



INSPIRAÇÃO E CÓPIA NA MODA: UMA ANÁLISE JURÍDICA

Inspiration And Copying In Fashion: A Legal Analysis

Santos, Bruna Lorena Almeida; Graduada; Universidade Tecnológica Federal do Paraná,
brunalorena@alunos.utfpr.edu.br¹

Nagamatsu, Rosimeiri Naomi; Professora Doutora; Universidade Tecnológica Federal do Paraná,
naomi@utfpr.edu.br²

Resumo: O presente trabalho aborda o Direito da Moda (Fashion Law), explorando sua definição, objetivos e fundamentos teóricos, com ênfase na evolução da moda e sua relação com o habitus de Pierre Bourdieu. Analisa os mecanismos legais disponíveis no Brasil para a proteção das criações de moda, com foco na propriedade intelectual, direito autoral e propriedade industrial. A pesquisa, de cunho bibliográfico, discute os limites entre inspiração e cópia ilegal no mercado da moda.

Palavras chave: Direito da Moda; Propriedade Intelectual; Cópia Ilegal.

Abstract: This paper addresses Fashion Law, exploring its definition, objectives, and theoretical foundations, with an emphasis on the evolution of fashion and its relationship with Pierre Bourdieu's concept of habitus. It analyzes the legal mechanisms available in Brazil for the protection of fashion creations, focusing on intellectual property, copyright, and industrial property. This bibliographic research discusses the boundaries between inspiration and unlawful copying in the fashion Market.

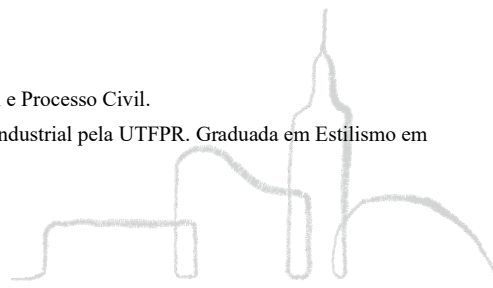
Keywords: Fashion Law; Intellectual Property; Illegal Copying.

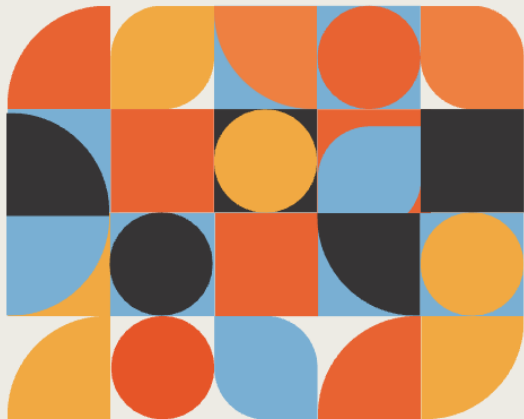
Introdução

A moda é marcada por inovação e dinamicidade, sendo cenário fértil para a criação, o que, todavia, deve estar alinhado aos normativos de propriedade intelectual. A inspiração e a cópia ilegal são questões relevantes no

¹ Graduada em Design de Moda pela UTFPR, graduada em Direito pela UEL, e pós-graduada em Direito Civil e Processo Civil.

² Doutora em Engenharia Têxtil pela UMINHO. Mestre em Engenharia de Produção e Especialista em Gestão Industrial pela UTFPR. Graduada em Estilismo em Moda e Especialista em Design de Moda, ambos pela UEL.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

que toca aos âmbitos jurídico e da moda, eis que se trata de matéria sensível, influenciada, mormente, pelas tendências e demandas de mercado.

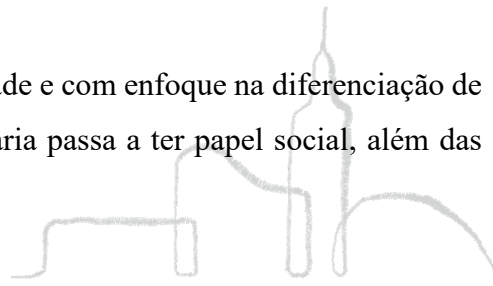
Em meio à perspectiva célere e efêmera das criações e tendências de moda, surge a questão central do estudo, uma análise elucidativa quanto aos limites entre a inspiração legítima e a cópia ilegal na conjuntura jurídica da moda nacional. A observação do lançamento de produtos visualmente semelhantes ou até mesmo idênticos, notadamente aos artigos de luxo, abre portas para os questionamentos trazidos, visando identificar quais institutos da propriedade intelectual incidirão para proteção e segurança jurídica dos criadores e produções, sem deixar de lado uma breve análise sociológica enumerada como possível explicação para a “necessidade” de reprodução destes artigos de luxo.

O projeto visa analisar tais questões intrinsecamente ao fashion law, com foco na legislação brasileira, discutindo as implicações legais de produções que se assemelham a criações anteriores. Este texto, através de pesquisas bibliográficas, pretende aclarar a noção de como a inspiração pode ser acolhida no campo da moda sob o enfoque jurídico, o que poderá auxiliar os habilitados de ambas as searas.

Moda: Conceito, Evolução e habitus

A moda pode ser entendida como “um sistema que acompanha o vestuário e o tempo, que integra o simples uso do vestuário cotidiano a um contexto social, político, econômico e cultural, dentre outros” (SABÓIA, 2020, p. 19); é uma forma de comunicação social, conferindo significado à expressão do ser. O conceito surgiu no final da Idade Média e princípio do Renascimento, na Corte de Borgonha. Segundo Braga (2021, p. 38), surgiu como “um diferenciador social, diferenciador de sexos [...] pelo aspecto da valorização da individualidade e com o caráter de sazonalidade, ou seja, um gosto durava enquanto não era copiado, pois, se assim acontecesse, novas propostas suplantariam as, então, vigentes”.

Trata-se de forma de expressão intersubjetiva pautada na sazonalidade e com enfoque na diferenciação de classes, tribos, ideais e afins. É o momento histórico em que a indumentária passa a ter papel social, além das





funções primitivas, como a proteção às baixas temperaturas. A partir daí a moda passou a acompanhar a história e a sociedade, chegando, ao final do século XVIII, à classe trabalhadora, momento em que “assume seu caráter simbólico como meio de representação social” (SABÓIA, 2020, p. 21).

Como consequência da desigualdade social, a perseguição ao poder espalhou a ideia, entre as camadas sociais, de que a inovação no vestuário ocorreria inicialmente nas camadas superiores, sendo imitada, posteriormente, pelas inferiores (SABÓIA, 2020, p. 21). É o fenômeno do *trickle down*. Na sociologia, em Pierre Bourdieu, o campo é visto como o “espaço de disputas de poder entre grupos” (SANTOS, 2011, p. 88). Será palco para desenvolvimento das estratégias dos agentes. Já no que toca ao conceito de habitus para o sociólogo,

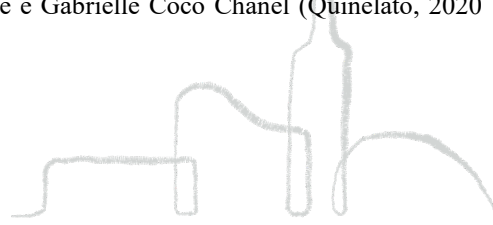
Há uma tendência do habitus em assegurar a reprodução das relações sociais pela interiorização dos valores e normas sociais, mas pressupondo a existência das representações sociais existentes. O indivíduo interioriza categorias de classificação que reproduzem as relações sociais hierarquizadas já construídas. (SANTOS, 2011, p. 89).

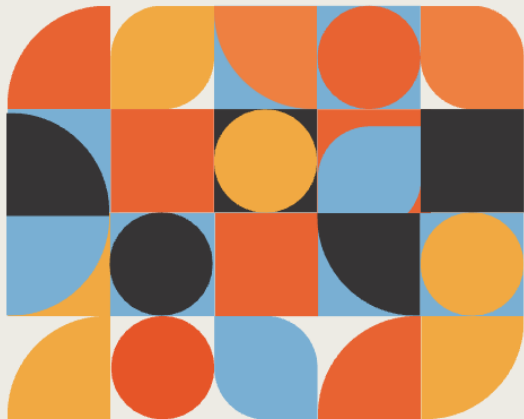
Essa reflexão permite uma melhor compreensão sobre a inspiração e a prática da cópia ilegal. Isso porque o conceito de habitus (disposições incorporadas e reproduzidas socialmente) se relaciona diretamente com a reprodução dos produtos de moda. Nesse contexto, os gostos, preferências e comportamentos das classes sociais mais altas tendem a ser internalizados como modelos a serem seguidos, o que contribui para a imitação.

Introdução ao Fashion Law (Direito da Moda) e Propriedade Intelectual

A noção de Direito da Moda, cujo surgimento pode ser compreendido a partir da necessidade de proteção contra cópias ilegais, é antiga, como pode ser observado na *haute couture* francesa. Assim,

o Fashion Law começa a surgir devido uma necessidade de proteção contra a pirataria e cópias: A indústria da costura francesa respondeu ao aumento das cópias e piratarias de duas formas, uma delas dando a proteção intelectual para os signos e as marcas originais, e a segunda, através do licenciamento desses designs para fabricantes respeitados, nacionais ou estrangeiros. Além disso, os estilistas franceses podiam se apoiar em duas leis, a de direitos autorais de 1793, emendada em 1902, e a de design industrial de 1806, emendada em 1909. Esse entendimento foi reafirmado pela Corte nas primeiras décadas do século 20, em casos de estilistas conhecidos como Jenine Paquin, Madeline e Gabrielle Coco Chanel (Quinelato, 2020 apud Araújo, 2023, p.14).





Trata-se de ramo crescente no Direito, englobando a proteção à propriedade intelectual, em que se enquadram os direitos autorais e a propriedade industrial, além de outras matérias, como o direito de imagem das modelos, os contratos, e mesmo a questão afeta ao trabalho escravo. O Direito não deve ser interpretado de forma codificada, mas sim de forma interdisciplinar. Diga-se, “o Direito da Moda não é um novo ramo do Direito, mas um novo campo que dialoga e faz dialogar intensamente com outras áreas jurídicas, para se buscar compreender as relações existentes no universo da Moda” (SABÓIA, 2020, p. 109).

Nesse sentido, a propriedade intelectual, no Brasil, é o ramo do Direito que busca tutelar a propriedade imaterial. Trata-se da “esfera jurídica que cuida das criações intelectuais do homem” (SABÓIA, 2020, p. 47).

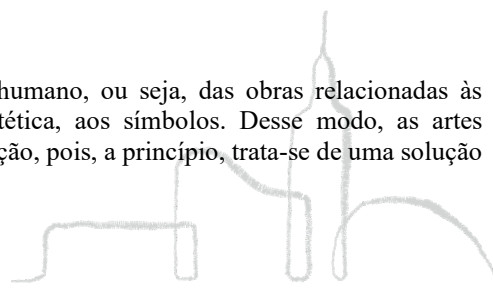
A propriedade intelectual é o conjunto de normas de proteção sobre bens incorpóreos ou imateriais (o que não tem existência física) decorrente da criatividade, inteligência ou sensibilidade de seu criador – autor ou inventor. São as regras que tutelam as criações (direito autoral) e as invenções (propriedade industrial). Frise-se que o bem incorpóreo objeto da proteção jurídica pode ser materializado em suporte físico, como no caso de uma obra literária. (TEIXEIRA, 2024, p.1142)

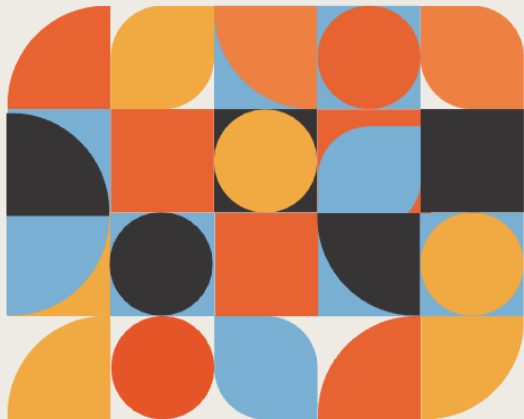
Sua importância está atrelada à proteção das artes e da cultura, bem como da indústria (desenhos industriais, modelos de utilidade e afins). Estes campos do direito imaterial conferem proteção aos produtos de moda em face dos contrafatores. Diferem no fato de que “enquanto as obras protegidas pelo direito de autor têm como único requisito a originalidade, as criações no campo da propriedade industrial dependem do requisito da novidade objetivamente considerado” (SILVEIRA, 2018, p. 8 apud SABÓIA, 2020, p. 47). A Lei n. 9.610, de 1998, trata dos direitos autorais. Por sua vez, a Lei n. 9.279, de 1996, regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. No fashion law, outros códigos farão parte da proteção, como o Código Civil, a Constituição Federal, além de legislações trabalhistas e mesmo tratados internacionais.

Direito Autoral e Propriedade Industrial na Moda: Limites entre Inspiração e Cópia Ilegal

O direito autoral busca proteger as criações artísticas, culturais, expressões subjetivas do ser, além dos softwares de computador. Pode ser entendido da seguinte forma:

No geral, o direito autoral cuida das criações do espírito humano, ou seja, das obras relacionadas às sensações corporais, às percepções, aos sentimentos, à estética, aos símbolos. Desse modo, as artes provocam os estímulos sensoriais. O software seria uma exceção, pois, a princípio, trata-se de uma solução





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

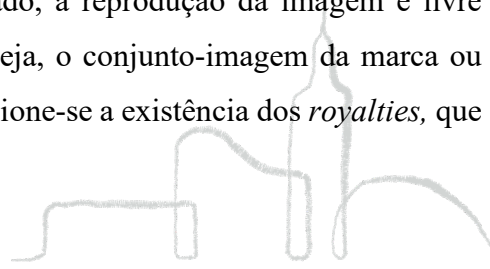
técnica (característica das patentes); embora possa ser considerado um facilitador do desempenho humano. (TEIXEIRA, 2024, p.1142)

Aplica-se à Moda na medida em que sua produção está voltada, também, ao intelecto humano. A lei dos direitos autorais enumera as obras protegidas em seu artigo 7º. A proteção aos designs de moda, roupas, e obras relacionadas, pode se encaixar no último inciso do artigo (XIII), ou seja, as obras que, seja por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam criação intelectual (ARAÚJO, 2023, p. 26). A tutela dos direitos independe de registro, mas este se torna válido como meio de prova para a autoria. Cumpridos os requisitos, tem-se um dos mecanismos disponíveis para a proteção jurídica na moda, observados ainda os prazos legais, cuja tutela é mais utilizada, se comparada à propriedade industrial, justamente pela desnecessidade de registro:

O Direito autoral visa resguardar e proteger juridicamente a utilização econômica e moral de obras intelectuais por seu criador. Contudo, o enquadramento dos artigos como obras intelectuais protegidas é o grande ponto de debate na indústria da moda. Isso porque mesmo sendo objetos utilitários, as criações merecem proteção, em razão de seu caráter estético. A propriedade industrial acaba sendo menos aplicável aos casos de plágio tendo em vista a necessidade de realização de registro da criação enquanto o direito autoral independe desse requisito. (ARAÚJO, 2023, p. 39-40).

A propriedade industrial, por sua vez, “trata de soluções técnicas a serem aplicadas em produtos e processos produtivos, sendo que há quem entenda ser o desenho industrial uma obra estética” (TEIXEIRA, 2024, p. 1146). As patentes se aplicam às invenções e modelos de utilidade, enquanto que as marcas são registradas, assim como os desenhos industriais. A legislação aplicável é a “LPI” - lei da propriedade industrial. O título V da lei trata sobre os crimes contra a propriedade industrial, e em relação aos crimes contra as marcas (capítulo III), tem-se o artigo 189 tipificando as condutas.

Os desenhos industriais se constituem na “forma plástica ornamental de um objeto ou o 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” (SABÓIA, 2020, p. 58). A proteção se restringe à fabricação e venda do produto, mas por outro lado, a reprodução da imagem é livre (SABÓIA, 2020, p. 60). É objeto de proteção, ainda, o *trade dress*, ou seja, o conjunto-imagem da marca ou produto que os diferencia dos demais. Em uma análise não exaustiva, mencione-se a existência dos *royalties*, que





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

são as licenças voluntárias. A normativa é capaz de promover o acautelamento em diversas áreas da moda, como no desenho industrial e nas marcas registradas. O Direito da Moda está ligado ao direito de propriedade intelectual como um todo, tanto em relação ao direito autoral, como também no que toca à propriedade industrial.

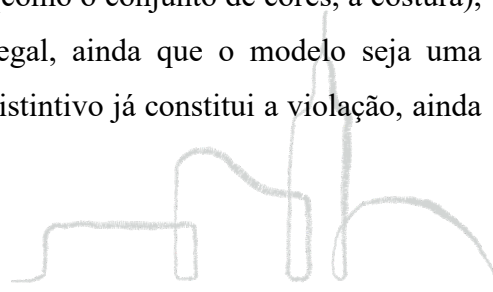
As cópias são produtos falsificados, popularmente denominados “piratas”. Trata-se de crime de contrafação (art. 104 do Código Penal). Por outro lado, a inspiração, ou produtos *inspired*, assemelha-se ao plágio, e trata-se da ocasião em que não se tem a intenção de copiar o produto 100%, ou seja, fazer as vezes do original, mas sim, como o nome sugere, inspirar-se em um produto ou criação, alterando-se constituintes desse produto (BORTOLOTTI, 2020, p. 1).

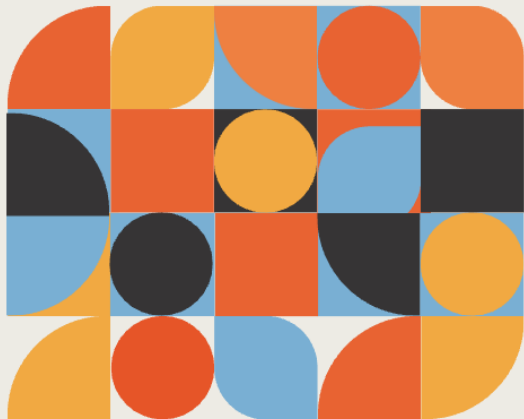
O produto falsificado, portanto, visa confundir o consumidor, se passando pelo produto original. Já o produto *inspired*, a princípio prevê a alteração de alguns elementos. Deve-se ter cautela com a disposição de elementos, haja vista a possibilidade de enquadramento do produto inspiração como pirataria, crime conforme o ordenamento jurídico. O modelo inspirado não deve ser idêntico ou praticamente igual ao original, sendo necessário que apresente novos símbolos distintivos, como inovações ou modificações.

No caso das cópias, “traz consequências as marcas em razão de romper com a exclusividade da peça, tornando o produto original ultrapassado de maneira mais rápida e interrompendo a vida útil do produto, gerando ainda prejuízos financeiros para as empresas responsáveis por sua verdadeira criação” (Pontes, 2022 apud ARAÚJO, 2023, p. 31). Importante destacar que

A legislação brasileira não possui normas específicas acerca do direito da moda, mas vem aplicando o direito autoral para proteger criações de moda que demonstram o cumprimento dos requisitos de criatividade e originalidade, considerando-as como obras artísticas. O grande ponto de discussão e dificuldade nos casos concretos é sobre a tutela jurídica das criações ao passo que as peças de roupas são consideradas úteis, não sendo abarcados pelos institutos da propriedade industrial e nem do direito autoral, mas devido ao grau artístico das obras, muitas vezes, são protegidas pelo direito do autor. (ARAÚJO, 2023 p. 31).

Em relação ao registro, se o design original for registrado (desenho industrial), ou se existirem direitos autorais que conferem proteção a alguns elementos específicos do design (como o conjunto de cores, a costura), a cópia de determinadas características protegidas seria considerada ilegal, ainda que o modelo seja uma inspiração. Para a marca registrada, a utilização do nome ou do símbolo distintivo já constitui a violação, ainda





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

que o design do produto seja diverso. Ademais, se houver espaço para que os consumidores sejam confundidos, pode configurar a concorrência desleal, passível de sanções.

Surge a preocupação, ainda, com as questões ambientais e sociais atreladas ao consumo desenfreado e em massa, especialmente das imitações dos produtos de luxo, os “dupes”, eis que:

Embora os *dupes* ofereçam uma alternativa acessível para estar dentro das tendências, eles também alimentam um ciclo de compra desenfreado e uma percepção distorcida de qualidade. É importante perceber que parte da sociedade não aceita mais a cultura de exclusividade da moda de luxo, mas, ao mesmo tempo, ela também promove uma comercialização de plágio e descarte fácil no mundo fashion enquanto afirmam prezar pelo consumo consciente como citado acima.

Adquirir *dupes* é uma forma de democratizar a moda, mas se torna uma pauta vazia quando esse desejo é mais sobre a imagem e a percepção que o produto pode proporcionar do que sobre o prazer pessoal de possuir um item de luxo. (MARQUES; ESTEVÃO, 2024, p. 1).

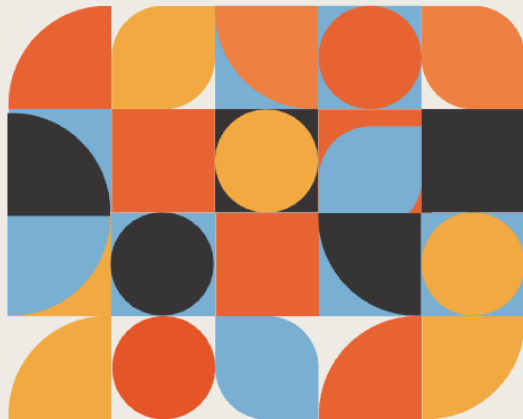
Neste ponto, correlaciona-se ao conceito de *habitus* anteriormente abordado, dado que o consumo de “dupes”, portanto, não é apenas uma questão de economia, mas também de reprodução simbólica de status. Assim, os “dupes” funcionam como instrumentos de aproximação simbólica, permitindo que o consumidor participe do jogo de distinção social.

Considerações Finais

Foram abordados os principais mecanismos legais disponíveis para a proteção das criações de moda no território nacional. Tais institutos conferem segurança jurídica aos designs e designers, sendo este conhecimento necessário e de grande valia ao profissional atuante no ramo da Moda, a fim de que não incorra em sanções civis ou até mesmo penais por desconhecimento das normas, notadamente em relação ao liame entre a inspiração e a cópia ilegal, conforme abordado no estudo.

O ordenamento jurídico brasileiro dispõe de aparatos aptos a proteger os produtos, marcas e afins no mundo da Moda, e além disso, novo ramo do Direito surge sob este prisma, o Direito da Moda. Conclui-se que não há óbice à inspiração, todavia, deve-se ter cautela para não infringir os direitos de propriedade intelectual de outra marca ou designer.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Assim, é ideal que o produto resultante se diferencie substancialmente do original, e não crie confusão no consumidor ou no mercado. A originalidade e a distinção são os melhores caminhos para se evitar qualquer risco jurídico.

Referências

ARAÚJO, Fernanda Sayão Nogueira. **Fashion law e a proteção do design: uma análise da Lei do Direito Autoral e da Lei de Propriedade Industrial no caso referência de plágio no sistema fast fashion brasileiro.** 2023. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Direito) – Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais, Centro Universitário de Brasília (UniCEUB), Brasília, 2023.

BORTOLOTTI, Isabella Pari. **A linha tênue entre a inspiração e a cópia.** Digital Rights, 16 jun. 2020. Disponível em: <https://digitalrights.cc/fle/2020/06/16/a-linha-tenue-entre-a-inspiracao-e-a-copia/#:~:text=Popularmente%20as%20c%C3%B3pias%20s%C3%A3o%20chamadas,uma%20homenagem%20ao%20produto%20original.&text=A%20quest%C3%A3o%20%C3%A9%2C%20todo%20cuidado,na%20realidade%20%C3%A9%20o%20pl%C3%A1gio.&text=CARDOSO%2C%20Gisele%20Ghanem%20%E2%80%93%20Direito%20da,Editora%20D'PI%C3%A1cido%2C%202019>. Acesso em: 13 mar. 2025.

BRAGA, João. **História da moda: uma narrativa.** São Paulo: D'livros, 2021.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MARQUES, Júlia; ESTEVÃO, Ilca Maria. **Dupe ou plágio? Entenda o fenômeno que tem ocorrido na moda.** Metrópoles, 17 jun. 2024. Disponível em: <https://www.metrópoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/dupe-ou-plagio-entenda-o-fenomeno-que-tem-ocorrido-na-moda>. Acesso em: 17 mar. 2025.

SABÓIA, Valquíria. **Direito da moda: uma introdução ao Fashion Law.** São Paulo: Giostri, 2020.

SANTOS, Márcio Achtschin. **Uma leitura do campo jurídico em Bourdieu.** Águia: Revista Científica da FENORD, v. 1, p. 90-105, 2011.

TEIXEIRA, Tarcísio. **Direito empresarial sistematizado.** 12. ed. São Paulo: Saraiva, 2024. E-book.

