**TRABALHO PROGRAMAÇÃO E DIREITO**

**FASHION LAW**

**O QUE É FASHION LAW?**

O Fashion Law vem se desenhando no cenário mundial desde 2006 e surgiu como uma disciplina do curso de Direito em uma faculdade em Nova York. Com o sucesso da disciplina na época, foi criado o Instituto de Fashion Law para dar treinamento a advogados e designers, bem como suporte legal à indústria da moda.

No Brasil, o Fashion Law também é conhecido como Direito da Moda onde a legislação é aplicada de acordo com determinado caso, com as suas especificidades e características relacionadas à moda. Pode-se dizer então, que o Fashion Law é um ramo do Direito que se dedica a estudar e regularizar as relações jurídicas que estão relacionadas à indústria da moda.

Os advogados que atuam na área do Fashion Law tem como objetivo viabilizar a segurança protetiva de todos os direitos incidentes na indústria da moda, além de regularizar o exercício profissional de seus clientes. Por fim, os principais clientes que usufruem dos benefícios do Fashion Law, são: estilistas, modelos e empresas do segmento da moda.

**DIREITO DIGITAL NO MUNDO DA MODA**

Ainda não temos uma legislação específica que trata da proteção da moda relacionada ao direito autoral. Por isso não é considerado um ramo independente no Direito. O propósito é aplicar a legislação existente para solucionar os casos que acontecem na Indústria da moda.

Assim temos as áreas relacionadas como:

● Propriedade industrial

A propriedade industrial é um conjunto de proteções de direitos sobre as criações industriais. O direito autoral protege a ideia, já o direito industrial protege a invenção, que é resultante da ideia. A Propriedade Industrial é um dos “braços” que a Propriedade Intelectual rege e protege.

E podemos encontrar a Lei de Propriedade Industrial que é a N°9.279 de 14 de maio de 1996, que é quem regula esses direitos. Ela regulamenta e possibilita o desenvolvimento tecnológico e econômico do país, posta em prática através do INPI.

**INPI:** o Instituto Nacional de Propriedade Industrial, é o órgão que regulamenta e concede os registros referentes à propriedade industrial no Brasil. O registro não é obrigatório, mas é muito importante, pois com ele o Estado garante direitos caso a marca/produto/design/patente seja registrada.

Existe proteção possível mesmo sem registro?

Existe mas corre o risco de sofrer repressão à concorrência desleal prevista no ART. 195 da Lei de propriedade industrial, no qual ocorrem atos desonestos no mercado comercial e industrial. Que geram confusão e desestabilização da empresa rival, e que tem como objetivo atrair à concorrência alheia, diretamente ou indiretamente. Para aquela criação que não existe uma proteção específica em lei.

Proteção via trade dress :

Que encontra previsão legal dentro da concorrência desleal. É o «traje comercial", aparência visual do produto que significa a origem do produto para os consumidores.

Proteções possíveis com registro dentro do direito da moda:

Registro de marca previsto nos (ARTS. 122 e 123 da Lei 9279/96) : proteção marcária - logos e nomes das mais variadas - válido por 10 anos e renovável a cada 10 também;

Registro de desenho industrial previsto nos (ARTS. 95, 96 97 e 98 da Lei 9279/96): proteção ao desenho industrial- proteção ao design propriamente dito;

Patentes de invenção e de modelo de utilidade previstos nos (ARTS. 6, 7 e 8 da Lei 9279/96): proteção patentária - protege as invenções - registro válido por 20 anos contados a partir da data de solicitação.

● Propriedade intelectual

A propriedade Intelectual que é responsável por garantir os direitos a inventores ou responsáveis por qualquer produção e/ou criação intelectual, ou seja, protege as criações científicas, literárias e artísticas por um determinado tempo, garantindo assim a exclusividade na divulgação e comercialização.

**NFT**

*Non-Fungible Tokens* são arquivos que, por serem distribuídos por *blockchain*, adquirem natureza única. A validação e titularidade do NFT é registrada na *blockchain* e é informação pública, facilmente acessível para todos os usuários da rede. É vantajoso pois é intangível à regulamentação governamental, e a única burocracia exigida é o consenso dos usuários da rede para ocorrer a transação.

**METAVERSO**

O Metaverso se tornou popular nos últimos anos. Trata-se da maior utilização do espaço virtual e de realidade aumentada em nossas vidas. Com ele, é possível realizar tarefas mais eficientemente, como uma reunião à distância, por exemplo.

Várias empresas apostaram no ramo, como a própria Facebook, que se renomeou para Meta. A intenção é, cada vez mais, utilizar dessas ferramentas para o cotidiano.

**CASO HERMÉS E MASON ROTHSCHILD**

O caso da grife de luxo francesa Hermès e o artista digital americano Mason Rothschild, e esse caso representa um marco histórico não só no campo da propriedade intelectual, mas também no contexto dos ambientes virtuais, em particular o metaverso e as NFTs.

O caso começa quando em 2019 Rothschild criou e começou a comercializar as NFTs conhecidas como Meta Birkins. Essas obras digitais apresentavam imagens das renomadas bolsas Birkin, da Hermès, porém digitalmente modificadas.

Além disso, o nome do produto digital fazia clara associação aos produtos físicos comercializados pela grife, que detém o registro de marca nominativa "Birkin" no escritório de patentes e marcas dos Estados Unidos.

Em 2021 a Hermès entrou com uma ação requerendo uma medida cautelar para coibir o réu de vender as NFTs e explorar a marca Birkin, além de perdas e danos, alegando violação de marca registrada e concorrência desleal. Essas bolsas são extremamente exclusivas e para fazer a compra dessas bolsas é necessário ficar em uma fila de espera e já ter um histórico de compra na loja.

E em 2022 o caso é levado a um tribunal federal dos EUA, na comarca de Nova York, gerando debates sobre a aplicabilidade das leis de propriedade intelectual em ambientes virtuais.

Nessa disputa de alto impacto, a Hermès buscou proteger sua marca registrada e a sua reputação, enquanto Mason Rothschild defendeu sua liberdade de expressão artística. A Hermès sustentou que as NFTs Meta Birkins criadas por Rothschild violavam suas marcas registradas e constituíam concorrência desleal. Alegou-se que as NFTs eram confusamente semelhantes às bolsas Birkin originais, o que poderia causar danos à sua reputação e à exclusividade da marca. Nesse sentido, a grife argumentou que o réu infringiu seus direitos de propriedade intelectual.

Por sua vez, Mason Rothschild defendeu que as MetaBirkins eram obras de arte protegidas pela liberdade de expressão. Ele sustentou que suas criações digitais eram uma expressão artística única e não violavam as marcas registradas da autora. O réu questionou a aplicabilidade das leis de propriedade intelectual existentes, argumentando que as NFTs eram ativos intangíveis e que a proteção das marcas registradas não deveria se estender a essas manifestações digitais.

O litígio entre a Hermès e Mason Rothschild expôs os desafios enfrentados pelos sistemas legais ao lidar com novas formas de criação artística e propriedade digital. Após extensos debates e análises jurídicas, a decisão proferida no caso estabeleceu um precedente significativo para a defesa da propriedade intelectual em ambientes virtuais, como o metaverso e as NFTs.

A decisão do tribunal, emitida em fevereiro de 2023, deu ganho integral a Hermès e condenou Rothschild a permanentemente não mais comercializar, vender e gerar royalties a partir das NFTs MetaBirkins.

Com isso, a decisão refletiu a necessidade de atualizar as leis existentes para proteger os direitos das marcas registradas e garantir a integridade delas em ambientes virtuais, além de ressaltar a importância de manter a exclusividade e a reputação das marcas, mesmo em um cenário em constante evolução tecnológica. Dessa forma, ofereceu orientações sobre os limites da liberdade criativa no contexto das criações digitais.

O caso, portanto, nos lembra da importância de desenvolver quadros jurídicos atualizados que garantam tanto a proteção adequada quanto a liberdade criativa no mundo virtual.

**STOCK X vs NIKE**

A Stock X lançou uma coleção chamada “Vault” onde a empresa vendia NFTs com imagens dos tênis da Nike.

De acordo com a acusação, mais de 500 imagens foram vendidas e infringem os direitos autorais da marca. Os NFTs eram vendidos por um valor triplicado do valor dos pares da marca. Além disso, a empresa StockX também afirmava que os indivíduos que comprassem as NFTs receberam os tênis físicos que correspondentes às imagens em um “futuro próximo”.

A ação, movida no tribunal federal de Nova York, acusa a empresa de violação de patente (usar, sem a sua autorização, uma invenção ou um produto seu que esteja protegido por uma patente). Nike reclama indenização por danos e prejuízos e uma ordem judicial para forçar a StockX a interromper as vendas.

A Nike argumenta que esse é um claro caso de violação de direitos autorais: “Esses produtos não autorizados provavelmente confundem clientes e criam uma associação falsa entre esses produtos e a Nike. A revendedora StockX ainda não se manifestou.

**LEGISLAÇÕES RELACIONADAS**

Ainda não temos uma legislação específica que trata da proteção da moda relacionada ao direito autoral. Por isso não é considerado um ramo independente no Direito. O propósito é aplicar a legislação existente para solucionar os casos que acontecem na Indústria da moda.

Temos as áreas relacionadas como a Propriedade industrial e intelectual:

A propriedade industrial é um conjunto de proteções de direitos sobre as criações industriais. O direito autoral protege a ideia, já o direito industrial protege a invenção, que é resultante da ideia. A Propriedade Industrial é um dos “braços” que a Propriedade Intelectual rege e protege. Existe a Lei de Propriedade Industrial que é a N°9.279 de 14 de maio de 1996. é ela que regulamenta e possibilita o desenvolvimento tecnológico e econômico do país, posta em prática através do INPI.

O Instituto Nacional de Propriedade Industrial é o órgão que regulamenta e concede os registros referentes à propriedade industrial no Brasil. O registro não é obrigatório, mas é muito importante, pois com ele o Estado garante direitos caso a marca/produto/design/patente seja registrada.

Existe proteção possível mesmo sem registro, mas corre o risco de sofrer repressão à concorrência desleal prevista no (ART. 195 Lei de propriedade industrial): No qual ocorrem atos desonestos no mercado comercial e industrial. Que geram confusão e desestabilização da empresa rival, e que tem como objetivo atrair à concorrência alheia, diretamente ou indiretamente. Para aquela criação que não existe uma proteção específica em lei.

Além do mais tem-se proteção em casos de deslealdade, proteção “via trade dress”: que encontra previsão legal dentro da concorrência desleal. É o “traje comercial", aparência visual do produto que significa a origem do produto para os consumidores.

Ademais, temos as principais proteções possíveis com registro dentro do direito da moda:

* O Registro de marca previsto nos (ARTS. 122 e 123 da Lei 9279/96) : proteção marcária - que protege os logos e os nomes das mais variadas marcas e possui validade de 10 anos e renovável a cada 10 também.
* O Registro de desenho industrial previsto nos (ARTS. 95, 96, 97 e 98 da Lei 9279/96): proteção ao desenho industrial- que protege o design propriamente dito.
* As Patentes de invenção e de modelo de utilidade previstas nos (ARTS. 6, 7 e 8 da Lei 9279/96): proteção patentária - protege as invenções e possui registro válido por 20 anos contados a partir da data de solicitação.

Por concluinte, a Propriedade intelectual que é responsável por garantir os direitos a inventores ou responsáveis por qualquer produção e/ou criação intelectual, ou seja, protege as criações científicas, literárias e artísticas por um determinado tempo, garantindo assim a exclusividade na divulgação e comercialização.

**MARCO CIVIL DA INTERNET (MCI)**

A Lei nº 12.965 de 2014, conhecida como Marco Civil da Internet, estabelece os princípios, direitos e deveres que devem ser seguidos por usuários e provedores no uso da internet no Brasil, inovando, assim em diversos aspectos da regulamentação das atividades inseridas no ambiente digital. Nesse contexto, é essencial ressaltar que o crescimento da presença virtual no cotidiano das pessoas tornou necessária a adoção de medidas que evitem problemas em sua utilização . Dessa forma, a lei estabelece algumas punições quando não cumprir o que é exigido, então, a companhia está sujeita a multa, suspensão e até encerramento das atividades.

Dessa forma, o MCI afeta diretamente o Fashion Law, visto que a lei regulamenta, principalmente, as grandes empresas provedoras de internet e sites de conteúdo, estando a área da moda muito inserida nessa categoria de vendas online. Diante disso, tornou-se alvo de debates a questão de um possível fim do marketing dirigido – que consiste no armazenamento de dados da visita de um usuário na loja virtual, a fim de depois enviar propagandas dirigidas a ele com base em seus interesses. Ainda existem muitas dúvidas a respeito desse assunto. Assim, acredita-se que as empresas deverão buscar cada vez mais o consentimento do usuário para o uso de seus dados para evitar possíveis problemas envolvendo essa legislação.

**LGPD**

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) – Lei nº 13.709 altera a forma como as empresas capturam, manipulam e armazenam os dados de seus clientes, funcionários diretos, terceirizados/fornecedores e parceiros. A lei surgiu com o objetivo de organizar e proteger a privacidade dos dados de seus titulares, de modo a garantir a segurança e o sigilo nas informações pessoais e sensíveis armazenados.

O e-commerce (comercio eletrônico) será bastante afetado por essa nova legislação, como por exemplo:

- O usuário deverá ter pleno conhecimento de como será o processamento dos seus dados; sendo que caso esse uso seja modificado, será necessário informá-lo;

- As organizações agora serão unicamente responsáveis pelas informações que obtêm, processam ou compartilham, assim, em casos de roubos ou vazamentos de dados, essas empresas sofrerão graves punições;

- Necessidade de mudança nos Termos de Uso e da Política de Privacidade para se adequarem aos princípios da LGDP, devendo as lojas expor, a finalidade de recolhimento de cookies, de cadastro, da lista de desejos, o contato e outros formulários e como a marca os tratará;

Dessa forma, as empresas de e-commerce terão que adequar todo o planejamento da organização e das interações com o público, que deverão ser pautadas pela ótica da LGPD.

**E-COMMERCE**

O e-commerce de moda vem ganhando proporções significativas no Brasil. Segundo o relatório do E-bit (É uma empresa que mede a relevância das lojas virtuais brasileiras) de 2014, a categoria de moda e acessórios estava em 1º lugar em volume de produtos vendidos em comércio eletrônico. É perceptível que atualmente o consumidor não está mais somente no comércio de rua ou nos shoppings – o cliente em potencial também está na internet.

Os principais atrativos do e-commerce podem ser sintetizados em: facilidade, variedade de produtos, facilidade de pagamento, preços e rastreamento do produto. Muitas lojas disponibilizam benefícios e promoções exclusivas para as compras finalizadas de forma eletrônica, além de oferecerem formas mais seguras de pagamento, como via boleto ou carteira virtual.

A loja virtual tornou-se uma extensão da marca, disponível 24 horas por dia. Há casos, inclusive, de lojas que ponderaram seus lucros e preferiram sair de espaços físicos para se dedicarem exclusivamente ao comércio pela internet.

As atividades das lojas virtuais seguem as disposições do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990) e da Lei do comercio eletrônico (Decreto nº 7.962, de 2013). Estes dispositivos trouxeram mais segurança para as partes envolvidas em transações virtuais.