violação do direito de autor, do direito de artista intérprete ou executante ou do direito do produtor de fonograma, ou, ainda, aluga original ou cópia de obra intelectual ou fonograma, sem a expressa autorização

dos titulares dos direitos ou de quem os represente. (Redação dada pela Lei nº 10.695, de 1º.7.2003). (BRASIL, 1940)

A pirataria também encontra-se tipificada no dispositivo 180 do Código Penal, que define a conduta de receptação: “Art. 180. Adquirir, receber, transportar, conduzir ou ocultar em proveito próprio ou alheio, coisa que sabe ser produto de crime, ou influir para que terceiro, de boa-fé, a adquira, receba ou oculte: Pena - reclusão, de um a quatro anos, e multa” (BRASIL, 1940).

2.2.1 Propriedade industrial

A Propriedade Industrial é gênero da propriedade intelectual e é regulada pela Lei da Propriedade Industrial, nº 9.279/96 e amparada pela Constituição Federal em seu art. 5º, inciso XXIX:

a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País. (BRASIL, 1988).

Seu objetivo concentra-se nas atividades comerciais, e trata de patentes, marcas, desenhos industriais, indicações geográficas, sigilo industrial e repressão à concorrência desleal. Ao contrário do Direito Autoral, a Propriedade Industrial depende de registro, pois sem ela haverá apenas expectativa de exclusividade. Esse registro deve ser requerido junto ao INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial², o qual irá analisar se poderá ou não conceder o registro solicitado.

2.2.2 Marca

A Lei de Propriedade Industrial conceitua a marca em seu art. 122: “são suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais” (BRASIL, 1996). Em outras palavras, marca é um sinal distintivo que

² Criado em 1970, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Economia, responsável pelo aperfeiçoamento, disseminação e gestão do sistema brasileiro de concessão e garantia de direitos de propriedade intelectual para a indústria. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/orgaos/instituto-nacional-da-propriedade-industrial#:~:text=Criado%20em%201970%2C%20o%20Instituto,propriedade%20intelectual%20para%20a%20ind%C3%BAstria>. Acesso em: 03 mar. 2022.

possibilita a identificação de algum produto ou serviço, e a distinção entre elas é algo imaterial, que somente passa a existir no mundo jurídico depois da obtenção de seu registro junto ao INPI. Segundo Paulo Byron Oliveira Soares Neto (2018) “marca é a forma de identificação visual, a qual denota diferenciação de determinado produto ou serviço”.

A proteção das marcas é indispensável na sociedade atual, pois permite que o consumidor possa distinguir os produtos e serviços oferecidos no mercado e identificar a sua origem.

2.2.3 Desenho industrial

O art. 95 da supracitada Lei 9.279/96 expõe o significado de Desenho Industrial como sendo: “a forma plástica ornamental de um objeto ou conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial.” Considera-se Desenho Industrial, portanto, aquele que mesmo composto de elementos conhecidos, realize combinações originais, dando aos respectivos objetos aspectos gerais com características próprias. Ou seja, desenvolve características funcionais ao produto partindo de sua própria forma. Para Paulo Byron Oliveira Soares Neto (2018), Desenho Industrial:

é o formato, o delineamento, o *design* composto por um conjunto de formas, linhas, cores e ornamentos que se aplicam a determinados produtos. [...] modelo passível de reprodução por meios industriais [...] refere-se unicamente à natureza estética ou ornamental do produto acabado.

Assim como a Marca, o Desenho Industrial é protegido através do registro que tem como função, nesse caso, conferir a exclusividade da fabricação e venda do produto.

2.2.4 Concorrência Desleal

A concorrência desleal pode ser identificada quando “[...] uma empresa usa de meio desleal para capturar clientes de outras fazendo seu faturamento crescer em detrimento do prejuízo (*sic*) alheio” (BARBOSA, 2013). Este tipo de concorrência é combatida pelo ordenamento jurídico, é considerada crime, e está tipificada no artigo 195 da Lei de Propriedade Intelectual, com pena de detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa. Também é regulada na esfera civil no artigo 207 da mesma Lei.

Quando a concorrência desleal ocorre por cópia de produtos, a semelhança entre eles é notória e em decorrência disso os consumidores podem ser levados a erro e a consumir um produto falso acreditando se tratar do original. Isto acaba prejudicando a imagem do produtor original.

2.3 O DIREITO DA MODA

O termo *Fashion Law*, ou Direito da Moda, teve origem nos Estados Unidos, e foi desenvolvido pela advogada norte-americana Susan Scafidi, pois ela não se conformava com a falta de proteção jurídica da Moda, uma vez que nos Estados Unidos o vestuário é considerado meramente utilitário, e por isso não tutelado pela Proteção Intelectual. A partir disso, com o auxílio de Diane Von Furstenberg, fundou o *Fashion Law Institute*³ com o objetivo de regular e proteger as questões da Propriedade Intelectual na indústria da moda (ALVES, 2021, p. 42). Susan Scafidi (2015, p. 19) pondera, entretanto, que apesar de serem as criadoras da terminologia, os Estados Unidos não são os pioneiros no estudo sobre o assunto, mas sim os italianos, com a tese acadêmica *Droit International de la Mode* do italiano Jeanne Belhumeur.

Regina Cirino Alves Ferreira de Souza (2019, p.9) ressalta que:

A relação entre direito e Moda começou a dar seus primeiros sinais legislativos na França, sobretudo com o advento, em 1952, de lei que passou a assegurar a proteção das criações provenientes de indústrias sazonais, compreendendo como tal roupas e adornos que, em razão das exigências da Moda, renovam com frequência a forma de seus produtos.

A ESA OAB SP⁴ possui um programa denominado Falando em Liberdade, o qual é comandado por Flávio de Leão Bastos Pereira. Renata Domingues Balbino Munhoz Soares foi entrevistada no episódio 13 (ESA OAB SP, 2020) e explicou que o Direito da Moda é um novo ramo, que tem como premissa regular as relações interdisciplinares entre o Direito e a Indústria

³ “The Fashion Law Institute is the world’s first center dedicated to law and the business of fashion. A 501(c)(3) nonprofit organization created with the generous support and advice of the Council of Fashion Designers of America and its president, Diane von Furstenberg, the Institute offers training for the fashion lawyers, business professionals, and designers of the future; provides legal services for design students and professionals; and provides thought leadership and practical assistance on issues facing the fashion industry”. Disponível em: <https://www.fashionlawinstitute.com/about>. Acesso em: 12 set. 2021.

⁴ Escola Superior de Advocacia Nacional, órgão do Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil

da Moda. Baseia-se em diversas disciplinas jurídicas, como o direito civil, o direito do trabalho, o direito tributário, o direito penal, o direito empresarial e os direitos humanos.

2.4 MERCADO DE LUXO

A indústria da moda é uma das mais cobiçadas do mundo, uma vez que suas criações são voltadas para o belo. O consumo do mercado de luxo é constantemente estimulado pela publicidade, porém, essas criações muitas vezes não são acessíveis para grande parte da população. Assim, para que possam suprir esse desejo de possuir determinada grife recorrem à pirataria. O mercado da pirataria, por sua vez, encontra esses clientes dispostos a pagar por produtos que se assemelham ao original, mesmo que com baixa qualidade. Nessa indústria, o que mais vale é a marca estampada e não o produto em si. Esse anseio ocorre pois os clientes que adquirem os produtos de grife passam a ter a sensação de elevação do *status* social e de pertencimento de um grupo exclusivo. A sociedade contemporânea privilegia mais o "ter" do que o "ser".

Além do prejuízo financeiro ao direito patrimonial do autor, a falsificação dos produtos de luxo prejudica a marca, na medida em que os produtos que eram para ser exclusivos passam a ser popularizados. Por fim, vale ressaltar que a falsificação, que infringe os direitos de Propriedade Intelectual dos criadores, não é apenas uma prática no mercado de luxo, mas também dos mercados de massa.

3 IMPACTO DA FALSIFICAÇÃO DOS PRODUTOS DA MODA

A prática da pirataria afeta todo sistema da propriedade intelectual e impacta negativamente toda sociedade. Abala toda a cadeia de produção e de consumo, e prejudica as empresas, os trabalhadores, o meio ambiente, e o Estado.

A Carta Magna é amplamente violada pela indústria da pirataria, já que este mercado ilegal acarreta diversos prejuízos como a falta de arrecadação de impostos pela não emissão das notas fiscais, a contribuição para o desemprego no mundo, a falta de segurança no trabalho, o aumento do crime organizado, a prática de concorrência desleal com os comerciantes e produtores que cumprem todas as normas estipuladas pelos órgãos governamentais. Todos estes possuem efeitos irreversíveis no meio ambiente, na saúde, dentre outros.

3.1 IMPACTO NA ECONOMIA

O mercado da moda é altamente significativo para a economia mundial, visto que proporciona a geração de empregos, recolhimento de impostos, além de produção e circulação de riqueza. Por outro lado, o mercado da pirataria lesiona a economia do país e o desenvolvimento da Nação. Como exemplo, pode-se citar a afronta ao artigo 170 da Constituição Federal, o qual aborda a ordem econômica baseada na livre iniciativa e na valorização do trabalho humano, contrária à pirataria já que “[...] a compra de produtos piratas faz com que a indústria legal, aquela que dá empregos e paga seus impostos, não venda. E se a indústria legal não vende, fica sem recursos para investir no seu crescimento” (MEDEIROS, 2005, p. 28). Em outras palavras, a aquisição destes produtos reflete na redução de empregos formais e desincentiva a inovação e o crescimento das empresas que trabalham em conformidade com a lei. Maitê Cecilia Fabbri Moro (2009. p. 283) argumenta sobre a concorrência que:

A livre concorrência é traduzida na garantia de oportunidades iguais a todos os agentes que atuam no mercado; a concorrência desleal, em contrapartida ocupa-se das formas e dos meios utilizados pelos concorrentes na busca de clientela, tendo por fim último preservar um ambiente saudável para a manutenção da concorrência.

Segundo o balanço anual do Fórum Nacional contra a pirataria e ilegalidade (FNCP), em 2020, o Brasil teve um prejuízo de cerca de R\$ 287,9 bilhões para o mercado ilegal, sendo que estima-se que R\$58,4 bilhões referem-se ao setor de vestuário (ILEGALIDADE, 2022). Sobre este tema, Medeiros (2005, p. 31) ressalta que desta forma “o dinheiro que deveria entrar nos cofres públicos e se converter em estradas, saneamento básico, educação e saúde, beneficiando um número cada vez maior de brasileiros, passa a não existir”. Ou seja, a impossibilidade de arrecadação de impostos por parte do Estado acarreta a perda de milhões de reais que poderiam ser destinados à melhoria da sociedade.

3.2 IMPACTO NAS EMPRESAS

O impacto nas empresas detentoras dos direitos intelectuais é vasto. As empresas da indústria da moda brasileira, além de toda a burocracia que precisam seguir, precisam enfrentar esse inimigo desleal. Para continuarem investindo no desenvolvimento de produtos, as

empresas precisam ter segurança jurídica. As falsificações impedem que haja o crescimento e lucratividade nas empresas, pois estas perdem vendas do produto original.

A reputação das empresas vítimas também pode ser danificada, pois quando utilizam o nome da empresa no produto falsificado, os consumidores que compraram o produto pirata tido como original podem acreditar que a mercadoria realmente se trata da original. Isso pode acarretar em pedidos de indenização por danos causados, e a empresa ser responsabilizada por um produto que não colocou no mercado.

O valor da marca, por sua vez, é diluído, pois muitos clientes, principalmente no mercado de luxo, deixam de comprar o produto amplamente falsificado, já que muitas vezes, o que desejam ao comprar o produto original, é a sensação de exclusividade, o que não passam a não ter. Com tantas falsificações, o consumidor pode até mesmo duvidar se o produto é realmente genuíno.

Não somente os empresários sofrem com o mercado ilegal, mas também os trabalhadores, que muitas vezes trabalham sem nenhum tipo de segurança, sem a devida proteção legislativa, por serem trabalhadores informais. Além disso, cabe destacar o impacto negativo na concorrência, já que as empresas são desincentivadas a inovarem e competirem, pois sabem que depois de todo seu esforço, tempo e dinheiro despendido para inovar, para pagar seus impostos e funcionários em dia, ou seja para trabalhar dentro da legalidade, seus produtos serão copiados. Neste sentido:

Os produtos piratas roubam parte do mercado legal, que por sua vez fornece produtos de maior qualidade, investe em pesquisa e tecnologia, bem como recolhe tributos e arca com as verbas trabalhistas e previdenciárias dos funcionários, enquanto as mercadorias falsificadas fornecem apenas o design próximo ao do original (NAVARRO; CAETANO, 2021. p. 46.)

Entretanto, existe outro ponto de vista a respeito do impacto nas empresas, conhecido como "O Paradoxo da Pirataria", o qual acredita que falsificação dos produtos são benéficas para as empresas.

3.2.1 O Paradoxo da Pirataria

O Paradoxo da Pirataria, ou *The Piracy Paradox* em inglês, é uma teoria criada por professores norte-americanos Kal Raustiala e Christopher Jon Sprigman (2006, p. 1687), os quais defendem que a cópia pode ser benéfica para a indústria da moda e incentivar a inovação, pois quando um produto é copiado a marca original o descarta e procura inovar o mais rápido possível. Nesse sentido, a designer-chefe da Prada e da Miu Miu, Miuccia Prada considera que “Nós deixamos que nos copiem. E quando eles fazem, nós abandonamos a ideia”.⁵

Ao verem que o que comparam já foi copiado, os clientes das marcas de Luxo passam a desejar ansiosamente uma nova coleção para adquirirem e se diferenciarem socialmente das classes sociais que adquirem esses produtos, o que gera neles uma sensação de poder e *status*. Coco Chanel costumava dizer que não era possível ter sucesso sem cópias e imitações, e ela gostava quando sua marca era copiada (PACCE, 2018, Youtube). Também, no filme *A Casa de Gucci*⁶, Aldo Gucci, um dos fundadores da marca Gucci interpretado no longa por Al Pacino, diz que as réplicas são altamente lucrativas para a marca. Entretanto, essa teoria é quase uma romantização da pirataria, prática que causa milhares de problemas, e que por essa razão não merece prosperar.

3.3 IMPACTO NOS CONSUMIDORES

Muitas vezes, os consumidores não conseguem visualizar as reais consequências do mercado ilegal e, infelizmente, acabam se tornando os mais prejudicados. Luciano Timm, ex-Secretário Nacional do Consumidor e Presidente do CNPC, explicita alguns dos prejuízos sofridos pelo consumidor, o qual:

fica sem garantias. Os produtos fabricados no Brasil têm certificações, têm acompanhamento das agências reguladoras, além de terem no país o próprio Código de Defesa do Consumidor, que oferece garantias de troca, de devolução, de qualidade. Em um produto vendido no mercado formal no Brasil, há uma responsabilidade do fabricante e dos comerciantes em cadeia, como se houvesse um seguro. Já se a mercadoria for ilegal, não há essa garantia (INSTITUTO DOS ÓCULOS, 2022).

⁵ No original: *We let others copy us. And when they do, we drop it.* In: RAUSTIALA, Kal; SPRIGMAN, Christopher Jon. RAUSTIALA, Kal e SPRINGMAN, Christopher Jon. *The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design*. *Virginia Law Review*, v. 92, p. 1687, 2006. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=878401. Acesso em: 04 abr. 2022, p.1722.

⁶ No original: *House of Gucci*. Direção: Ridley Scott. Produção: Ridley Scott. United States of America: United Artists Releasing, 2021. Prime Video.

Além disso, ao adquirir produtos pirateados o consumidor está infringindo a lei penal, incorrendo na prática do crime de receptação (art. 180 do Código Penal).

Constantemente, a mídia incita o consumo, relacionando a aquisição dos produtos de determinadas marcas com bem-estar e realização pessoal. Isto incentiva a expansão do mercado contrafator. Na sociedade de consumo (BAUMAN, 2008), como é considerada a sociedade contemporânea, o consumidor fomenta a existência e a prática desse crime ao comprar um produto no mercado paralelo, que além de colocar a sua vida em risco, não possui nenhuma garantia e nem padrão de qualidade, durabilidade e desempenho concedido pelo original.

O consumo desses produtos geralmente é decorrente do desejo das pessoas, pois elas querem algo pelo qual não conseguem pagar, e quando um terceiro coloca à venda no mercado uma cópia de qualidade inferior ao produto original, esse desejo é saciado. Por outro lado, existem consumidores que são induzidos a erro ao adquirirem uma réplica imaginando se tratar do produto original, quando na verdade trata-se de um produto falsificado. É Zygmunt Bauman (2008, p. 63) quem discorre sobre esse desejo em sua obra **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**:

A sociedade de consumo tem como base de suas alegações a promessa de satisfazer os desejos humanos em um grau que nenhuma sociedade do passado pôde alcançar, ou mesmo sonhar, mas a promessa de satisfação só permanece sedutora enquanto o desejo continua insatisfeito; mais importante ainda, quando o cliente não está “plenamente satisfeito” – ou seja, enquanto não se acredita que os desejos que motivaram e colocaram em movimento a busca da satisfação e estimularam experimentos consumistas tenham sido verdadeira e totalmente realizados.

3.3.1 Direito à saúde, segurança e proteção à vida.

O artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990) lista em seus incisos alguns direitos do consumidor, dentre eles o direito à saúde, segurança e proteção à vida, previsto no inciso I: “Art. 6º São direitos básicos do consumidor: I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos”. A Constituição Federal também elenca como direito fundamental o direito à vida e à segurança, no *caput* do artigo 5º: “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros

residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes [...]”.

Por serem fabricados com um baixíssimo nível de qualidade, matérias primas duvidosas, sem a devida autorização dos órgãos competentes, fora dos padrões de qualidade previamente estipulados pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), sem critérios de higiene, os produtos contrafeitos podem causar riscos à segurança do consumidor, o que pode afetar sua saúde e conseqüentemente sua vida. Os consumidores muitas vezes acreditam estar economizando ao comprar um falsificado que possui valor menor e menos qualidade do que o original, porém com um valor menor, porém, essa falsa economia se dá em detrimento à saúde, segurança e na impossibilidade da aplicabilidade nas normas de proteção e defesa presentes no Código de Defesa do Consumidor. Conforme estabelece o art. 18, §6º, inciso II desta lei:

Art. 18. (...)

§ 6º São impróprios ao uso e consumo:

II - os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação.

Como a indústria da moda abarca também os cosméticos, a situação se agrava, pois, os cremes, hidratantes, loções, óleos corporais, perfumes, podem causar irritação, vermelhidão e podem gerar até queimaduras, além dos riscos de contaminação por metais pesados, no caso de maquiagens e cosméticos, por exemplo.

Outros produtos podem gerar danos aos órgãos vitais, além de causar danos cerebrais e às articulações (MAES, 2019). Segundo a Associação Brasileira de Indústria Óptica, 30% dos óculos produzidos anualmente em território nacional são pirateados e podem comprometer a visão, aumentar a chance de desenvolvimento de doenças oculares e até mesmo levar à cegueira, uma vez que não protegem contra os raios ultravioletas e não passam por fiscalização adequada (INSTITUTO DOS ÓCULOS, 2022). A oftalmologista Carolina Carneiro explica que:

Quando colocamos um filtro escuro na frente do olho, estamos inibindo esse mecanismo. Ele mantém a pupila mais aberta do que o adequado para aquele ambiente, deixando o olho desprotegido. Assim, a luz entra em quantidade maior, ocasionando vários problemas na visão. Em um ambiente muito claro, com bastante sol, é melhor não usar nenhum óculos do que uma peça

falsificada sem proteção para os raios ultravioletas (UV). (ABIÓPTICA, 2022)

Os tênis falsificados também trazem grandes malefícios para o consumidor. A Associação de Consumidores analisou esse produto e constatou que além de serem extremamente desconfortáveis, podem causar sérias lesões, comprometer as articulações e a circulação, devido à falta de tecnologia. Além do mais, o modelo analisado pesava 80 gramas acima do peso recomendado (UOL, 2022).

O caso das *Foreos* falsificadas é um dos exemplos de casos em que o consumidor foi imensamente prejudicado. A empresa Sueca, denominada Foreo, fabrica massageadores e escovas faciais. Ocorre que um dos seus produtos patenteado, *Foreo Luna*, foi amplamente copiado pelo mercado ilegal e as versões falsificadas começaram a dar choques nos clientes e prejudicar sua pele, resultando em processo judicial da Foreo contra a fabricante chinesa The Kingdom Zhuhai Company, a qual foi obrigada a parar de fabricar o produto e ainda pagar uma indenização à empresa detentora do direito intelectual (MARINA, 2022).

O site **The Fashion Law** (2022) publicou uma reportagem referente às apreensões da "Operação Afrodite" realizada pela Agência da União Europeia para a Cooperação Policial (EUROPOL), a qual revelou que os perfumes falsificados apreendidos apresentaram nos testes laboratoriais produtos tóxicos e até mesmo urina humana e excremento de ratos em sua composição.

A Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON), em conjunto com o Fórum Nacional Contra a Pirataria e Ilegalidade, elaborou um guia para auxiliar o consumidor a identificar e evitar a compra de produtos ilegais (PROCON, 2012). No caso dos perfumes falsificados, o guia ressalta a discrepância de valor entre o produto original e o falsificado, bem como a inexistência ou falsificação da etiqueta de adequação exigida pela ANVISA no produto ilegal.

Importante ressaltar a impossibilidade de proteção jurídica nos casos em que o consumidor se depara com algum vício ou defeito apresentado pelo produto e a compra foi realizada em comércio irregular, presencialmente e sem a emissão de nota fiscal.

4 CONSEQUÊNCIA JURÍDICA DA PIRATARIA

A pirataria impacta negativamente no sistema jurídico como um todo, tanto no âmbito do Direito Público, quanto do Direito Privado. As consequências jurídicas são diversas. Há um desrespeito à Constituição Federal, à Lei dos Direitos Autorais, à Lei da Propriedade Industrial, ao Código Tributário Nacional, à Consolidação das Leis do Trabalho, ao Código de Defesa do Consumidor, enfim, ao sistema legal como um todo.

A falsificação de produtos é crime, regulamentado pela Lei nº 9.279/1996 (Lei da Propriedade Industrial), bem como pelo Código Penal, com o objetivo de impedir a reprodução indevida de produtos e proteger os direitos de seus inventores (CARACIOLA; SOARES, 2019 p. 74). Os frutos do mercado ilegal também fortalecem a criminalidade:

Em minhas análises sobre pirataria, quanto aos riscos para relação de emprego, observei com preocupação, o avanço das ações criminosas, muitas vezes amparadas pelo comércio ilícito que o próprio fraudador mantém atingindo vários setores da indústria brasileira (CARACIOLA; SOARES, 2019 p. 28).

Junto com o crime da pirataria vêm diversas transgressões, como a formação de quadrilha. Para que um produto pirateado seja comercializado, existe toda uma cadeia produtiva por trás, os que transportam a mercadoria, os que a entregam, os que vendem, os que fabricam, entre outros. Este sistema incentiva a corrupção e o desrespeito à lei. Além do crime de receptação (art. 180, C.P.), praticado pelos consumidores que adquirirem essa mercadoria advinda de crime. De acordo com o delegado da Receita Federal em Porto Velho, auditor-fiscal Murilo Cerqueira Xavier:

A comercialização de produtos falsificados ou sem o recolhimento dos impostos devidos caracterizam crimes conforme nossa legislação, podendo os infratores serem responsabilizados por contrabando, descaminho, violação ao direito de marcas, além da concorrência desleal e fraude ao comércio (RECEITA FEDERAL, 2012).

Portanto, ao adquirirem essa mercadoria, os consumidores, além do crime de receptação, financiam o crime organizado.

No plano sócio jurídico, pode-se citar como consequência o trabalho precário, análogo à escravidão, sem as devidas condições legais, sem a garantia de direitos trabalhistas, o que vai

de encontro direito aos preceitos constitucionais e com a Consolidação das Leis do Trabalho. Para Ana Flávia Messa e Everton Luiz Zanella (2021, p. 146), o Estado é quem tem o dever de proteger os direitos fundamentais dos cidadãos, e por tal razão é o principal agente capaz de combater a pirataria. Segundo os autores:

(...) o Estado, como aparelho organizador das relações sociais que busca o bem comum de um certo povo, situado num determinado território, tem o dever de combater a "pirataria", revelada pelas ações de copiar, vender ou reproduzir produtos alheios sem respeito aos direitos e à vontade dos criadores e donos originais, para que os cidadãos sintam confiança em relação à atuação dos seus gestores públicos.

A existência da pirataria reflete a absoluta ineficácia do Estado em combatê-la e a inércia do Estado diante do necessário enfrentamento ao crime organizado, (MESSA; ZANELLA, 2021, p. 152).

5 CONCLUSÃO

Ante o exposto, podemos concluir que o mercado da pirataria destaca-se na indústria da moda, na medida em que são realizadas as reproduções, distribuição e comercialização não autorizadas pelo autor da obra intelectual. A atividade ilegal é mantida em consequência da demanda de consumidores que desejam consumir algo que não podem comprar, e podem buscar esse comércio que entrega exatamente o que desejam: o produto que se assemelha fisicamente com o original, com preço inferior ao do mercado legal.

Os Direitos Autorais e a Propriedade Industrial são fundamentais na proteção das criações da indústria da moda, e como incentivo à constante inovação do segmento. O controle da pirataria é algo muito desafiador, que necessita de fiscalização, participação ativa da política brasileira e da sociedade, pois este crime vem acompanhado de diversas outras transgressões.

Por isso, mecanismos de *compliance* deveriam ser implementados, deveria haver uma mudança comportamental por parte do Estado, o qual deveria ser mais rígido para que a lei fosse cumprida e os criminosos fossem realmente punidos, acabando com a sensação de impunidade do crime. Deveria investir em propagandas e educação para que a população fosse conscientizada dos males que adquirir ou vender produtos falsificados podem causar, pois além de serem práticas criminosas, geram grandes prejuízos a eles, à economia e ao desenvolvimento

social do país, além de ter uma participação constante e mais incisiva na fiscalização destas práticas. É mister salientar a importância do papel do consumidor no combate à pirataria, pois ao comprarem aquele produto fazem com que o crime continue sendo rentável, e quando se tem demanda há venda, por isso a educação é tão importante quando se trata do crime de pirataria.

Ante o exposto, podemos concluir que adquirir ou vender produtos falsificados, além de ser crime, gera grandes prejuízos ao consumidor, às empresas, à economia e ao desenvolvimento social do país, devendo ser considerada uma prática repulsiva por todos.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIÓPTICA. Usar óculos de sol falsificados pode causar doenças, alerta oftalmologista. Disponível em <https://www.abioptica.com.br/usar-oculos-de-sol-falsificado-pode-causar-doencas-alerta-oftalmologista/> Acesso em 05 mai. 2022.

ALVES, Dayane Nayara. **Impactos Sociais e Econômicos da Pirataria na Indústria da Moda**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2021.

APELAÇÃO nº 0187707-59.2010.8.26.0100. Apelante: Village 284 Participações e Comércio de Vestuário LTDA; Apelados: Hermes International e Hermes Sellier; Relator: Desembargador COSTA NETO, 9ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo/SP, julgado em 16 de agosto de 2016.

ARAÚJO, Bruno. O desafio da pirataria. 18ª Edição. Brasília: Ipea, 2006. Disponível em: [https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&view=article&id=793:catid=28&Itemid=23#:~:text=A%20pirataria%20%C3%A9%20um%20tipo,autoriza%C3%A7%C3%A3o%20de%20seus%20respectivos%20titulares](https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&view=article&id=793:catid=28&Itemid=23#:~:text=A%20pirataria%20%C3%A9%20um%20tipo,autoriza%C3%A7%C3%A3o%20de%20seus%20respectivos%20titulares.). Acesso em: 12 set. 2021.

ASCENSÃO, José de Oliveira. **Direito Autoral**. Rio de Janeiro: Renovar, 1997.

BARBOSA, Denis Borges. Tratado de propriedade intelectual. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2013. Tomo I. p 475-476. Disponível em: http://biblioteca2.senado.gov.br:8991/F/?func=item-global&doc_library=SEN01&doc_number=001141173. Acesso em: 09 mai. 2022.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

SPC BRASIL. 69% dos consumidores já compraram réplicas ou produtos falsificados, mostra o SPC Brasil. Disponível em: https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/release_falsificados1.pdf. Acesso em: 15 out. 2021.

BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 12 set. 2021.

BRASIL. Decreto-Lei 2.848, de 07 de dezembro de 1940. Código Penal. Diário Oficial da União, Rio de Janeiro, 31 dez. 1940. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm. Acesso em: 12 set. 2021.

BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, Brasília, 11 de setembro de 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 04 jan. 2022.

BRASIL. Lei nº 8.137, de 27 de dezembro de 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8137.htm. Acesso em: 12 set. 2021.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm. Acesso em: 12 set. 2021.

BRASIL. Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm. Acesso em: 12 set. 2021.

CARACIOLA, Carolina Boari; SOARES, Renata Domingues Balbino Munhoz (coord). A evolução do mercado de luxo: de Luís XIV à contemporaneidade. In: ***Fashion Law: direito da moda***. São Paulo: Almedina Brasil, 2019.

CARDOSO, Gisele Ghanem Leal. **Direito da Moda: análise dos produtos ‘inspireds’**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016.

EGEA, Maria Luiza de Freitas Valle. Direito do Autor na Indústria da Moda. In: **Direito da Moda: fashion law**. Belo Horizonte: Editora D'Plácido, 2019.

ESA OAB SP. Falando em Liberdade: #13 | Fashion law. Youtube, 20 de abr. de 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=G_Td3l-fS8U. Acesso em: 23 mar. 2022.

FASHION LAW INSTITUTE. About the Institute. Disponível em: <https://www.fashionlawinstitute.com/about>. Acesso em: 12 set. 2021.

FORBES. Como diferenciar um Rolex falso de um original. 2015. Disponível em: <https://forbes.com.br/fotos/2015/03/12-maneiras-de-diferenciar-um-rolex-falso-de-um-original/>. Acesso em 13 set. 2021.

GLOBO G1. Polícia civil faz operação contra pirataria no Brás, em São Paulo. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/12/11/policia-civil-faz-operacao-contrapirataria-no-bras-em-sp.ghtml> Acesso em 20 mar. 2022.

ILEGALIDADE. Fórum Nacional Contra a Pirataria e. Pirataria e Falsificação: Combate ao Mercado Ilegal. Disponível em: <https://www.fnpc.org.br/areas-de-atuacao.html#pirataria-e-falsificacao>. Acesso em: 26 abr. 2022.

INSTITUTO DOS ÓCULOS. 5 motivos para você não comprar óculos de sol falsificados. Disponível em <https://www.institutodosoculos.com/site/5-motivos-para-voce-nao-comprar-oculos-de-sol-falsificados/> Acesso em 20 mar. 2022.

MAES, Jessica. O Contrabando que Prejudica a Saúde. 2019. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/gpbc/dentro-da-lei/o-contrabando-que-prejudica-a-sua-saude/>. Acesso em: 03 mai. 2022

MARCUSE, Herbert. **One-dimensional man**: studies in the ideology of advanced industrial society. Beacon Press: Boston, 1964.

MARINA. Trial of the fake LUNAs. Disponível em: <https://www.foreo.com/mysa/trial-of-the-fake-lunas/>. Acesso em: 04 abr. 2022.

MEDEIROS, Luiz Antônio de. **A CPI da pirataria**: os segredos do contrabando e da falsificação no Brasil. São Paulo: Geração Editorial, 2005.

MENDES Diego; CHAVES, Karla; SANTORO Tiê. Pirataria. Prejuízo do Brasil com comércio ilegal ultrapassa R\$ 280 bilhões. **CNN Brasil**. São Paulo, 31 de maio de 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/pirataria-prejuizo-do-brasil-com-comercio-ilegal-ultrapassa-r-280-bilhoes/>. Acesso em: 26 abr. 2022.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA. Conselho Nacional de combate à pirataria. Disponível em <https://www.justica.gov.br/sua-protecao/combate-a-pirataria>. Acesso em 20 mar. 2022.

MORO, Maitê Cecília Fabbri. **Marcas Tridimensionais**: sua proteção e os aparentes conflitos com a proteção outorgada por outros institutos da propriedade intelectual. São Paulo: Saraiva, 2009.

OLIVEIRA, Thiago de. **A proteção Jurídica das Criações da Moda**: entre o direito de autor e o desenho ou modelo. Coimbra, Almedina, 2019.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (Brasil). Declaração Universal dos Direitos Humanos. Disponível em: https://www.ohchr.org/sites/default/files/UDHR/Documents/UDHR_Translations/por.pdf. Acesso em: 12/09/2021.

PACCE, Lillian. 70 coisas que eu sei sobre a Chanel | Parte 1 - Lilian Pacce. Youtube, 2018. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ux9ys_tppPs. Acesso em: 04 abr. 2022.

PITA, Ana Paula e LEAL, Liliane Vieira Martins. Fashion Law: A Relevância da Proteção Jurídica das Criações da Moda Frente ao Paradoxo Da Pirataria. Disponível em: <https://www.direitorp.usp.br/wp-content/uploads/2019/06/IFashionLaw-Relevancia-Pita-Leal.pdf>. Acesso em: 01 mar. 2022.

PROCON. FUNDAÇÃO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR. **Produto ilegal**: como identificar e evitar sua compra guia do consumidor. Fórum Nacional Contra a Pirataria e Ilegalidade (FNCP). São Paulo: 2012.

RAUSTIALA, Kal; SPRINGMAN, Christopher Jon. The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design. **Virginia Law Review**, v. 92, p. 1687, 2006. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=878401. Acesso em: 04 abr. 2022.

RECEITA FEDERAL. Operação iclosed apreende diversos produtos falsificados em Porto Velho. Disponível em <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/assuntos/noticias/2021/setembro/operacao-iclosed-apreende-diversos-produtos-falsificados-em-porto-velho> Acesso em 20 mai. 2022.

ROVAI, Armando Luiz Rovai (org). **Atualidades na proteção das marcas e propriedade intelectual**: combate à pirataria. Belo Horizonte, São Paulo: D'Plácido, 2021.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação nº 0187707-59.2010.8.26.0100 SP 0187707-59.2010.8.26.0100. Relator: Costa Netto. São Paulo, SP, 16 de agosto de 2016. **Diário da Justiça**. São Paulo, 17 ago. 2016.

SCAFIDI, Susan. Fashion law: diseñando una nueva disciplina. In: KNOLL, Susy I. Bello; ECHEVERRIA, Pamela (orgs.). **Derecho y moda**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Marcial Pons Argentina, 2015.

SOARES NETO, Paulo Byron Oliveira. A propriedade Intelectual segundo a legislação brasileira. **Âmbito Jurídico**. 2018. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-169/a-propriedade-industrial-segundo-a-legislacao-brasileira/>. Acesso em: 03 mar. 2022.

SOARES, Renata Domingues Balbino Munhoz (coord). **Fashion Law**: direito da moda. São Paulo: Almedina Brasil, 2019.

SOARES, Renata Domingues Balbino Munhoz. **Fashion Law e Gastro Law**. (Curso proferido entre 07/04/2021 a 04/05/2021, carga horária de 15 horas). Universidade Presbiteriana Mackenzie, Faculdade de Direito, 2021.

SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira de (coord). **Direito da Moda**: fashion law. Belo Horizonte: Editora D'Plácido, 2019.

THE FASHION LAW. Fake Drugs, Cosmetics at Center of Largest-Ever EU Enforcement Against Online Counterfeit Sales. Disponível em: <https://www.thefashionlaw.com/europol-launches-largest-ever-eu-enforcement-against-online-counterfeit-sales/>. Acesso em: 06 fev. 2022.

TIMM, Luciano. **Há um prejuízo social em cadeia com o comércio ilegal**. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/conteudo-patrocinado/ha-um-prejuizo-social-em-cadeia-com-o-comercio-ilegal-diz-luciano-timm>. Acesso em: 20 mar. 2022.

UOL. Tênis de corrida falsificado pode colocar a saúde em risco, mostra análise. Disponível em <https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2012/07/31/tenis-de-corrida-falsificado-pode-colocar-a-saude-em-risco-mostra-analise.htm?cmpid=copiaecola> . Acesso em 20 mar. 2022.

TERMO DE AUTENTICIDADE DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Eu, Bianca Coutinho Luppi, discente regularmente matriculada na disciplina TCC II, da 10ª etapa do curso de Direito, matrícula nº 41701747, período matutino, turma C, tendo realizado o TCC com o título: Pirataria na Indústria da Moda, sob a orientação da Professora Renata Domingues Balbino Munhoz Soares, declaro para os devidos fins que tenho pleno conhecimento das regras metodológicas para confecção do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), informando que o realizei sem plágio de obras literárias ou a utilização de qualquer meio irregular.

Declaro ainda que, estou ciente que caso sejam detectadas irregularidades referentes às citações das fontes e/ou desrespeito às normas técnicas próprias relativas aos direitos autorais de obras utilizadas na confecção do trabalho, serão aplicáveis as sanções legais de natureza civil, penal e administrativa, além da reprovação automática, impedindo a conclusão do curso.

São Paulo, 20 de maio de 2022.



Assinatura do discente