

# REVISTA **ASPI**

REVISTA DA ASSOCIAÇÃO PAULISTA DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

**Revista ASPI**

**2026 - nº 23 - Março - Quadrimestral**

ISSN 2596-1039

www.aspi.org.br



**AS FORMAS DE PROTEÇÃO  
DAS CRIAÇÕES DE  
MODA PELOS DIREITOS  
INTELECTUAIS NO BRASIL**

Se você vive Propriedade Intelectual,  
há espaço para você aqui de  
**qualquer lugar do Brasil.**

A ASPI é feita por gente de diferentes regiões,  
com olhares diversos e complementaridade.  
**Ser membro é conectar, somar e influenciar.**



ASSOCIE-SE

## Caros associados e leitores,

É com grande satisfação que apresento esta nova edição da Revista ASPI, lançada em um momento especialmente significativo para a nossa associação: a realização do **XXV Congresso Internacional da Propriedade Intelectual da ASPI**.

O congresso, que chega à sua vigésima quinta edição, reafirma uma tradição de mais de duas décadas de debates qualificados e de encontro da comunidade da Propriedade Intelectual. Nesta edição, reunimos especialistas, autoridades, acadêmicos e profissionais do Brasil e do exterior para refletir sobre os **Fundamentos da Propriedade Intelectual para um Novo Tempo**, tema que traduz bem os desafios contemporâneos enfrentados por quem atua na proteção dos ativos intangíveis.

A programação foi cuidadosamente estruturada para abordar temas atuais e estratégicos. Logo na abertura, teremos uma reflexão sobre os impactos da inteligência artificial no âmbito da propriedade industrial, tema que inaugura uma nova fase de transformações tecnológicas no sistema de proteção intelectual. Ao longo dos painéis seguintes, discutiremos questões como o plágio na indústria de games, a geopolítica das patentes, os desafios recursais em propriedade intelectual nas Cortes Superiores, entre outros assuntos que refletem a complexidade e a relevância crescente da área no cenário global.

Mais do que um evento acadêmico, o Congresso da ASPI é também um espaço de encontro, cooperação e fortalecimento institucional. Ele representa o compromisso permanente da associação com a formação técnica, o debate plural e o desenvolvimento da Propriedade Intelectual no Brasil.

É também com grande entusiasmo que aproveito esta oportunidade para anunciar uma nova iniciativa institucional da ASPI: a disponibilização, em nosso site oficial, da Lista de Especialistas em Propriedade Intelectual.

A iniciativa permitirá que associados interessados possam se cadastrar para integrar um banco de especialistas que poderá ser consultado por profissionais, instituições e pelo próprio Poder Judiciário em demandas que envolvam matérias técnicas de propriedade intelectual. O objetivo é facilitar o acesso a profissionais qualificados para atuação como peritos judiciais, assistentes técnicos ou pareceristas, contribuindo para o fortalecimento técnico e institucional do setor.

A lista terá caráter informativo e será composta exclusivamente por associados que manifestarem interesse e aceitarem os termos de responsabilidade previstos no sistema, reforçando o compromisso da ASPI com a transparência e com a valorização da expertise de seus membros.

Esta edição da Revista ASPI reúne, mais uma vez, reflexões relevantes e atuais sobre os múltiplos campos da Propriedade Intelectual.

Entre os artigos desta edição, destacam-se discussões sobre as formas de proteção das criações de moda pelos direitos intelectuais, analisando os desafios de proteção jurídica em um setor caracterizado pela dinâmica das tendências e pela constante reinvenção criativa.

Outro tema abordado diz respeito às relações entre propriedade industrial e relações de trabalho, examinando os aspectos legais relacionados à titularidade e remuneração de invenções desenvolvidas no contexto de vínculos empregatícios.

A revista também traz análises relevantes sobre os impactos da inteligência artificial na prática da advocacia, discutindo riscos, responsabilidades e a necessidade de políticas internas para o uso responsável dessas tecnologias em escritórios jurídicos.

No campo do direito digital e da comunicação, destacam-se reflexões sobre a regulamentação da atuação de influenciadores digitais e os impactos da nova legislação brasileira no ambiente digital, especialmente no que diz respeito à proteção de crianças e adolescentes na economia criativa contemporânea.

As tradicionais colunas da revista seguem oferecendo ao leitor um panorama atualizado do cenário nacional e internacional da Propriedade Intelectual. A coluna Direito & Inovação analisa os efeitos do acordo Mercosul-União Europeia sobre a proteção da inovação e a competitividade internacional das empresas brasileiras.

Já a seção Enquanto Isso... apresenta um panorama global de políticas públicas e iniciativas relacionadas à inovação e à proteção de ativos intangíveis em diferentes países e organizações internacionais.

A coluna Diversidade traz importante reflexão sobre a presença feminina na indústria farmacêutica e na atividade inventiva, analisando dados sobre participação de mulheres em pedidos de patente e os desafios para a ampliação da equidade de gênero no campo da inovação.

Como de costume, a revista também apresenta a seção de Jurisprudência, com decisões relevantes dos tribunais brasileiros envolvendo propriedade intelectual, além da coluna dedicada às decisões do CONAR, que analisam casos recentes envolvendo ética publicitária e comunicação comercial.

Por fim, a tradicional coluna “Há 20 anos...” nos convida a revisitar momentos importantes da trajetória da ASPI, lembrando debates e eventos que marcaram a história da associação e que ajudam a compreender o caminho percorrido até aqui.

Como parte dessa agenda de expansão e integração nacional, destaco também o sucesso do 1º Seminário Regional da ASPI – Núcleo Campinas, realizado em parceria com o CIESP Campinas, que reuniu especialistas e profissionais para discutir o tema “Propriedade Intelectual em Debate: Inovação, Startups e os Desafios das Patentes Farmacêuticas”.

A iniciativa inaugura uma série de encontros regionais que têm como objetivo aproximar ainda mais a ASPI dos ecossistemas locais de inovação e fomentar o debate qualificado sobre propriedade intelectual em diferentes regiões do país.

Dando continuidade a esse movimento, realizaremos em 14 de abril, no Porto Digital, em Recife, o Seminário Regional da ASPI – Núcleo PE | PB, com o tema “Ambientes de Inovação, NITs e Proteção da Propriedade Intelectual”, fortalecendo o diálogo entre universidades, centros de inovação, empresas e especialistas da área.

Ao folhear esta edição, o leitor encontrará não apenas análises jurídicas de grande qualidade, mas também um retrato do dinamismo e da relevância da Propriedade Intelectual em um mundo cada vez mais orientado pelo conhecimento, pela inovação e pela criatividade.

Desejo a todos uma excelente leitura e, aos que participam conosco do Congresso da ASPI, que estes dias sejam de aprendizado, diálogo e construção coletiva.

Seguimos trabalhando para fortalecer a comunidade da Propriedade Intelectual, ampliar o diálogo institucional e valorizar o conhecimento que nossos associados produzem e compartilham.

Soraya Imbassahy de Mello  
**Presidente**



# Sumário.....

## Editorial

Soraya Imbassahy de Mello /03

## Novos Associados /06

## Há 20 anos...

David Fernando Rodrigues /07

## Entretenimento no Cenário Jurídico

A lei nº 15.325/2026 e seus impactos na atuação de influenciadores digitais/ Larissa Andréa Carasso Kac /08

## Enquanto isso...

Benny Spiewak/ Bruna Barbosa /10

## Direito e Inovação

Acordo Mercosul-União Europeia: proteção da inovação e sustentabilidade/ Luiz Ricardo Marinello /12

## Diversidade e Equidade

Gênero na Propriedade Intelectual - Onde estão as mulheres na indústria farmacêutica brasileira/ Elza Durham /13

## Jurisprudência dos Tribunais

Márcio Junqueira Leite/  
Pedro Magnabosco /15

## Decisões do CONAR

Larissa Andréa Carasso Kac /20

## Artigos

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PARA ESCRITÓRIOS DE ADVOCACIA: RESPONSABILIDADE E REGULAÇÃO INTERNA

Julia Hugendubel /21

A PROPRIEDADE INDUSTRIAL E AS RELAÇÕES DE TRABALHO

Tereza Raquel Thomazini /30

OS IMPACTOS DO ECA DIGITAL E DA LEI Nº 15.325/2026 NA ATUAÇÃO DE INFLUENCIADORES MIRINS NO ECOSISTEMA DIGITAL BRASILEIRO

Talita N. Sabatini Garcia/ Luiz Cassio dos Santos Werneck Netto/ Stephanie Vitória Ferreira de Oliveira /36

AS FORMAS DE PROTEÇÃO DAS CRIAÇÕES DE MODA PELOS DIREITOS INTELECTUAIS NO BRASIL

Sonia Maria D'Elboux /44

## REVISTAASPI

REVISTA DA ASSOCIAÇÃO PAULISTA DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

### Revista ASPI nº 23

2026 - nº. 23 - Março - Quadrimestral  
Uma publicação quadrimestral da Associação Paulista da Propriedade Intelectual - ASPI

ISSN 2596-1039

### Diretoria e Conselho Biênio 2025/2027

#### Presidente

Soraya Imbassahy de Mello

#### 1º Vice-Presidente

João Vieira da Cunha

#### 2º Vice-Presidente

Ismênia de Barros Wallace

#### Diretora Financeira

Patrícia Janardi Gonçalves  
Silveira

#### Diretor Secretário

Alexandre Fragozo Machado

#### Diretora Cultural

Tais Capito Castro Alves

#### Diretora Adjunta Cultural

Juliana Castelo Branco  
Silveira

#### Conselho Fiscal e Consultivo

Elisabeth Siemsen do Amaral  
Gabriel Pedras Arnaud  
Luís Felipe Balieiro Lima  
Nancy Satiko Caigawa  
Roger de Castro de Kneblewski

#### Conselho Nato

Alberto Luis Camelier da Silva  
Clovis Silveira  
Constante B. Bazzon "in memoriam"  
Daniel Adensohn de Souza  
Henrique Steuer I. de Mello  
Ivana Có Galdino Crivelli  
José Carlos Tinoco Soares  
Lanir Orlando "in memoriam"  
Luiz Armando Lippel Braga "in memoriam"  
Marcelo Antunes Nemer  
Marcello do Nascimento  
Milton de Mello Junqueira Leite "in memoriam"  
Newton Silveira "in memoriam"

#### Diretoria de Relações Institucionais

Ricardo Luiz Sichel  
Ricardo Pernold Vieira de Mello  
Tânia Aoki Carneiro

#### Diretoria de Relações Acadêmicas

Livia Barboza Maia  
Manoel J. Pereira dos Santos  
Neide Bueno

#### Diretoria de Comunicação e Marketing

Igor Manzan  
Marcos Henrique Marques Bueno  
Marina Inês Fuzita Karakanian

#### Diretoria Editorial

David Fernando Rodrigues  
Larissa Andréa Carasso Kac  
Vinicius Cervantes

#### Diretoria Jurídica e Ética

Carlos André Barbosa Cavalcanti  
João Marcos Silveira  
Tereza Raquel Thomazini

#### Diretoria de Relações Internacionais

Liliane Agostinho Leite  
Fernanda Lins Emerenciano  
Wilfrido Fernandez

#### Diretoria Social

Fernanda Vilela  
Samantha Bancroft Vianna Braga  
Viviane Moreira Miglatti

#### Diretoria de Integração

Ana Beatriz Nunes Guerra - RJ  
Aristóteles Santos - AM | RR

Carina Almeida Lucena - BA  
Celino Bento de Souza - Campinas

#### | SJRP

Cleyton Mendes - ES  
Daniela Fortunato - AP  
Débora Ximenes - CE  
Elise Fregadolli - MS  
Fernanda Carla Tissot Pavão - PR  
Hugo Leonardo Pereira Leitão - SC  
Indhira Batista Santos Soares - DF

José Barreto Netto - SE  
José de Arimatéia Quinto Silva Filho

#### - PI | MA

Leticia Khater Covesi - Campinas  
Melise Andrade Kramer - RS  
Paulo de Tarso Melo - PA  
Rayane Carneiro Melo - GO  
Rebeca Estrela - PE | PB  
Vinicius Oliveira - MG  
Walter Everson de Andrade - CE

#### DIRETORIA CULTURAL

##### 1- Coordenação do Núcleo de resolução de conflitos

Aline Ferreira de Carvalho da Silva  
Márcio Junqueira Leite  
Rodrigo Coeli Silva

##### 2- Coordenação do Núcleo de direito autoral, publicidade e entretenimento

Flavia Marques Lizardo  
Mariana Rodrigues de Carvalho Mello  
Paula Luciana de Menezes

##### 3- Coordenação do Núcleo de acesso à biodiversidade e inovação

Renata Angeli

Elza Durham  
Katia Jane Ferreira

##### 4- Coordenação do Núcleo de patentes, desenho industrial e transferência de tecnologia

Ari Magalhães Neto  
Márcio Tabata  
Vinicius Patitucci

##### 5- Coordenação do Núcleo de sinais distintivos

Camila Garcindo Dayrell Garrote da Costa  
Luana A. Muniz de Barros  
Sandra Volasco Carvalho

##### 6- Coordenação do Núcleo varejo, tech e economia criativa

Mariana Molisani  
Thays Leite Toschi  
Virgínia G. Fagury Barros Maluf

#### Projeto Gráfico

Roteart Comunicação Digital

#### Diagramação e Arte

Adriana Antico

Revista ASPI - Todos os direitos reservados.  
Reprodução autorizada, desde que citada a fonte.

Av. Prof. Ascendino Reis, 1548 - 04027-000 São Paulo - SP - Brasil Tel 55 11 5575-4944/4710 Celular 11 997866759 E-mail: aspi@aspi.org.br www.aspi.org.br

Os artigos publicados nesta Revista são de inteira responsabilidade de seus autores e não refletem a opinião quer da Editoria quer da ASPI.

# Novos Associados

## *Pessoa Física*

- Daniela Fortunato Barbosa de Lima 01/12/2025
- Cleylton Mendes Passos 02/12/2025
- José Barreto Netto 02/12/2025
- Aristóteles Juvêncio de Paula Santos 03/12/2025
- Cristhiane Athayde 04/12/2025
- Paulo Granato de Araújo 19/12/2025
- Marcos Felipe de Albuquerque Oliveira 22/12/2025
- Marcelle Espíndola Barros 28/01/2026
- Rafaela Sánchez Vissoky 30/01/2026
- Julia Anna Lea Hugendubel 30/01/2026
- Fernanda Galera Soler 02/02/2026
- Aldo Campos de Andrade Filho 05/02/2026
- Guilherme Toshihiro Takeishi 06/02/2026
- Rodrigo Moraes Ferreira 11/02/2026
- Karla de Souza Sant'Ana 24/02/2026

## *Pessoa Jurídica*

- Huck Otranto e Camargo Advogados Associados 12/12/2025
- Quinto & Rebello Propriedade Intelectual LTDA 07/01/2026

# Há 20 anos

David Fernando Rodrigues  
david.rodrigues@montaury.com.br

No segundo semestre de 2006, a ASPI lançava a 20ª edição de seu Boletim (Agosto/Setembro/Outubro), sob a presidência do Dr. Clovis Silveira e a direção editorial do Dr. Wilson Pinheiro Jabur. A publicação funcionava como um prelúdio para um dos eventos mais significativos daquele período: o IX Congresso Internacional da ASPI.

Agendado para março de 2007, o congresso trazia como tema central "A Propriedade Intelectual nos Países Emergentes – Aspectos Práticos". É fascinante notar como, há quase duas décadas, a ASPI já voltava seu olhar para o cenário dos BRICs, antecipando debates cruciais sobre medidas de fronteira, combate à pirataria e a eficácia da proteção de ativos em mercados como China, Índia e Rússia — temas que permanecem na ordem do dia.

A seção "Aconteceu na ASPI" trazia registros históricos de grande relevância, como o Almoço-Palestra com o Dr. Jorge Ávila, então Vice-Presidente do INPI, que apresentou a criação da "Academia Brasileira da Propriedade Intelectual". Outro destaque foi a palestra da Dra. Elisabeth K. Fekete sobre Segredo de Negócio, explorando meios de proteção e sanções, demonstrando o compromisso contínuo da Associação com a formação técnica de excelência.

O caderno de artigos e doutrina mantinha o rigor habitual. O Dr. José Carlos Tinoco Soares analisava o caso da marca "UPS" como um exemplo a ser seguido, enquanto a Dra. Ivana Có Galdino Crivelli trazia reflexões sobre o equilíbrio desejado nos Direitos Autorais. Além disso, o boletim dava continuidade aos debates sobre a adesão do Brasil ao

Protocolo de Madri, evidenciando o vanguardismo da entidade em acompanhar o tema muito antes de sua implementação definitiva.

A edição também celebrava o crescimento institucional da entidade, que na época alcançava a marca de 195 associados, registrando o ingresso de novos membros de peso, como a Volkswagen do Brasil. Para encerrar o ciclo de 2006, a Agenda Cultural já convocava todos para a tradicional festa de confraternização, reforçando os laços da comunidade de PI.

Rememorar esta 20ª edição é reconhecer a solidez dos pilares que sustentam a ASPI até hoje. Convidamos todos os associados a consultarem este exemplar histórico em nossa biblioteca, onde preservamos a memória e os registros que alicerçaram nossa trajetória.



# Entretenimento no Cenário Jurídico



## A LEI Nº 15.325/2026 E SEUS IMPACTOS NA ATUAÇÃO DE INFLUENCIADORES DIGITAIS

Larissa Andréa Carasso Kac<sup>1</sup>  
larissa@carassokac.com.br

A Lei nº 15.325/2026, sancionada em 06 de janeiro de 2026, embora tenha se tornado conhecida popularmente como a Lei dos Influenciadores, buscou uma regulamentação mais ampla. Contemplando a atividade profissional no ambiente digital, denominada profissional de multimídia, o texto o define como aquele de nível superior ou técnico capacitado para atuar na criação, produção, captação, edição, planejamento, gestão, organização, programação, publicação, disseminação ou distribuição de conteúdos digitais e eletrônicos (sons, imagens, vídeos, animações e textos).

1 Advogada, Consultora jurídica e Professora com atuação estratégica em Marketing de Influência, Legal Marketing, direitos autorais, imagem e contratos. Integrante do Corpo de Árbitros da Câmara Nacional de Arbitragem e Mediação na Comunicação. Diretora da Associação Brasileira de Direito Autoral – ABDA e Diretora Editorial da Associação Paulista de Propriedade Intelectual – ASPI. Coordenadora e coautora da obra "Atividade Publicitária no Brasil: aspectos jurídicos", publicada pela Editora Almedina

Na letra de seu artigo 3º, estabelece como principais atribuições desse profissional:

Art. 3º São atribuições básicas do profissional multimídia, entre outras correlatas, sem prejuízo das atribuições de outras categorias profissionais:

I - criação de portais, sites, redes sociais, interfaces interativas, publicações digitais, animações 2D e 3D, jogos eletrônicos, soluções visuais ou audiovisuais, estruturas de navegação em mídias digitais, aplicativos e outras aplicações multimídias de soluções de comunicação com a utilização de meios eletrônicos e digitais;

II - desenvolvimento e criação de conteúdos, com coleta, pesquisa, avaliação, seleção, interpretação e organização de

fontes, criação, edição ou editoração e tratamento envolvendo textos, desenhos, gráficos, iconografias, ilustrações, fotografias, imagens ou sons, cenários, animações, efeitos especiais, roteiros, áudios, vídeos e outros meios para geração de produtos e de serviços correlatos de comunicação;

III - suporte ao desenvolvimento de conteúdos, por meio da execução da montagem, do transporte de recursos e do apoio às operações de áudio, de imagem e de iluminação;

IV - planejamento, coordenação e gestão de recursos, equipes, elenco, equipamentos, estúdio e locação, eventos e outros elementos necessários à produção e à distribuição de conteúdos;

V - produção e direção de conteúdos de áudio e vídeo;

VI - desenvolvimento de cenários, de caracterizações, de iluminação, de desenho sonoro ou de captação de imagens e sons;

VII - gravação, locução, continuidade, edição, sonorização, desenvolvimento, pós-produção,



preparação e organização de conteúdos;

VIII - programação, controle, reprodução, publicação, inserções publicitárias e disseminação de materiais, serviços, programas ou conteúdo audiovisual, de qualquer gênero, para diferentes mídias ou canais de comunicação;

IX - atualização e gestão de redes sociais, plataformas digitais, sítios ou portais de internet, websites, web TV, TV digital e outros canais de comunicação<sup>2</sup>.

A Lei dispõe que o profissional multimídia pode atuar em empresas públicas ou privadas, como produtoras, emissoras, agências de publicidade e pro-

vedores de internet, assegurando também que profissionais de outras áreas que exerçam atividades correlatas possam formalizar, com o empregador, aditivo contratual para enquadramento na regulamentação prevista.

Nesse cenário, influenciador digital não é tratado como uma categoria autônoma, mas pode se enquadrar como profissional multimídia, desde que exerça as atividades descritas na própria norma.

Observa-se que o diploma legal representou um avanço ao reconhecer formalmente e valorizar a atuação do profissional de multimídia, conferindo-lhe respaldo jurídico. Quanto à criação de publicidade, a norma não abordou regras publicitárias, mantendo o regime jurídico e ético já vigente, sem instituir novos parâmetros ou modificar obrigações previamente aplicáveis.

A atividade publicitária no Brasil já se encontra regulada

por legislação que disciplina não só o exercício profissional, como também a proteção das relações de consumo, a tutela de públicos vulneráveis, a tutela de direitos de personalidade e propriedade intelectual, além de ser protegida pelas normas constitucionais e pela legislação geral aplicável. Importante também lembrar que seu controle é exercido de forma mista, pelo Estado, com base na legislação vigente, e pela autorregulamentação conduzida pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária – CONAR, sistema que já define, dentre outras, regras claras sobre identificação da publicidade, veracidade das informações e proteção de públicos sensíveis.

Assim, quando houver conteúdo com finalidade publicitária produzido por influenciadores, permanecem aplicáveis as normas já existentes. A Lei nº 15.325/2026 não alterou esse regime nem criou exigências específicas para a atividade de criação.

2 BRASIL. Lei 15.325, de 6 de janeiro de 2026. Dispõe sobre o exercício da profissão de multimídia. Brasília: Presidência da República, 2026. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2023-2026/2026/lei/L15325.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2026/lei/L15325.htm). Acesso em: 13 fev. 2026.



# Enquanto isso...

Benny Spiewak  
benny.spiewak@splaw.com.br  
Bruna Barbosa  
bruna.barbosa@splaw.com.br

**...NA UNIÃO EUROPEIA.** O acordo entre Mercosul e União Europeia consolida uma das maiores áreas de livre comércio em negociação, reunindo aproximadamente 700 milhões de consumidores e um PIB estimado em US\$ 21,3 trilhões. Para além da redução gradual de tarifas, o texto incorpora compromissos relevantes em propriedade intelectual e aproxima dois sistemas regulatórios historicamente distintos. Entre os pontos centrais está o reconhecimento mútuo de indicações geográficas, o que amplia a proteção de produtos brasileiros como vinhos, cafés, queijos e cachaça no mercado europeu, ao mesmo tempo em que resguarda denominações tradicionais europeias no Mercosul. O capítulo também aborda patentes, desenhos industriais, direitos autorais e medidas de observância, com previsão de cooperação técnica entre as autoridades. Na prática, a abertura comercial exigirá das empresas atuação preventiva na proteção de seus ativos intangíveis. A inserção em um

mercado ampliado pressupõe planejamento internacional de marcas e patentes, sob pena de exposição a conflitos e registros oportunistas.

**...NA OMS.** A adoção do Plano de Ação Global sobre Resistência Antimicrobiana para o período de 2026 a 2036 foi adiada após divergências quanto à redação referente à transferência de tecnologia. A controvérsia surgiu em torno da expressão “voluntária e mutuamente acordada”, incluída para qualificar a forma de cooperação entre Estados. O Brasil manifestou oposição ao termo, sustentando que a formulação poderia limitar o uso de mecanismos como o licenciamento compulsório em contextos de emergência sanitária. Colômbia e Indonésia acompanharam essa posição. A Suíça, por sua vez, defendeu a preservação do texto original, com o argumento de que alterações poderiam comprometer a estabilidade das regras aplicáveis à inovação farmacêutica. A deliberação

foi encaminhada à Assembleia Mundial da Saúde. O debate reflete a persistente tensão entre proteção patentária e acesso a tecnologias essenciais, sobretudo em um setor no qual a inovação depende de investimentos elevados, mas o uso dos produtos deve ser necessariamente controlado.

**...NO CANADÁ.** A Intellectual Property Ontario anunciou programa de seguro subsidiado para cobrir despesas relacionadas a litígios envolvendo patentes, marcas e segredos comerciais. A proposta busca reduzir o impacto financeiro de disputas judiciais que frequentemente desestimulam empresas inovadoras a defender seus direitos. A cobertura pode chegar a US\$ 1 milhão, válida tanto para ações propostas quanto para defesa, e o subsídio público absorve 60% do custo básico da apólice, dentro dos limites fixados pelo programa. A iniciativa integra política mais ampla de fortalecimento do ambiente de inovação na província. Em setores de base tecnológica, a mera titularidade



**GRUENBAUM,  
POSSINHAS & TEIXEIRA**

ADVOGADOS - PROPRIEDADE INTELECTUAL  
LAW FIRM - INTELLECTUAL PROPERTY

[gruenbaum.com.br](http://gruenbaum.com.br)

**INOVAÇÃO E PROTEÇÃO  
FAZEM A DIFERENÇA**

✉ [central@gruenbaum.com.br](mailto:central@gruenbaum.com.br) ☎ +55 21 2533-6720 📱 [gruenbaum\\_possinhas\\_ip](https://www.instagram.com/gruenbaum_possinhas_ip)

do direito não assegura sua efetividade. A possibilidade concreta de sustentar um litígio passa a ser elemento relevante na estratégia empresarial e na atração de capital.

#### ... AINDA NA UNIÃO EUROPEIA.

O Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO) anunciou a edição 2026 do SME Fund, programa destinado a apoiar pequenas e médias empresas na proteção de seus ativos de propriedade intelectual. O mecanismo opera por meio de vouchers que reembolsam até 90% dos custos de diagnósticos estratégicos e até 75% das taxas de registro de patentes, marcas e variedades vegetais. Desde 2021, mais de 100 mil empresas utilizaram o fundo, com investimentos superiores a €68 milhões. O programa tornou-se instrumento recorrente da política europeia de estímulo à inovação, com foco na ampliação do acesso ao sistema de proteção. Ao reduzir barreiras financeiras, o bloco incentiva a formalização de ativos intangíveis e fortalece a competitividade de empresas que, muitas vezes, deixam de registrar suas criações por restrições orçamentárias.

...NA TURQUIA. A Europol, em cooperação com o Ministério do Comércio da Turquia, realizou conferência regional voltada ao

aprimoramento da aplicação de direitos de propriedade intelectual. O encontro reuniu autoridades aduaneiras, forças policiais e representantes de organismos internacionais para discutir estratégias de combate à falsificação. Entre os temas abordados estiveram a interceptação de mercadorias ilícitas nas fronteiras, o crescimento do comércio eletrônico como canal de distribuição e a necessidade de intercâmbio de informações entre agências. A articulação com entidades como INTERPOL e EUIPO também foi destacada. A repressão a infrações de propriedade intelectual assume dimensão cada vez mais ligada à segurança econômica, especialmente diante da atuação de redes organizadas e da circulação transnacional de produtos contrafeitos.

...NOS ESTADOS UNIDOS. A Paymetrex Payment Solutions Inc., subsidiária da Datametrex AI Limited, firmou contrato de licenciamento não exclusivo com fornecedor norte-americano do setor de pagamentos. O acordo marca o início da exploração comercial estruturada de seu portfólio de patentes naquele mercado. Está prevista remuneração anual de US\$ 400.000 em royalties durante a vigência das patentes licenciadas.

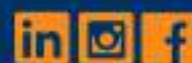
As tecnologias abrangem processos relacionados à autorização de transações e à integração segura de sistemas de pagamento. O movimento reflete estratégia voltada à geração recorrente de receitas a partir de ativos intangíveis. Em mercados orientados por tecnologia, a gestão econômica de patentes passa a ocupar papel tão relevante quanto sua obtenção.

...NA ÁSIA. O Acordo TRIPS fixou o prazo mínimo de 20 anos para proteção de patentes farmacêuticas e moldou o regime internacional de inovação desde 1995. Embora contenha flexibilidades, como o licenciamento compulsório, sua aplicação continua a suscitar debates em países em desenvolvimento. Com a saída de Bangladesh da categoria de País Menos Desenvolvido em 2026 e a futura transição do Camboja, esses Estados precisarão ajustar suas legislações para cumprir integralmente as obrigações do acordo, inclusive no setor farmacêutico. O desafio reside em compatibilizar compromissos internacionais com políticas públicas de saúde. A forma como essas adaptações serão conduzidas poderá influenciar o equilíbrio entre proteção patentária e acesso a medicamentos.

## Sólida experiência em Propriedade Intelectual.

David do Nascimento Advogados Associados

Av. Paulista, 1294 • 16º andar • 01310 915 • São Paulo • SP • Brasil  
Tel.: +55 11 3372 3766 • mail@dnlegal.com.br • www.dnlegal.com.br





## ACORDO MERCOSUL–UNIÃO EUROPEIA:

### PROTEÇÃO DA INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE.

Luiz Ricardo Marinello  
luiz.marinello@marinello.adv.br

O Acordo Tarifário entre a União Europeia e o Mercosul integra a vertente comercial do Acordo entre os dois blocos. Trata-se de um acordo de liberalização comercial amplo e estruturante, que vai muito além da simples redução de tarifas aduaneiras, ao estabelecer um conjunto sofisticado de regras destinadas a disciplinar o comércio de bens, serviços, investimentos e temas estruturantes do comércio internacional contemporâneo.

No seu núcleo, o acordo prevê a eliminação ou redução progressiva de tarifas de importação sobre mais de 90% do comércio bilateral, acompanhada de regras de origem claras, mecanismos de solução de controvérsias e compromissos voltados à previsibilidade e à segurança jurídica.

Diversos setores econômicos são alcançados, inclusive o agronegócio, o que significa vantagens reais para o Mercosul e especialmente para o Brasil. O setor industrial também ocupa posição estratégica, abrangendo automóveis e autopeças, máquinas e equipamentos, produtos químicos, cosméticos, farmacêuticos, têxteis, calçados, plásticos e produtos metálicos, segmentos nos quais a eliminação tarifária tende a gerar ganhos expressivos de competitividade.

O acordo prevê ainda serviços e compras governamentais, ampliando o acesso recíproco a mercados e oportunidades comerciais de maior sofisticação, sobretudo para empresas que operam com marca própria, tecnologia, inovação e diferenciação.

Um dos capítulos mais sensíveis e estratégicos do acordo é o de propriedade intelectual, que estabelece padrões de proteção e enforcement para marcas, patentes, desenhos industriais, direitos autorais, segredos industriais, know-how e indicações geográficas. Trata-se de um ponto crucial para empresas brasileiras que pretendem acessar o mercado europeu não apenas como fornecedoras de commodities, mas como exportadoras de produtos inovadores, diferenciados e de maior valor agregado.

A proteção de ativos intangíveis assume papel central no comércio internacional moderno. Marca, tecnologia, design, formulações, processos produtivos, dados técnicos e confidenciais representam, muitas vezes, o principal valor econômico de um produto. Nesse contexto, o acordo Mercosul–União Europeia reforça a importância de estruturas jurídicas sólidas para a proteção da inovação, mitigando riscos de apropriação indevida, concorrência desleal e perda de vantagem competitiva.

Nesse cenário, o registro de marcas e a proteção de tecnologias, através dos meios de propriedade industrial disponíveis assume papel absolutamente central.

Paralelamente à proteção dos ativos de propriedade intelectual, destaca-se o papel estratégico do chamado Selo Verde, iniciativa conduzida pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, por meio da Secretaria de Economia Verde. Embora ainda em fase de implementação, o Selo Verde desponta como um instrumento jurídico-comercial relevante, especialmente no contexto das negociações e da percepção internacional sobre produtos brasileiros.

O objetivo do Selo Verde é atestar, de forma formal, técnica e verificável, que determinados produtos atendem a critérios ambientais e de sustentabilidade reconhecidos, aumentando a confiança de parceiros comerciais e consumidores europeus. Em um ambiente no qual argumentos ambientais têm sido utilizados como justificativa política e comercial para resistências ao acordo Mercosul–União Europeia, a existência de um selo oficial, emitido pelo próprio Estado brasileiro, representa um avanço significativo em termos de credibilidade, transparência e reputação internacional.



## GÊNERO NA PROPRIEDADE INTELECTUAL – ONDE ESTÃO AS MULHERES NA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA BRASILEIRA.

Elza Durham, DSc, MSc -  
EDurham Consultoria em PI

### Introdução

O perfil de gênero em diferentes áreas da academia e da indústria tem demonstrado o papel das mulheres em seus respectivos campos. No meio acadêmico, observam-se disparidades entre produtividade, salário e número de citações, que podem ser explicadas por diversos fatores, como responsabilidades familiares, colaboração, estereótipos, entre outros. Na área da saúde e assistência, as mulheres são maioria (64,7%), sendo também uma das áreas com maior representação feminina em cargos de liderança sênior (49,5%)<sup>1</sup>. Porém estudos sugerem que as mulheres na indústria da saúde quanto na farmacêutica ganham menos do que os homens<sup>2,3</sup>.

No Brasil, as mulheres representam 51,5% da população brasileira<sup>4</sup> e a presença feminina na academia brasileira

é significativa, pois 49% dos artigos científicos têm mulheres como autoras<sup>5</sup>. Na área farmacêutica, as mulheres representam a grande maioria dos autores de artigos científicos (62%), o que reflete a grande proporção (50 a 80%) de mulheres nos cursos de graduação nas áreas de química e da saúde nas principais universidades brasileiras<sup>6</sup>.

No entanto, a expressiva presença feminina na academia e na indústria não parece se refletir totalmente na nomeação de inventoras nos pedidos de patentes no Brasil e no mundo. Segundo a OMPI, as mulheres representam apenas 22% dos inventores na academia e no setor privado no Brasil<sup>8</sup>. Na área farmacêutica dos países avaliados neste estudo, 60% do total de patentes tendo mulheres como inventoras. Esses dados são baseados em sobre o depósito de pedidos

PCT e, portanto, não considera pedidos de patente depositados apenas localmente.

Em um estudo inédito, apresentamos uma análise que inclui o depósito de pedidos de patente no Brasil por indústrias farmacêuticas locais nos últimos dez anos. Foram considerados depósitos entre 1/01/2012 e 1/07/2024 e publicados até 1/08/2024 no INPI das empresas Aché, Hypera, Pratti-Donaduzzi, EMS, Biolab, Eurofarma, União Química, Cristália, Apsen e Libbs. Todos os nomes Parte inferior do formulário próprio foram coletados e a atribuição de gênero feita por meio de uma análise considerando dicionários de nomes e informações públicas, gerando uma lista não redundante de nomes de inventores únicos.

Identificamos 102 pedidos de patente contendo 440 inventores, destes 201 são inventores únicos. Ao analisarmos o gêne-

ro dos inventores únicos, observamos que 118 (58,71%) são homens e 83 (41,29%) são mulheres. Esse número é inferior à média de inventoras na área farmacêutica em pedidos de patente PCT (60%) e, inclusive, inferior ao número de mulheres com formação na área da saúde ou farmacêutica (50-80%) no Brasil.

Constatamos que, dos 102 pedidos de patente depositados, apenas 4 não nomeiam homens como inventores. Por outro lado, 23% das patentes não possuem mulheres inventoras. Em relação à igualdade, por exemplo, constatamos que apenas 11 das 102 patentes

têm a mesma quantidade de inventores do sexo masculino e feminino. Ao verificar os gêneros predominantes nos times de inventores, vimos que 63% dos times apresentam uma maioria de inventores do sexo masculino, um número cerca de 2,4 maior de patentes do que os times contendo inventoras mulheres em sua maioria (26%).

Vimos também que as equipes com maioria masculina possuem, em média, 4,2 homens (72%) e 1,6 mulheres (27,5%), enquanto times com maioria feminina tem 3,3 mulheres (63%) e 1,8 homens (34%). Esse resultado pode indicar que há uma maior tendência de homens

serem considerados inventores, mesmo em times com maioria feminina. Por fim, vimos que o número de patentes concedidas para inventores e inventoras é equivalente (88% e 89%), mesmo as mulheres sendo minoria. Parte superior do formulário

Concluimos que as mulheres já desempenham um papel relevante na produção de patentes na indústria farmacêutica (e, portanto, na área de P&D dessas indústrias) - mas ainda existem desafios para a igualdade de gênero nas invenções dentro dessas indústrias, sendo este estudo um passo inicial para trazer essa discussão à tona.

#### Referências:

[1] <https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2023/in-full/gender-gaps-in-the-workforce/#-gender-gaps-in-the-workforce>

[2] <https://www.who.int/news/item/13-07-2022-women-in-the-health-and-care-sector-earn-24-percent-less-than-men>

[3] <https://www.nature.com/articles/d41586-018-04309-8>

[4] <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/22827-censo-demografico-2022.html>

[5] [https://abori.com.br/wp-content/uploads/2024/03/ESLEVIER\\_BORI\\_gender-website-word-file-20240318-20240528.pdf](https://abori.com.br/wp-content/uploads/2024/03/ESLEVIER_BORI_gender-website-word-file-20240318-20240528.pdf)

[6] <https://bdta.abcd.usp.br/directbitstream/1bab7d73-e7e8-4063-8eda-8abd312dbdae/3061577.pdf>

[7] [https://sindusfarma.org.br/uploads/files/229d-gerson-almeida/Publicacoes\\_PPTs/Mulheres\\_na\\_Industria\\_Farmaceutica\\_Mar24.pdf](https://sindusfarma.org.br/uploads/files/229d-gerson-almeida/Publicacoes_PPTs/Mulheres_na_Industria_Farmaceutica_Mar24.pdf)

[8] <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-ds-gender-2023-en-the-global-gender-gap-in-innovation-and-creativity-an-international-comparison-of-the-gender-gap-in-global-patenting-over-two-decades.pdf>

## **PINHEIRO, NUNES, ARNAUD E SCATAMBURLO ADVOGADOS**

### **PROPRIEDADE INTELECTUAL**

RUA JOSÉ BONIFÁCIO, 93 – 7º E 8º ANDARES – 01003-901 – SÃO PAULO – SP – BRASIL  
TEL.: (55) (11) 3291-2444 / (55) (11) 4118-0945 – FAX: (55) (11) 3106-5088  
[pinheironunes@pinheironunes.com.br](mailto:pinheironunes@pinheironunes.com.br)



Márcio Junqueira Leite  
mjunqueira@pn.com.br

Pedro Magnabosco  
pmagnabosco@pn.com.br

| Nº | Referência                                                                            | Ementa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | STJ - 4ª Turma, Relatora Min. Maria Isabel Gallotti, REsp 2.240.025/DF, j. 19/12/2025 | <p>RECURSO ESPECIAL. PRAZO DE PROTEÇÃO DE PATENTE. MORA DO INPI NA ANÁLISE DO PEDIDO. DECISÃO DO STF NA ADI 5529/DF QUE PROÍBE A PRORROGAÇÃO DE PRAZO DE PATENTE, EM CASO DE ATRASO NA ANÁLISE PELO INPI. IMPOSSIBILIDADE DE ANÁLISE CASUÍSTICA DE PEDIDO DE PRORROGAÇÃO DE PRAZO NA AUSÊNCIA DE LEI DEFINIDORA DE CRITÉRIOS OBJETIVOS PREVISTOS EM LEI PARA ESSA FINALIDADE.</p> <p>1. No julgamento da ADI 5529/DF, o Supremo Tribunal Federal (STF) declarou a inconstitucionalidade do parágrafo único do art. 40 da Lei n. 9.279/1996, que previa o direito de prorrogação automática do prazo de vigência das patentes, permitindo que superasse os vinte ou quinze anos previstos no caput do mesmo dispositivo, em caso de demora excessiva na análise do processo administrativo pelo INPI.</p> <p>2. Nos termos do entendimento do Supremo, revelado em decisões de reclamações formuladas com base no precedente vinculante, na ausência de lei estabelecendo critérios objetivos para eventual prorrogação do prazo da patente, não cabe a pretendida análise casuística do pedido de extensão, com base na mera alegação de mora administrativa.</p> <p>3. Diante do acórdão vinculante do STF, conclui-se pela improcedência do pedido de extensão da vigência de patente de medicamento por período superior ao previsto no art. 40 da Lei n. 9.279/96, que é de 20 anos, independentemente do tempo que o INPI demore para concluir o respectivo processo administrativo.</p> <p>4. Recurso especial a que se nega provimento.</p> |

| Nº | Referência                                                                                     | Ementa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2  | TJSP – Apelação Cível nº 1018648-08.2023.8.26.0001, Rel. Carlos Alberto de Salles, j. 08/10/25 | <p>AÇÃO DECLARATÓRIA DE INEXISTÊNCIA DE MÁ-FÉ C/C COMINATÓRIA. REGISTRO DE DOMÍNIO. DECISÃO ADMINISTRATIVA DETERMINANDO A TRANSFERÊNCIA DO DOMÍNIO.</p> <p>I. CASO EM EXAME. Recurso de apelação interposto contra sentença que julgou procedente a ação principal para declarar a inexistência de má-fé no registro do domínio “Starlink.com.br”, afastando a decisão administrativa de transferência, além de julgar improcedente o pedido reconvencional.</p> <p>II. QUESTÃO EM DISCUSSÃO. A questão em discussão consiste em aferir</p> <p>(i.) a legitimidade ou não do registro do domínio “Starlink.com.br” pela autora; e</p> <p>(ii.) a concorrência desleal por parte da autora ao utilizar a marca Starlink.</p> <p>III. RAZÕES DE DECIDIR. Numa análise superficial, a titularidade do domínio “Starlink.com.br” seria legítima sob a regra ‘first come, first served’</p> <p>Configurada, todavia, a má-fé porque</p> <p>(i.) o registro deu-se após o lançamento do projeto Starlink nos EUA, com repercussão internacional e na mesma área de atuação da autora, que deveria ter conhecimento;</p> <p>(ii.) pela inatividade empresarial e do domínio por muitos anos; e</p> <p>(iii.) pela intenção de enriquecimento com a venda do domínio. Decisão administrativa, portanto, que deve ser restabelecida. No que tange ao pedido reconvencional, verifica-se ausência de uso indevido de marca a amparar a alegação de confusão de clientela. Inatividade do domínio. Concorrência desleal inexistente, corroborada pela inércia da apelante na atuação para cessar a utilização da marca.</p> <p>IV. DISPOSITIVO. RECURSO DE APELAÇÃO PARCIALMENTE PROVIDO. Legislação Citada: Lei de Propriedade Industrial (LPI), art. 129, art. 124, XXIII, art. 143, II, art. 209. Resolução 008/2008 do Comitê Gestor da Internet do Brasil, art. 1º. Jurisprudência Citada: STJ, REsp n. 658.789/RS, Rel. Min. Ricardo Villas Bôas Cueva, Terceira Turma, j. 05/09/2013; STJ, REsp 1804035/SP, Rel. Min. Nancy Andrighi, Terceira Turma, j. 25/06/2019; e TJSP, Agravo de Instrumento 2188196-85.2021.8.26.0000, Rel. Jorge Tosta, 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial, j. 03/12/2021.</p> |

| Nº | Referência                                                                                 | Ementa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3  | TJSP – Apelação Cível nº 0020902-60.2013.8.26.0602, Rel. Tasso Duarte de Melo, j. 22/10/25 | <p>AÇÃO COMINATÓRIA C.C. REPARAÇÃO DE DANOS. CONCORRÊNCIA DESLEAL. Detenção indevida de Planos de Engenharia sigilosos pela Requerida, ora Apelada. Sentença recorrida que reconheceu irregularidade na posse dos documentos sigilosos pela Apelada e impôs o dever de abstenção de detenção, de uso, de exploração e divulgação dos planos de engenharia das autoras e qualquer outra informação confidencial. Apelantes que devolvem a pretensão de reconhecimento da prática de atos de concorrência desleal pela Apelada, com condenação a reparação dos danos materiais e morais suportados. Lei de Propriedade Industrial. Não provado o uso indevido dos documentos pela Apelada, repasse a terceiros ou obtenção de vantagem econômica. Concorrência desleal. Inocorrência. A responsabilização pela prática de atos de concorrência desleal exige a demonstração de dano efetivo e nexo de causalidade. Não provados, na espécie. Indenizações indevidas. Mantida a imposição de abstenção de uso, exploração e divulgação dos documentos confidenciais. Sentença mantida, no mérito, nos termos do art. 252, do RITJSP. Pretensão de condenação da Apelada a destruir os documentos sigilosos encontrados em sua posse. Impossibilidade. Inovação do pedido em sede de recurso. Recurso não conhecido, nesse ponto. Multa cominatória. Pretensão de fixação da multa sem limitação de valor. Impossibilidade. Decisão que fixou multa cominatória como medida de apoio ao cumprimento de ordem judicial. Arts. 536, § 1º e 537 do CPC e 84, §§ 4º e 5º, do CDC. Multa diária de R\$10.000,00 (dez mil reais), limitada a R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais). Razoabilidade e proporcionalidade. Sentença mantida, nesse ponto. Sucumbência recíproca. Ocorrência. Exegese do art. 86, caput, do CPC. Autores que decaíram de cerca de metade das suas pretensões. Sentença mantida, nesse ponto. Recurso parcialmente conhecido e, na parte conhecida, não provido.</p> |
| 4  | TJSP - Apelação Cível nº 1034040-79.2023.8.26.0100, Rel. Jorge Tosta, j. 07/10/25          | <p>Apelação cível – Direito marcário – Sentença que julgou improcedentes os pedidos – Inconformismo da empresa Englishtown, que não é parte na demanda, mas apresentou contestação, alegando ser integrante do mesmo grupo econômico da ré F Language e roga pela anulação da sentença, com o retorno dos autos à origem, para que se reconheça como legítima a sua contestação, apreciando suas teses defensivas, ou, subsidiariamente, seja ordenada a citação da ré F Language – Recurso inadmissível – Não cabe a terceiro, que alega integrar o mesmo grupo econômico da ré, substituir-se voluntariamente à parte indicada na petição inicial – Julgamento de improcedência dos pedidos que, ademais, revela a ausência de interesse recursal – Eventual discussão quanto à validade da citação da ré originária foge do âmbito de devolutividade deste recurso, não sendo dado à recorrente arguir vício que, em tese, só poderia ser invocado pela própria demandada – RECURSO ADESIVO NÃO CONHECIDO –</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

| Nº | Referência                                                                         | Ementa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4  | TJSP - Apelação Cível nº 1034040-79.2023.8.26.0100, Rel. Jorge Tosta, j. 07/10/25  | <p>– Recurso da autora – Acolhimento – Utilização da marca nominativa de titularidade da autora “WISE UP” como palavra chave para redirecionamento a links patrocinados – Google ads – Caracteriza ato de concorrência desleal a utilização de elemento nominativo de marca registrada alheia, dotado de suficiente distintividade e no mesmo ramo de atividade, como vocábulo de busca à divulgação de anúncios contratados junto a provedores de pesquisas na internet (Enunciado XVI do Grupo de Câmaras Reservadas de Direito Empresarial do TJSP, aprovado em 27.09.2022, DJe 10.10.2022) – Fato capaz de gerar confusão no mercado consumidor e desvio de clientela – Dano moral “in re ipsa” – Indenização fixada no valor de R\$ 25.000,00 para todas as rés, levando-se em consideração as circunstâncias do caso, os princípios da proibição de enriquecimento sem causa e proporcionalidade, bem como a necessidade de repressão à prática de atos semelhantes – Sentença reformada – RECURSO ADESIVO NÃO CONHECIDO. APELO DA AUTORA PROVIDO.</p>                                                                                                                                                                                       |
| 5  | TJSP - Apelação Cível nº 1105085-17.2021.8.26.0100, Rel. Grava Brazil, j. 09/10/25 | <p>DIREITO EMPRESARIAL. APELAÇÃO CÍVEL. CONCORRÊNCIA DESLEAL.</p> <p>I. Caso em Exame. Ação inibitória cumulada com cominatória ajuizada por Strong Indústria e Comércio de Produtos Eletrônicos Ltda. ME e Maria Ferreira Filho contra Karina de Oliveira Lima Áudio Vídeo EIRELI e Ebazar.com (Mercado Livre), visando a abstenção de suspensão de anúncios na plataforma Mercado Livre. Sentença julgou parcialmente procedente a ação contra Ebazar.com e procedente contra Karina de Oliveira Lima Áudio Vídeo EIRELI, determinando a abstenção de novas denúncias e condenação ao pagamento de indenização.</p> <p>II. Questão em Discussão. A questão em discussão consiste em verificar:</p> <p>(i) a possibilidade de isenção de responsabilidade do titular de desenho industrial, quando este, valendo-se de certificado de registro, ainda vigente, requer, junto à plataforma de comércio on-line de produtos, a exclusão de publicidade concorrente, porém, com posterior anulação do referido registro pelo INPI;</p> <p>(ii) os limites da ingerência do poder judiciário sobre a atuação dos provedores de aplicação, no que se refere ao controle de pedido de exclusão/inclusão de anúncios de terceiros em sua plataforma.</p> |

Há 35 anos oferecendo  
Soluções Estratégicas  
em Propriedade  
Intelectual



[www.ricci.com.br](http://www.ricci.com.br)

Rua Domingos de Morais, 2781  
Conjunto 1001  
04035-001 – São Paulo – Brasil  
Fone: 55 (11) 2832-5707  
E-mail: [ricci@ricci.com.br](mailto:ricci@ricci.com.br)

| Nº | Referência                                                                         | Ementa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5  | TJSP - Apelação Cível nº 1105085-17.2021.8.26.0100, Rel. Grava Brazil, j. 09/10/25 | <p>III. Razões de Decidir. A Ebazar.com (Mercado Livre), na qualidade de provedora de aplicação, está sujeita à disciplina prevista, no Marco Civil da Internet, que exige ordem judicial específica para retirada de conteúdo. Sentença foi reformada para excluir a obrigação de monitoramento prévio de futuras denúncias, conforme entendimento do STJ, no REsp n. 1.593.249/RJ, que determina que a responsabilidade do provedor se inicia após notificação judicial. A corré Karina agiu com má-fé ao solicitar a retirada de anúncios com base em registro de desenho industrial posteriormente anulado, configurando concorrência desleal.</p> <p>IV. Dispositivo e Tese. Dispositivo: Recurso da Ebazar. com parcialmente provido, para excluir a obrigação de monitoramento prévio de eventuais novas denúncias contra as apeladas, além dos ônus sucumbenciais. Recurso de Karina de Oliveira Lima Áudio Vídeo EIRELI desprovido, com aplicação de multa por litigância de má-fé, devendo responder pelos honorários devidos pela corré Ebazar às apeladas, ante a aplicação do princípio da causalidade.</p> <p>Tese de julgamento: O provedor de aplicação não pode ser responsabilizado sem ordem judicial específica, sendo vedada a expedição de determinação judicial futura e genérica. O registro de desenho industrial não gera presunção de validade, sem exame de mérito. A utilização de desenho industrial como fundamento para pedido de exclusão de anúncio de plataforma de e-commerce, sem que o referido registro tenha passado pelo exame de mérito, enseja responsabilização do titular, no caso de posterior anulação do registro, configurando erro grosseiro e má-fé ensejadores de responsabilidade por ato de concorrência desleal. Legislação Citada: MCI (Lei n. 12.965/2014), art. 19; LPI (Lei n. 9.279/1996), arts. 95, 106, 111, 112, 113. Jurisprudência Citada: STJ, REsp n. 2.067.181/PR, 3ª T., j. 8.8.2023; STJ, REsp n. 1.593.249/RJ, 3ª T., Rel. Min. Ricardo Villas Bôas Cueva, j. 23.11.2021; STJ, REsp 1880344/SP.</p> |



## CENTRO DE TREINAMENTO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL

- ✓ Aprenda a **proteger** o que você cria.
- ✓ Cursos e Treinamentos em Propriedade Intelectual
- ✓ CTPI - Conhecimento que valoriza a inovação



Rua Leopoldo Paperini, Nº 88, Jardim Zaira, Guarulhos, SP - Fone / Whatsapp: (55 11) 2058-5300

# Decisões do CONAR

Larissa Andréa Carasso Kac  
larissa@carassokac.com.br

## "NESTLÉ - DIA DAS MÃES - COMPRE UMA MÁQUINA E GANHE 50 CÁPSULAS GRÁTIS"

**Mês/Ano Julgamento:**  
DEZEMBRO/2025

**Representação nº:** 145 / 25,  
em recurso ordinário

**Autor(a):** Conar mediante  
queixa de consumidor

**Anunciante:** Nestlé Brasil

**Relator(a):** Conselheiros Al-  
exandre Alvarez Gadret e Diego  
Bellini Coelho

**Câmara:** Quinta e Oitava  
Câmaras e Câmara Especial de  
Recursos

**Decisão:** Advertência

**Fundamentos:** Artigos 1º,  
3º, 6º, 27 e 50, letra "a" do Código

**Resumo:** Anúncio em  
site divulgando promoção para  
o Dia das Mães atraiu queixa  
de consumidor. Segundo ele,  
o benefício de gratuidade  
careceria de esclarecimento  
sobre importante restrição.

Em sua defesa, a anunciante  
argumentou que a restrição  
estava prevista no regulamento  
da promoção. Informa con-  
siderar que a questão cen-  
tral debatida se refere ao cum-  
primento contratual da mecânica  
promocional e não do material  
publicitário veiculado.

O relator de primeira instância deu  
razão à queixa, recomendando a  
alteração, para que a peça indique  
de forma clara e transparente  
eventuais restrições da promoção,

de modo a não induzir o  
consumidor a erro. Agravou a  
recomendação com advertência  
à anunciante, em razão do  
descumprimento dos princípios  
previstos no Código. Seu voto foi  
aprovado por unanimidade.

Houve recurso contra a decisão.  
O relator de segunda instância  
concordou que a queixa do  
consumidor é legítima, revelando  
desconexão entre o regulamento  
e a execução da promoção.  
Ele propôs a manutenção da  
advertência, dada a sequência de  
erros cometidos pela anunciante,  
a falta de comunicação acerca da  
alteração do regulamento sobre  
cláusula eliminatória e a conduta  
reprovável cometida contra a  
consumidora, caracterizando  
infração à ética publicitária.  
Seu voto foi aprovado por  
unanimidade.

## "ZAMP - CORNO DRIVE-THRU"

**Mês/Ano Julgamento:**  
OUTUBRO/2025

**Representação nº:** 181/25

**Autor(a):** Conselho Superi-  
or do Conar

**Anunciante:** Zamp

**Relator(a):** Conselheira Pris-  
cila Onha Cruz

**Câmara:** Sexta Câmara

**Decisão:** Arquivamento

**Fundamentos:** Artigo 27,  
nº 1, letra "a", do Rice

**Resumo:** Esta represen-  
tação foi aberta a partir do rece-

bimento pelo Conar de ofício do  
Ministério Público do Estado de  
São Paulo. Como ocorre nestas  
situações, a representação é as-  
sumida pelo Conselho Superior.

O ofício trata de campanha  
em redes sociais (Instagram,  
YouTube) e em outros meios  
digitais que utilizam expressões  
como "corno", "cornã" e  
"chifrado". Segundo o Ministério  
Público, tais expressões,  
mesmo que utilizadas em tom  
humorístico, podem expor  
consumidores ao ridículo e  
ao constrangimento público,  
incentivar a banalização do  
sofrimento emocional e utilizar  
linguagem vulgar e depreciativa  
para fins promocionais.

A defesa da anunciante aludiu ao  
tom claramente humorístico das  
peças, o que é usual nas suas  
campanhas para a marca Burger  
King. Considera que jamais  
teve o objetivo de submeter o  
consumidor ao ridículo e lembra  
que a dinâmica de participação  
na promoção seria única e  
exclusivamente voluntária.

A relatora acolheu os  
argumentos da defesa. "Pode-se  
até considerar de mau gosto, mas  
não dá para negar que a palavra  
'corno' é coloquial e amplamente  
utilizada em diversos contextos",  
escreveu em seu voto. "Além  
disso, no contexto da promoção,  
as pessoas traídas poderiam  
pleitear um sanduíche em  
ambiente privado e de forma  
reservada, sem nenhuma  
exigência de exposição". Con-  
cluiu pela recomendação de  
arquivamento da representação,  
sendo acompanhada por maioria  
de votos.



## INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PARA ESCRITÓRIOS DE ADVOCACIA: RESPONSABILIDADE E REGULAÇÃO INTERNA

Julia Hugendubel<sup>1</sup>

### Introdução

O uso de sistemas de inteligência artificial (IA), em especial modelos generativos de linguagem (LLM), vem transformando a prática da advocacia. Há impactos diretos sobre o sigilo profissional e proteção de dados pessoais. Assim, ao mesmo tempo em que oferecem ganhos de eficiência e novas possibilidades de análise, tais ferramentas ampliam riscos de violação de deveres profissionais com sanções perante a Ordem dos Advogados, os tribunais civis e possivelmente criminais.

Em particular, a inserção de dados de clientes em serviços de IA baseados em nuvem, localizados em outros países, desafia a obrigação de sigilo dos advogados e advogadas. A emergência de marcos regulatórios específicos, como o Regulamento Europeu de IA<sup>2</sup> e os projetos seguindo, como a proposta da lei brasileiros sobre IA<sup>3</sup>, reforça a necessidade de que escritórios de advocacia adotem programas internos.

Logo, a autora examina o quadro de riscos do uso de IA em atividades jurídicas, com vistas a oferecer um uso responsável e conforme os requisitos

profissionais para os escritórios, com parâmetros práticos para a implementação em escritórios. Para isso, o presente artigo propõe uma política de IA<sup>4</sup> voltado a escritórios de advocacia, com foco no risco do uso de IA generativa, no estabelecimento de regras de introduzir dados (*prompting*), *upload* de conteúdo, no treinamento de colaboradores e na revisão de contratos dos escritórios, tanto com os fornecedores de tecnologias, quanto com o(a)s clientes.

### 1. Riscos técnicos de IA

Riscos técnicos de IA para escritórios de advocacia podem ser divididos em riscos de input (registrar com dados do escritório e introduzir dados, chamado "*prompting*") e de output (o uso do resultado de IA).

<sup>1</sup> A autora é fundadora do escritório hugendubel. legal e atua nas áreas de Propriedade Intelectual, Direito Digital, Mediação e Arbitragem. Doutora pela Universidade de Constança, na Alemanha, pós-graduada em Inovação e Tecnologia pela FGV Rio de Janeiro e habilitada a exercer a advocacia no Brasil (OAB/RJ) e na Alemanha (Rechtsanwaltskammer Freiburg). Contato: mail@hugendubel.legal.

<sup>2</sup> REGULAMENTO (UE) 2024/1689 DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO de 13 de junho de 2024 que cria regras harmonizadas em matéria de inteligência artificial (Regulamento da Inteligência Artificial). Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj/eng>>. Acesso em 18/02/2026.

<sup>3</sup> Projeto de Lei n. 2338, de 2023. Disponível em: <[www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233](http://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233)>. Acesso em 18/02/2026.

<sup>4</sup> Capítulo 4.2 deste artigo.

## Gomes & Santana

Transformamos inovação  
em patrimônio protegido.

MAIS DE 35 ANOS DE EXCELÊNCIA  
EM PROPRIEDADE INTELECTUAL.

GOMESANTANA.ADV.BR

(11) 3221-0195

JURIDICO@GOMESANTANA.ADV.BR

### 1.1 Risco de *input* nos modelos de IA

Ao colar fatos do caso em ferramentas abertas (*chatbot* público), o(a) advogado(a) podem enviar segredos profissionais a servidores de terceiros. Mesmo “anônimo”, o *input* de um caso com detalhes fáticos pode identificar o(a) cliente, informações sigilosas, revelar estratégia de negociação ou de litígio. Retirar apenas os dados pessoais conhecidos, como nome e CPF<sup>5</sup>, não é suficiente. Muitos casos têm combinações únicas de fatos (cargo, setor, datas, valores, cidade, detalhes do caso) que permitem identificar o(a) cliente. Além disso, modelos e operadores podem correlacionar essas pistas com outras bases (públicas ou privadas) e “reidentificar” pessoas ou empresas, mesmo se o(a) advogado(a) achou que tinha anonimizado.

Adicionalmente, não são apenas os dados dos clientes, mas também os dados dos próprios funcionários que podem criar um risco para o escritório. Quanto mais advogados e advogadas de um escritório usam

um modelo de IA sem proteção adequada, mais informações a empresa do modelo de IA pode reconstruir do trabalho do escritório. Também, podem revelar informações relevantes do ponto de vista trabalhista (horas trabalhadas, dias, renda), que por sua vez podem gerar reivindicações contra o escritório de advocacia.

Vale a pena verificar, se os dados vão para servidores de empresas fora do país (por exemplo no caso do ChatGPT para OpenAI nos EUA), sujeitos às leis e ordens judiciais desses países. Mesmo que o “front-end” esteja em um domínio “.br”, o processamento pode acontecer fora do país.

Gravemente, todos os dados introduzidos (“*prompts*”) de advogado(a)s podem ser usados para para treinar modelos, gerar estatísticas de uso ou compartilhar “*insights*” com parceiros comerciais. Também, conteúdos sensíveis podem “vazar” indiretamente em respostas a outros usuários, se o modelo reconstruir partes de textos (como acontece frequentemente com obras protegidas por direitos autorais<sup>6</sup>). Mesmo quando o provedor

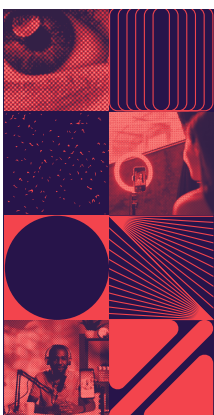
oferece botão de “apagar a conversa”, há “*logs*” e outras replicações para recuperação na maioria de sistemas de IA. “*Logs*” são registros detalhados das atividades e eventos que ocorrem durante o treinamento e a operação dos modelos de IA. Esses artefatos podem permanecer por meses ou anos, apesar de o(a) usuário(a) acreditar que apagou o dado. Consequentemente, o Conselho Federal da OAB alerta que “que ferramentas de IA generativa podem utilizar informações compartilhadas em seus sistemas para treinamento, incluindo *prompts* ou documentos carregados, podendo, inclusive, compartilhá-los com terceiros”.<sup>7</sup>

Muito importante para saber, mesmo usando uma versão paga, os termos de uso e políticas de privacidade em muitos casos revelam um armazenamento amplo de dados dos usuários e usuárias. Por outro lado, há também modelos gratuitos que não armazenam os dados (“*logs*”) e são mais seguros do que muitas versões pagas. Por isso, a recomendação genérica da Secretária Geral do Tribunal de Ética e Disciplina da OABRJ

5 Assim a recomendação de Marcelo Leite, Como proteger dados de clientes no uso de nuvem e inteligência artificial. Disponível em: <[www.youtube.com/live/68nNNbgvS9o?si=nent-pnvG5UhFmZe](https://www.youtube.com/live/68nNNbgvS9o?si=nent-pnvG5UhFmZe)>. Acesso em 18/02/2026.

6 Inter alia, uma decisão final do tribunal em Munich na Alemanha, (LG München I, Endurt. v. 11.11.2025 – 42 O 14139/24).

7 RECOMENDAÇÃO N. 001/2024 - Conselho Federal da OAB. Disponível em: <<https://diario.oab.org.br/pages/materia/842347>>. Acesso em 18/02/2026.



## Transformamos ideias em legado

### São Paulo:

+55 (11) 3158-3030

Av. Marquês de São Vicente, 576 - Sala 1.913 - São Paulo - SP - Brasil

[contato@agmoreira.com.br](mailto:contato@agmoreira.com.br)

[www.agmoreira.com.br](http://www.agmoreira.com.br)

**agmoreira**  
PROPRIEDADE INTELECTUAL

“não usar modelos gratuitos”<sup>8</sup>, na opinião da autora, ultrapassa o objetivo que é apenas proteger \*as informações introduzidas\* no modelo de IA. Para advogado(a)s que começam a atuar sem ou com poucos recursos, um modelo que não armazena dados poderia ser uma opção mais segura do que uma versão do ChatGPT paga, olhando na política de privacidade das empresas e no objetivo do uso.

Vale a pena mencionar também, para o uso de outros aplicativos e plataformas, que dados criptografados, embora criptografia forte sendo hoje padrão em muitas plataformas, ainda podem ser acessados por quem controla as chaves (por exemplo o(a) fornecedor(a)). Para processar o *input* (“prompt”), o servidor precisa descriptografar os dados. Nesse momento o conteúdo pode ser acessível, por exemplo por uma pessoa maliciosa. Importante destacar, que as \*informações\* mencionadas, embora ainda relativamente \*genérico\* para introduzir no tema, aplicam-se também para qualquer aplicativo que oferece IA como uma função adicional (como os aplicativos do Google com Gemini, a IA da Meta no Whatsapp, Microsoft com Copilot nos diversos aplicativos como Word, PowerPoint e Teams).

## 1.2. Risco de *output* nos modelos de IA

Como todo(a)s advogado(a)s deveriam saber, o uso de IA em escritórios de advocacia não transfere ao fornecedor da tecnologia a responsabilidade pelo aconselhamento jurídico

co prestado ao cliente. Particularmente, há risco de informações falsas (alucinações), tendenciosas, com resultados discriminatórios (viés algorítmico da IA), trazendo potenciais riscos a clientes, funcionários ou outras partes afetadas.<sup>9</sup> Como bastante discutido na literatura, podem acontecer também violações de direitos autorais em textos “gerados” pela IA<sup>10</sup> e outras propriedades intelectuais. Ademais, informações em IA generativa e *deep fakes*, podem aumentar os riscos de evidências manipuladas ou falsas. Dependendo do caso e das regras no escritório o(a) advogado(a) que usou uma ferramenta de IA respondem pessoalmente por erros, omissões ou avaliações equivocadas, inclusive de alucinações do modelo.

## 2. Riscos legais do uso de IA na advocacia

Para a advocacia, os riscos técnicos pode caracterizar violação de dever de sigilo profissional, quebra de privilégio advogado(a) — cliente e até falha de proteção de segredos de negócio.

### 2.1. Sigilo profissional e confidencialidade do mandato

No Brasil, o sigilo profissional é elemento principal da advocacia, decorrendo como direito do(a)s advogado(a)s do Estatuto da Advocacia<sup>11</sup> e, como

deveres, particularmente dos artigos 35 seguintes no Código de Ética e Disciplina da OAB. O(a) advogado(a) tem o dever de guardar sigilo dos fatos de que tome conhecimento no exercício da profissão. Artigo 35, Parágrafo único do Código de Ética e Disciplina da OAB estipula: “O sigilo profissional abrange os fatos de que o(a) advogado(a) tenha tido conhecimento em virtude de funções desempenhadas na Ordem dos Advogados do Brasil.” Conforme artigo 36, § 1 do Código de Ética e Disciplina da OAB “Presumem-se confidenciais as comunicações de qualquer natureza entre advogado e cliente.” Embora possa ser contestado e sendo um caso com particularidades, aqui vale mencionar, a decisão judicial nos Estados Unidos, que negou privilégio advogado(a) — cliente em um caso criminal onde o cliente introduziu as informações em um modelo de IA (Claude)<sup>12</sup>.

Fica óbvio, que para qualquer uso profissional com um modelo de IA inadequado, sem medidas suficientes para segurar os dados introduzidos de um caso, podem acontecer infrações do Código de Ética e Disciplina da OAB.

### 2.2. Violação conforme artigo 154 CP

Além do mais, advogado(a)s que usam ferramentas de IA e revelam a alguém, sem justa causa, segredo, de que tem ciência em razão da profissão, e cuja revelação possa produzir dano a outrem, hipoteticamente podem cometer uma violação do segredo profissional conforme artigo 154 do Código Criminal no

9 RECOMENDAÇÃO N. 001/2024 - Conselho Federal da OAB. Disponível em: <<https://diario.oab.org.br/pages/materia/842347>>. Acesso em 18/02/2026.

10 Elisabeth Kasznar Fekete, BOOK REVIEW, Artificial Intelligence and Intellectual Property, The Trademark Reporter (TMR), revista científica editada pela INTA, Vol. 113 TMR, 717-722. Disponível em: <[www.inta.org/wp-content/uploads/public-files/resources/the-trademark-reporter/TMR-Vol-113-No-4-July-August-2023\\_Kasznar-Fekete-Book-Review.pdf](http://www.inta.org/wp-content/uploads/public-files/resources/the-trademark-reporter/TMR-Vol-113-No-4-July-August-2023_Kasznar-Fekete-Book-Review.pdf)>. Acesso em 18/02/2026.

11 Lei n. 8.906/1994. Dispõe sobre o Estatuto da Advocacia e a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). Disponível em: <[www.planalto.gov.br/ccivil](http://www.planalto.gov.br/ccivil)>.

vil\_03/Leis/L8906.htm>. Acesso em 18/02/2026.

12 EUA (USA) v. Heppner (Case 1:25-cr-00503-JSR Document 27 Filed 17/02/26). Disponível em: <[www.debevoisedatablog.com/wp-content/uploads/sites/2/2026/02/2026.02.17-Memorandum-USA-v.-Heppner.pdf](http://www.debevoisedatablog.com/wp-content/uploads/sites/2/2026/02/2026.02.17-Memorandum-USA-v.-Heppner.pdf)>. Acesso em 18/02/2026.

8 Alessandra Carneiro, Ética na Advocacia e os Desafios da Inteligência Artificial. Disponível em: <[www.youtube.com/live/O\\_cyn3wt4i8?si=ZrCfY\\_s\\_USaG5fTS](https://www.youtube.com/live/O_cyn3wt4i8?si=ZrCfY_s_USaG5fTS)>. Acesso em 18/02/2026.

Brasil. Conforme a interpretação literal do artigo 154 CP a mera possibilidade de causar um dano pode ser suficiente. Neste sentido pode ser suficiente provar que um(a) advogado(a) introduziu com dolo eventual dados sigilosos em um modelo de IA, sabendo da possibilidade de que esses dados podem ser acessíveis por terceiros. Uma vez, que o Conselho Federal da OAB no Brasil informou sobre os riscos e deveres com o uso de ferramentas de IA pode ser discutido até que ponto um dolo poderia ser assumido.

### 2.3. Violação de dados pessoais

No Brasil, o(a)s advogado(a)s devem usar apenas ferramentas que permitem um uso de IA compatível com a LGPD<sup>13</sup>. Não apenas com o uso de modelos de IA, mas com todos os serviços em nuvem, é imprescindível verificar se o provedor realmente precisa acessar os dados. Quando possível, os dados devem ser anonimizados ou criptografados. Nesse contexto, a ANPD publicou o "Radar Tecnológico sobre IA Generativa" avaliando práticas de IA sob princípios da LGPD.<sup>14</sup>

13 Lei n. 13.709/2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil\_03/\_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm>. Acesso em 18/02/2026.

14 ANPD, RADAR TECNOLÓGICO. IA Generativa é tema do 3º volume da série Radar Tecnológico

### 2.4. Recomendações da OAB no Brasil e na Alemanha

O Conselho Federal da OAB aprovou uma Recomendação específica sobre o uso de IA generativa pela advocacia, enfatizando que o emprego de tais ferramentas deve observar o Estatuto, o Código de Ética, a LGPD, a Lei de Propriedade Intelectual e o CPC.<sup>15</sup>

Enquanto o Conselho Federal da OAB no Brasil se posicionou expressis verbis em favor a comunicação sobre o uso de IA com os clientes que necessitam dar um consentimento "por escrito"<sup>16</sup>, na Alemanha a opinião dominante é que – como com outras ferramentas como plataformas de pesquisa etc. – o consentimento do(a) cliente não é necessário, caso o(a) advogado(a) verifique e autorize o resultado<sup>17</sup>. Por outro lado,

da ANPD. Disponível em: <www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/ia-generativa-e-te-ma-do-3o-volume-da-serie-radar-tecnologico-da-anpd>. Acesso em 18/02/2026.

15 RECOMENDAÇÃO N. 001/2024 - Conselho Federal da OAB. Disponível em: <https://diario.oab.org.br/pages/materia/842347>. Acesso em 18/02/2026.

16 RECOMENDAÇÃO N. 001/2024 - Conselho Federal da OAB. Disponível em: <https://diario.oab.org.br/pages/materia/842347>. Acesso em 18/02/2026.

17 OAB Federal na Alemanha (Bundesrechtsanwaltskammer), Avisos para o uso de IA <www.brak.de/fileadmin/service/publikationen/Handlungshinweise/BRAK\_Leitfaden\_mit\_Hinweisen\_zum\_KI-Einsatz\_Stand\_12\_2024.pdf>. Acesso em 18/02/2026.

a OAB Federal na Alemanha (Bundesrechtsanwaltskammer) recomenda que no uso de ferramentas de IA, não deve introduzir informações sobre um mandato específico.<sup>18</sup>

Tanto o Conselho Federal da OAB no Brasil quanto a OAB Federal na Alemanha destacam o dever do(a) advogado(a) de prestar o serviço na própria responsabilidade. A recomendação do Conselho Federal da OAB no Brasil é que nenhuma atividade privativa da advocacia seja delegada integralmente a sistemas de IA, que haja supervisão humana qualificada e que o sigilo e a confidencialidade das informações dos clientes sejam resguardados em qualquer uso de IA generativa. Ademais, o Conselho Federal da OAB no Brasil estipula o dever do(a) advogado(a) caso o(a) cliente não consinta com o uso de IA, respeitar essa decisão e informar ao cliente sobre outras abordagens para a defesa de seus direitos.<sup>19</sup>

18 OAB Federal na Alemanha (Bundesrechtsanwaltskammer), Avisos para o uso de IA <www.brak.de/fileadmin/service/publikationen/Handlungshinweise/BRAK\_Leitfaden\_mit\_Hinweisen\_zum\_KI-Einsatz\_Stand\_12\_2024.pdf>. Acesso em 18/02/2026.

19 RECOMENDAÇÃO N. 001/2024 - Conselho Federal da OAB. Disponível em: <https://diario.oab.org.br/pages/materia/842347>. Acesso em 18/02/2026.



PROPRIEDADE INTELECTUAL  
PROTEÇÃO DE DADOS  
ENTRETENIMENTO  
TECNOLOGIA

www.glp.com.br

gip@gip.com.br

(11) 2149-4500

Gusmão & Labrunie é reconhecido como **Melhor Escritório de Propriedade Intelectual do Brasil** pelo Chambers and Partners Awards 2024 e Leaders League Summit 2024.

### 3. Requisitos regulatórios de IA no Brasil e na Europa

Assim como no caso da LGPD, também a proposta do Regulamento de IA no Brasil segue em geral o espírito europeu.

#### 3.1. Práticas de IA proibidas e com risco elevado

O regulamento Europeu da IA<sup>20</sup> estabelece um quadro de categorias de risco e deveres. Na UE há práticas de IA proibidas (conforme artigo 5 do regulamento Europeu da IA). No Brasil, o projeto de Lei de Inteligência Artificial adota a mesma lógica, mas com outra técnica. Em vez de “práticas proibidas”, a proposta de Lei de Inteligência Artificial cria a categoria de “sistemas de IA de risco excessivo”, cujo desenvolvimento, implementação e uso são proibidos (artigo 13 e 14 PL 2338/2023). Além disso, há requisitos específicos para sistemas de IA de risco elevado e obrigações para os operadores desses sistemas (artigo 6 e artigo 49 em conjunto com anexo III do Regulamento Europeu da IA). Os artigos 14 e 15 PL 2338/2023 correspondem à mesma lógica do artigo 6 em conjunto Anexo III do Regulamento Europeu da IA.

#### 3.2. Regras de transparência, proteção de dados e comunicação

As regras de transparência são harmonizadas na UE para determinados sistemas de IA (artigo 13 e artigo 50 do Regulamento Europeu da IA). O PL 2338/2023 estipula

que o desenvolvimento, a implementação e o uso de sistemas de IA observarão a boa-fé, participação humana no ciclo da inteligência artificial e supervisão humana efetiva e transparência, explicabilidade, inteligibilidade e auditabilidade (artigo 3, inciso 3 e 6, PL 2338/2023). Ambos regulamentos, no Brasil e na Europa destacam a importância de proteção de dados pessoais, privacidade e confidencialidade das comunicações (artigo 2, para. 7 do Regulamento Europeu de IA e artigo 2, inciso. 8, PL 2338/2023). O PL 2338/2023 possui diversos pontos de interação com a LGPD.<sup>21</sup>

O regulamento Europeu da IA<sup>22</sup> impõe deveres de diligência na seleção de fornecedores, na configuração de uso e na supervisão humana, o que impacta diretamente o desenho de políticas internas de IA. Além disso, um dever específico na EU conforme artigo 4 do regulamento Europeu de IA é que prestadores e os responsáveis pela implantação de sistemas de IA adotem medidas para garantir que as pessoas envolvidas na utilização de sistemas de IA em seu nome disponham de um nível suficiente de letramento no domínio da IA, tendo em conta os seus conhecimentos técnicos, experiência, qualificações acadêmicas e formação e o contexto em que os sistemas de IA serão utilizados.

É relevante notar que, que no Brasil a proposta do regulamento de IA exige que

pessoas afetadas por sistemas de inteligência artificial tenham o direito de receber, previamente à contratação ou utilização do sistema, informações claras e adequadas, entre outros, sobre os operadores do sistema de inteligência artificial e o papel do sistema de inteligência artificial e dos humanos envolvidos no processo de tomada de decisão, e categorias de dados pessoais utilizados (artigo 7, incisos 5 – 7, PL 2338/2023).<sup>23</sup>

#### 4. Deveres de escritórios no uso de IA

Os riscos técnicos de IA, os riscos legais e requisitos regulatórios resultam em vários deveres e boas práticas para o(a)s advogado(a)s.

##### 4.1. Avaliação de modelos de IA

Antes do uso de ferramentas de IA, é necessária uma avaliação do sistema de IA para garantir que, não apenas o(a) advogado(a), mas também o fornecedor do produto irá proteger informações colocadas no sistema, oferece medidas de segurança e possibilita a não utilização dos dados fornecidos para treinamento dos sistemas (artigo 2.2. da Recomendação N. 001/2024 do Conselho Federal da OAB).<sup>24</sup>

Todas as ferramentas de IA que não conseguem garantir o sigilo profissional e, cumulativo, que o(a) advogado(a) não consegue usar sem violar os requisitos da LGPD deveriam ser evitados para o uso profissional. Exemplos típicos incluem:

21 ANPD, Análise preliminar do Projeto de Lei nº 2338/2023, que dispõe sobre o uso da Inteligência Artificial. Disponível em: <[www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/analise-preliminar-do-pl-2338\\_2023-formatado-ascom.pdf](https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/analise-preliminar-do-pl-2338_2023-formatado-ascom.pdf)>. Acesso em 18/02/2026.

22 REGULAMENTO (UE) 2024/1689 DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO de 13 de junho de 2024 que cria regras harmonizadas em matéria de inteligência artificial (Regulamento da Inteligência Artificial). Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj/eng>>. Acesso em 18/02/2026.

23 ANPD, Análise preliminar do Projeto de Lei nº 2338/2023, que dispõe sobre o uso da Inteligência Artificial. Disponível em: <[www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/analise-preliminar-do-pl-2338\\_2023-formatado-ascom.pdf](https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/analise-preliminar-do-pl-2338_2023-formatado-ascom.pdf)>. Acesso em 18/02/2026.

24 RECOMENDAÇÃO N. 001/2024 - Conselho Federal da OAB. Disponível em: <<https://diario.oab.org.br/pages/materia/842347>>. Acesso em 18/02/2026.

20 REGULAMENTO (UE) 2024/1689 DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO de 13 de junho de 2024 que cria regras harmonizadas em matéria de inteligência artificial (Regulamento da Inteligência Artificial). Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj/eng>>. Acesso em 18/02/2026.

- aplicações de IA generativa abertas ao público, com termos de uso que autorizam o provedor a utilizar *prompts* e conteúdos enviados para treinamento do próprio modelo;
- serviços baseados em nuvem sem clareza quanto à localização dos dados (por exemplo, em países sem nível adequado de proteção);
- soluções que combinem IA com funcionalidades de rede social ou com plataformas de terceiros.

Em relação a tais ferramentas, a regulação interna do escritório deve ser categórica. Ainda que o(a) advogado(a) pretenda “despersonalizar” as informações, o risco de reidentificação, a ausência de garantias contratuais suficientes e a impossibilidade de “consertar” vazamentos de dados após sua transmissão justificam a proibição. Ao avaliar, vale uma primeira divisão entre plataformas abertas e profissionais. Plataformas de IA abertas normalmente têm termos amplos de uso de dados, compartilham dados com terceiros e utilizam esses dados para o treino. Essas plataformas em geral não são adequadas para escritórios. Por outro lado, indicações para plataformas profissionais podem ser armazenamento

geograficamente controlado, logs limitados, criptografia suficiente, certificações e compromissos contratuais. Nessa perspectiva, particularmente relevante é a transparência da política de privacidade do LLM, o controle de acesso, a existência de *Data Processing Agreement* (DPA) compatível com a LGPD e um acordo específico que garanta o sigilo profissional do(a) advogado(a) conforme o Estatuto da OAB.

Ferramentas de IA interessante para escritórios podem ser modelos executados localmente (“on-premise”) em servidores controlados pelo escritório, sem transmissão de dados a terceiros ou ferramentas de IA aplicadas apenas a documentos internos (por exemplo, organização de biblioteca de precedentes, sem dados de clientes). Particularmente para as soluções de IA baseadas em nuvens, deve ser precedido de avaliação de impacto à proteção de dados. Na experiência da autora, em geral, de mais dados uma empresa de IA coleta, de mais elaborada são as respostas. O uso de IA as vezes pode aparecer como uma dança com o diabo.

#### 4.2. Política de IA

O Conselho Federal da OAB recomenda estabelecer políticas

claras sobre cibersegurança e o uso permitido de IA no escritório (artigo 3.6 da recomendação N. 001/2024).<sup>25</sup> Ademais, para escritórios que utilizam IA no cumprimento dos deveres legais, uma política de IA parece indispensável.

A política de IA deveria abranger todos os deveres profissionais e requisitos regulatórios, considerando os riscos técnicos de IA, inclusive tais especificamente abordados pelo Conselho Federal da OAB.<sup>26</sup> Uma técnica comum para o regulamento interno do uso de ferramentas de IA é proibir geralmente o uso de IA e criar um documento anexo para a política, com uma lista de modelos de IA excepcionalmente permitidos (“white list”).

Outro ponto essencial para a política de IA de um escritório deveriam ser regras para “input” nas ferramentas de IA (*prompting*) e para “upload” de conteúdo no sistema (detalhes no capítulo 4.3 aqui em seguinte). Um fenômeno particularmente grave seria a integração da IA a

25 RECOMENDAÇÃO N. 001/2024 - Conselho Federal da OAB. Disponível em: <<https://diario.oab.org.br/pages/materia/842347>>. Acesso em 18/02/2026.

26 RECOMENDAÇÃO N. 001/2024 - Conselho Federal da OAB. Disponível em: <<https://diario.oab.org.br/pages/materia/842347>>. Acesso em 18/02/2026.



REMER VILLAÇA & NOGUEIRA

São Paulo  
Rua Padre João Manoel, 755 - 9º andar  
Jardins 01411-001 - SP  
Tel: +55 11 3087-8200

Rio de Janeiro  
Rua da Assembleia, 10 - 20º andar - cj 2008  
Centro 20011-901 - RJ  
Tel: +55 21 3231-9062

[www.remer.com.br](http://www.remer.com.br)

fluxos automatizados, como geração automática de minutas ou respostas a clientes, sem revisão humana. Para evitar isso, deveria ser proibido permitir que a IA execute automaticamente comandos ou acesse recursos além do escopo explicitamente autorizado pelo(a) advogado(a).

#### 4.3. *Prompting* e *Upload* de Conteúdo

A elaboração de *prompts* em sistemas de IA deve seguir princípios de modo a evitar a inserção de dados pessoais ou de detalhes que permitam a reidentificação de clientes, partes adversas ou terceiros. Como seria impossível para um advogado individual em todos os casos saber quais informações permitam a reidentificação de um caso, recomenda-se que o escritório adote política de IA determinando que é proibida a inserção de dados em qualquer sistema não mencionado na lista no anexo da política ("*white list*"), particularmente de nomes de clientes, números de processos, dados de contato ou outros identificadores diretos.

Para garantir o cumprimento das normas da LGPD, a medida mais conservadora seria que, para qualquer informação que vá para ferramentas de IA ("*white list*") controlada fora do escritório, somente se utilizem dados pseudonimizados (por exemplo, "[CLIENTE A]", "[CONTRATO X]"), de forma que o modelo não possa associar o *prompt* a uma pessoa específica.

Quando houver *upload* de documentos para sistemas de IA (por exemplo, para sumarização de contratos ou análise de decisões judiciais), a política interna deve exigir a mesma lógica como no *input* (*prompting*)

e na dúvida obscurecer dados pessoais e informações confidenciais.

Obviamente, toda resposta gerada deve ser revisada criticamente, com verificação das citações, referências e fundamentos jurídicos. Particularmente a interpretação equivocada, alucinações e a violação de direitos terceiros, como a propriedade intelectual, deveriam ser avaliados com cuidado.

#### 4.4. Medidas técnicas para o uso de IA no escritório

Do ponto de vista técnico, algumas medidas podem reduzir os riscos de sigilo e proteção de dados como criptografia ponta-a-ponta nas comunicações com clientes e no trânsito de documentos, particularmente, quando integrados a fluxos de IA. Também a preferência por modelos locais ou instalados em infraestruturas privadas, sob controle do escritório ou de provedores brasileiros com garantias de não transferência para países de risco. Ademais, o uso de arquiteturas baseadas em princípios de "*zero-knowledge*", em que o provedor de infraestrutura não detenha acesso ao conteúdo em texto claro, pode reduzir eventuais incidentes.

Na Alemanha, país de origem de normas de proteção de dados, grandes escritórios começaram a bloquear, de forma preventiva, o uso de modelos de IA considerados juridicamente arriscados para o(a)s advogado(a)s.

#### 4.5. Treinamento dos advogados com as ferramentas de IA e boas práticas

A capacitação de advogado(a)s é essencial a eficácia da regulação interna em matéria de IA. Particularmente deveriam ser reforçados os deveres de sigilo profissional (Estatuto da OAB, Código de Ética) os demais riscos legais, como abordado neste artigo. O Conselho Federal da OAB Brasil recomenda fornecer treinamento adequado sobre o uso ético e seguro das ferramentas de IA. Ademais, recomenda monitorar o cumprimento das normas éticas e garantir que qualquer pessoa que utilize IA esteja ciente das obrigações profissionais relacionadas.<sup>27</sup> Em detalhe, o(a) advogado(a) deve entender "razoavelmente como a tecnologia funciona, as limitações, os riscos a ela associados, e os termos de uso e outras políticas aplicáveis a respeito do tratamento de dados realizado."<sup>28</sup>

Ainda assim, a classificação no "*white list*" da política de IA do escritório não elimina a necessidade de treinamento dos usuários e monitoramento periódico, sobretudo à luz da evolução regulatória e tecnológica.

#### 4.6. Revisão de contratos e comunicação sobre o uso de IA generativa com o(a) cliente

Recomenda-se a revisão de contratos tanto com provedores de tecnologia, seguros de responsabilidade civil e políticas de privacidade, quanto de contratos com o(a) s clientes do escritório. Neste

<sup>27</sup> Artigo 3.6 da RECOMENDAÇÃO N. 001/2024 - Conselho Federal da OAB. Disponível em: <<https://diario.oab.org.br/pages/materia/842347>>. Acesso em 18/02/2026.

<sup>28</sup> Artigo 3.4 da RECOMENDAÇÃO N. 001/2024 - Conselho Federal da OAB. Disponível em: <<https://diario.oab.org.br/pages/materia/842347>>. Acesso em 18/02/2026.

contexto, o Conselho Federal da OAB Brasil recomenda transparência com o(a) cliente quanto ao uso que se pretende fazer de IA Generativa, avaliando as limitações em cada caso concreto.<sup>29</sup> Olhando nos detalhes da recomendação do Conselho Federal da OAB a revisão dos contratos com os clientes deve acontecer na prestação de serviços advocatícios, previamente ao início de sua utilização, informando tal intenção ao cliente<sup>30</sup>. A formalização deverá ser feita por meio de documento escrito, com linguagem clara e acessível, explicando os requisitos conforme o artigo 4.2.1 da recomendação N. 001/2024 (o propósito do uso de IA na defesa dos direitos do(a) cliente, os benefícios e riscos, medidas de segurança e a revisão humana).<sup>31</sup>

O(a) cliente deverá expressar seu consentimento informado de forma explícita, por meio de assinatura do referido documento, autorizando o(a) advogado(a) a proceder com o uso da tecnologia<sup>32</sup>. Conforme o Conselho Federal da OAB, essa formalização será obrigatória em qualquer fase da prestação de serviços em que o(a) advogado(a) decida utilizar a IA, seja na elaboração de peças jurídicas, pesquisa legal, análise de documentos

ou qualquer outra atividade relacionada à defesa do(a) cliente.<sup>33</sup>

#### 4.7. Não apenas IA Modelos em si, também outras ferramentas

A preocupação com sigilo profissional e os outros deveres legais obviamente não se limita a aplicações de IA, devendo abranger também o uso cotidiano de plataformas, serviços de novens e até leitores digitais integrados. Vários desses serviços realizam sincronização contínua de conteúdos e metadados com servidores localizados em outros países a regimes jurídicos distintos. Mais complicado ainda, quando essas ferramentas incluem IA, como Whatsapp e Gmail, e o(a) advogado(a) manda informações sigilosas com dados dos clientes através desses aplicativos.

### 5. CONCLUSÃO

O tópico de assegurar o sigilo profissional é preservar os direitos e deveres do(a)s advogado(a)s é particularmente importante para defender o Estado de Direito. A incorporação de sistemas de IA à prática da advocacia deve ser guiada por uma cultura, que reconheça a centralidade do sigilo profissional, da proteção de dados pessoais e da responsabilidade pessoal do(a) advogado(a) pelo conteúdo.

Ao mesmo tempo, a evolução do Regulamento de IA na União Europeia, da iniciativa legislativa no Brasil e das orientações éticas da OAB indica que escritórios de advocacia precisam ir além

do mero cumprimento formal de normas, ponderando os interesses do escritório e do(a)s clientes no caso concreto. O presente artigo pretende servir como minuta inicial para que escritórios, à luz de sua realidade e de seu perfil de atuação, elaborem políticas e capacitações adequadas assegurando que a IA seja instrumento de reforço, e não de erosão, da confiança que fundamenta a relação entre advogado(a) e cliente.

### REFERÊNCIAS

ANPD, Radar Tecnológico. IA Generativa é tema do 3º volume da série Radar Tecnológico da ANPD. Disponível em: <[www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/ia-generativa-e-tema-do-3o-volume-da-serie-radar-tecnologico-da-anpd](http://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/ia-generativa-e-tema-do-3o-volume-da-serie-radar-tecnologico-da-anpd)>. Acesso em 18/02/2026.

BRASIL. Lei n. 8.906, de 4 de julho de 1994. Dispõe sobre o Estatuto da Advocacia e a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). Disponível em: <[www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8906.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8906.htm)>. Acesso em 18/02/2026.

BRASIL. Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Disponível em: <[www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm)>. Acesso em 18/02/2026.

BRASIL, Projeto de Lei n. 2338, de 2023. Disponível em: <[www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233](http://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233)>. Acesso em 18/02/2026.

Carneiro, Alessandra. Ética na Advocacia e os Desafios da Inteligência Artificial. Disponível em: <[www.youtube.com/live/O\\_cyn3wt4i8?si=ZrC-](https://www.youtube.com/live/O_cyn3wt4i8?si=ZrC-)>

29 Artigo 4.1 da RECOMENDAÇÃO N. 001/2024 - Conselho Federal da OAB. Disponível em: <<https://diario.oab.org.br/pages/materia/842347>>. Acesso em 18/02/2026.

30 Artigo 4.1.1 da RECOMENDAÇÃO N. 001/2024 - Conselho Federal da OAB. Disponível em: <<https://diario.oab.org.br/pages/materia/842347>>. Acesso em 18/02/2026.

31 Artigo 4.2.1 da RECOMENDAÇÃO N. 001/2024 - Conselho Federal da OAB. Disponível em: <<https://diario.oab.org.br/pages/materia/842347>>. Acesso em 18/02/2026.

32 Artigo 4.3.1 da RECOMENDAÇÃO N. 001/2024 - Conselho Federal da OAB. Disponível em: <<https://diario.oab.org.br/pages/materia/842347>>. Acesso em 18/02/2026.

33 Artigo 4.3.4 da RECOMENDAÇÃO N. 001/2024 - Conselho Federal da OAB. Disponível em: <<https://diario.oab.org.br/pages/materia/842347>>. Acesso em 18/02/2026.

fY\_s\_USaG5fTS>. Acesso em 18/02/2026.

CONSELHO FEDERAL DA OAB. Recomendação n. 001/2024 – Diretrizes para o uso de IA generativa pela advocacia. Disponível em: <<https://diario.oab.org.br/pages/materia/842347>>. Acesso em 18/02/2026.

UNIÃO EUROPEIA. REGULAMENTO (UE) 2024/1689 DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO de 13 de junho de 2024 que cria regras harmonizadas em matéria de inteligência artificial (Regulamento da Inteligência Artificial). Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj/eng>>. Acesso em 18/02/2026.

OAB DA ALEMANHA (BUNDESRECHTSANWALTSKAMMER). Hinweise zum Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) in Rechtsanwaltskanzleien, 2024. Disponível em: <[www.brak.de/fileadmin/service/publikationen/Handlungshinweise/BRAK\\_Leitfaden\\_mit\\_Hinweisen\\_zum\\_KI-Einsatz\\_Stand\\_12\\_2024.pdf](http://www.brak.de/fileadmin/service/publikationen/Handlungshinweise/BRAK_Leitfaden_mit_Hinweisen_zum_KI-Einsatz_Stand_12_2024.pdf)>. Acesso em 18/02/2026.

Kasznar Fekete, Elisabeth. BOOK REVIEW, Artificial Intelligence and Intellectual Property, The Trademark Reporter (TMR), revista científica editada pela INTA, Vol. 113 TMR, 717-722. Disponível em: <[www.inta.org/wp-content/uploads/public-files/resources/the-trademark-re](http://www.inta.org/wp-content/uploads/public-files/resources/the-trademark-re)

porter/TMR-Vol-113-No-4-July-August-2023\_Kasznar-Fekete-Book-Review.pdf>. Acesso em 18/02/2026.

Leite, Marcelo. Como proteger dados de clientes no uso de nuvem e inteligência artificial. Disponível em: <[www.youtube.com/live/68nNNbgvS9o?si=nent-pnvG5UhFmZe](https://www.youtube.com/live/68nNNbgvS9o?si=nent-pnvG5UhFmZe)>. Acesso em 18/02/2026.

EUA (USA) v. Heppner (Case 1:25-cr-00503-JSR Document 27 Filed 02/17/26). Disponível em: <[www.debevoisedatablog.com/wp-content/uploads/sites/2/2026/02/2026.02.17-Memorandum-USA-v.-Heppner.pdf](http://www.debevoisedatablog.com/wp-content/uploads/sites/2/2026/02/2026.02.17-Memorandum-USA-v.-Heppner.pdf)>. Acesso em 18/02/2026.



## BALCÃO DAS MARCAS UNIVERSAL TRADE MARKS

**MARCAS DISPONÍVEIS  
PARA VENDA**

Quer anunciar a venda de sua marca, patente ou outros bens intangíveis?  
Ou comprar uma marca nova? Bem vindos ao Balcão das Marcas!

Fone / Whatsapp: (55 11) 2058-5300  
[www.balcaodasmarcas.com](http://www.balcaodasmarcas.com) - email: [contato@balcaodasmarcas.com](mailto:contato@balcaodasmarcas.com)

## A PROPRIEDADE INDUSTRIAL E AS RELAÇÕES DE TRABALHO

Tereza Raquel Thomazini<sup>1</sup>  
terezaraquelthomazini@gmail.com

### INTRODUÇÃO

Estabelecer as condições de trabalho entre o empregador e o empregado parece ser uma tarefa corriqueira. Definir horários de entrada e saída, salário, benefícios e férias não é desafiador.

Mas, e se este trabalhador é contratado para desenvolver produtos ou está na linha de produção de uma indústria, por exemplo? Será que sua contratação corresponde ao cargo e funções descritas em contrato? O que deve constar neste documento que salvaguarda o empregador e remunera o trabalhador corretamente?

Agora, a questão salta aos olhos, não é mesmo?

Quando o assunto a ser tratado envolve desenvolvimento e/ou fabricação de produtos, não basta o empregador atentar-se apenas à Consolidação das Leis do Trabalho (Lei n.: 5.452/1943), mas também à Lei da Propriedade Industrial (Lei n.: 9.279/1996).

Isto porque, nestes casos o trabalho a ser executado nem sempre dependerá de tarefas braçais, mas do intelecto humano.

A criação de novos produtos, melhorias, aperfeiçoamentos de sistemas e ferramentas, por exemplo, podem resultar em pedidos de patentes de invenção e de modelo de utilidade (os quais serão objeto dessa discussão).

Sendo que, definir a titularidade e forma de retribuição ao empregado no começo (ou durante) da relação laboral - ainda que não seja contratado exatamente para desenvolver algo novo, pode ser crucial para evitar longas batalhas judiciais futuramente.

De forma que, para responder essas e outras perguntas que podem advir deste artigo, deve-se primeiro, analisar cada uma das leis citadas.

### BASES LEGAIS

Com 30 (trinta) anos de antecedência à promulgação do Código da Propriedade Industrial (Lei n.: 5.772/1972) e 50 (cinquenta) anos em relação à Lei da Propriedade Industrial, a Consolidação das Leis do Trabalho abarcou o tema de forma embrionária e trouxe normatização arrojada à época.

Isto porque, importante lembrar que a década de 1940 foi antecedida por grandes prejuízos financeiros que o Brasil sofria ainda em decorrência da quebra da Bolsa de Nova Iorque, em 1929. Muito próximo a isto, a Revolução de 30 marcou a assunção da Presidência por Getúlio Vargas, oportunidade em que o Washington Luís, foi deposto pelos ministros

<sup>1</sup> Advogada e Consultora em Propriedade Intelectual há 20 anos. Graduada em direito pela Universidade São Judas Tadeu. Pós-graduada em Propriedade Intelectual, pela ESA/OABSP. Diretora Jurídica e de Ética da ASPI. Coordenadora do Grupo de Estudos sobre Propriedade Intelectual na Comissão dos Acadêmicos e Acadêmicas da OAB/SP.

### SEMIÓTICA JURÍDICA

Consultoria e estudos envolvendo a aplicação das mais diversas teorias semióticas na área da Propriedade Intelectual, em especial nos conflitos envolvendo Direitos Autorais, Desenho Industrial, Marcas, Concorrência Desleal e parasitária, trade dress.

Elaboração de Pareceres, Laudos Técnicos, Perícias e Assistência Técnica em perícias judiciais.

SEMIÓTICA JURÍDICA - PARECERES E PERÍCIAS LTDA.

Tels./whatsapp: (11) 99214-3010 e (11) 99666-5071

Emails.: [sdelboux@uol.com.br](mailto:sdelboux@uol.com.br) / [sbairon@gmail.com](mailto:sbairon@gmail.com)

militares<sup>2</sup>. Ou seja, o país encontrava-se com a economia e política praticamente falidas.

Então, em meio à tantas tribulações, um olhar atento à indústria nacional faria a diferença. Neste momento, a recém promulgada Lei dispunha o seguinte:

Art. 454 - Na vigência do contrato de trabalho, as invenções do empregado, quando decorrentes de sua contribuição pessoal e da instalação ou equipamento fornecidos pelo empregador, serão de propriedade comum, em partes iguais, salvo se o contrato de trabalho tiver por objeto, implícita ou explicitamente, pesquisa científica.

Parágrafo único. Ao empregador caberá a exploração do invento, ficando obrigado a promovê-la no prazo de um ano da data da concessão da patente, sob pena de reverter em favor do empregado da plena propriedade desse invento.

E esta foi uma grande intervenção sobre propriedade industrial nas relações de trabalho. Neste momento, restou instituído que as invenções do empregado seriam de propriedade comum ao empregador se fizesse uso de equipamentos fornecidos pelo empregador (excluindo-se as pesquisas científicas).

Apesar de não trazer definições sobre outras possíveis formas de titularidade, a referida

Lei previa a transferência de titularidade da invenção ao empregado caso o empregador não explorasse monetariamente o bem no período de 01 (um) ano – o que não deixa de ser um grande avanço.

Mas, o tema deveria ser aprofundado. Com o advento do revogado Código de Propriedade Industrial, nos artigos 40 a 43, o legislador se debruçou sobre a questão e teceu com afinco maiores detalhes sobre quem pertenceria os inventos, bem como os aperfeiçoamentos, realizados durante a vigência de contrato de trabalho (ou não) – e a remuneração pertinente.

Assim, a revogada Lei deu o tom sobre o que conhecemos hoje: os artigos 88 a 93, da Lei da Propriedade Industrial.

### **A TITULARIDADE E REMUNERAÇÃO DE INVENÇÕES E MELHORIAS DESENVOLVIDAS POR FUNCIONÁRIOS**

Com a promulgação da Lei da Propriedade Industrial, o tema passou a ser melhor abordado e, no primeiro artigo do Capítulo XIV, o legislador normatiza - como divisor de águas - sobre a titularidade de invenção e/ou modelo de titularidade aquilo que decorrer ou não da relação de trabalho:

Art. 88. A invenção e o modelo de utilidade pertencem exclusivamente ao empregador quando decorrerem de contrato de trabalho cuja execução ocorra no Brasil e que tenha por objeto a pesquisa ou a atividade inventiva, ou resulte esta da natureza dos serviços para os quais foi o empregado contratado.

§ 1º Salvo expressa disposição contratual em contrário, a retribuição pelo trabalho a que se refere este artigo limita-se ao salário ajustado.

§ 2º Salvo prova em contrário, consideram-se desenvolvidos na vigência do contrato a invenção ou o modelo de utilidade, cuja patente seja requerida pelo empregado até 1 (um) ano após a extinção do vínculo empregatício.

Em outras palavras, se a invenção e/ou o modelo de utilidade decorrerem de contrato de trabalho cuja execução ocorra no Brasil e que tenha por objeto a pesquisa ou a atividade inventiva, ou resulte esta da natureza dos serviços para os quais foi o empregado contratado, a titularidade cabe ao empregador.

E mais: se o empregado depositar em seu nome pedido de patente de invenção ou de modelo de utilidade em até 01 (um) ano de seu desligamento, pressupõe-se que a titularidade pertence ao empregador.

Neste ponto a Lei foi cuidadosa com o empregador<sup>3</sup>:

A matéria deste parágrafo é mais uma garantia para o empregador, uma vez que determina uma margem de segurança para a "extinção" dos direitos advindos do contrato de trabalho firmado com o empregado no que tange à Propriedade Industrial.

2 Centro de Memória Virtual do Tribunal Regional do Trabalho da 7ª Região. Disponível em: [https://memo.trt7.siabi.cloud/linha\\_do\\_tempo](https://memo.trt7.siabi.cloud/linha_do_tempo). Acesso em: 12 fev. 2026.

3 IDS. Instituto Dannemann Siemsen de Estudos da Propriedade Intelectual. Comentários à Lei da Propriedade Industrial. Rio de Janeiro: Renovar, 2005. p.166.

Com tal previsão se evita, ao menos, que ao desenvolver invento que pertença ao empregador nos termos do caput, o empregado se desligue da empresa e, imediatamente, requeira patente em seu nome. Por outro lado, a vinculação não pode se estender indefinidamente, tendo o legislador julgado razoável o prazo de um ano.

Por sua vez, o artigo 90 regulamenta que o bem pertencerá ao empregado quando o objeto da patente e/ou modelo de invenção não advir do contrato de trabalho e tampouco do uso de materiais fornecidos pelo empregador.

Importante ressaltar que, a Lei da Propriedade Industrial não define apenas de um ou de outro a titularidade, mas também traz equilíbrio ao sistema e estabelece que será de propriedade comum quando "resultar da contribuição pessoal do empregado e de recursos, dados, meios, materiais, instalações ou equipamentos do empregador, ressalvada expressa disposição contratual em contrário", conforme dispõe o artigo 91.

Contudo, não foi somente a titularidade que a Lei da Propriedade Industrial passou a definir, mas outro ponto de atrito, como a questão da remuneração ao empregado – se será devida ou não e em que momento.

Neste ponto, no parágrafo 1º do artigo 88, a citada Lei deixa claro que a remuneração por aquilo que resultar do contrato de trabalho limitado ao salário estipulado e combinado entre as partes – sendo que a exploração do bem será apenas por parte do empregador.

Em relação ao empregado, em apenas uma situação poderá sozinho explorar economicamente o bem: quanto for sua a titularidade – é o que se depreende do artigo 90.

Além disso, a mesma Lei traz um pouco de humanidade às situações corriqueiras e balanceia a relação entre as partes (mesmo que também aplique exceções pouco práticas, como será indicado a seguir).

No artigo 89, a Lei faculta ao empregador remunerar o empregado com base na participação nos ganhos econômicos resultantes da exploração do bem, mediante negociação com o interessado ou conforme disposto em norma da empresa.

Por outra via, em seu parágrafo único faz uma importante ressalva: "*A participação referida neste artigo não se incorpora, a qualquer título, ao salário do empregado*". Ou seja, esta quantia não incide para fins de remuneração de férias, 13º (décimo terceiro) salário e demais verbas trabalhistas.

A mesma Lei garante ainda justa remuneração ao empregado quando a propriedade da invenção ou de modelo de utilidade for comum, nos moldes do artigo 91, §2º. No entanto, aqui a Lei falha.

Isto porque deixou de definir o que seria a "justa remuneração". E neste ponto, entende-se que realmente é uma falta de atenção do legislador, pois nos artigos seguintes da citada Lei restaram estabelecidas pontualmente formas de cálculos de indenização a serem pagos pelos infratores em casos de violação aos bens de propriedade industrial dos

titulares – inteligência dos artigos 208 a 210. De forma que, não seria tão complicado assim ater-se a esta definição tão importante.

Assim, a Lei abre espaço para grandes discussões, tendo em vista que caberá aos operadores do Direito desenvolver algumas hipóteses de quantificação, como a divisão em partes iguais o lucro líquido sobre a venda do produto, ou pagamento de quantia fixada mensal ou anualmente fixada com base no salário do empregado, por exemplo. É o que tem feito os Magistrados.

À propósito, recentemente, a Professora Neide Bueno, teceu o seguinte comentário<sup>4</sup>:

Considerando que não há uma definição legal que quantifique uma "justa remuneração", fica a cargo do juízo os critérios para arbitrar o quantum devido pelo empregador/contratante ao empregado/contratado, com amparo nos princípios da equidade e razoabilidade. Por vezes, a jurisprudência trabalhista tem considerado que metade do lucro da exploração lucrativa do invento caberá ao empregado, mesmo no caso de haver uma norma interna e unilateral da empresa sobre a questão, aplicando-se uma avaliação que seja mais benéfica ao empregado inventor.

Sob a ótica dos litígios trabalhistas, vale destacar que, nos inventos criados

4 BUENO, Neide. CESÁRIO Kone. CARNEIRO Tayná. LAGASSI Verônica. Comentários à Lei de Propriedade Industrial. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2023. p. 48-49.

nas relações de emprego, não têm sido considerado se a patente foi ou não requerida pelo empregado inventor, ou mesmo se o pedido de patente ainda não foi concedido. O que se considera relevante é se a empresa vem utilizando o invento em benefício próprio sem conceder a justa contraprestação econômica ao empregado pela sua exploração (Acórdão do Ag-AIRR - 495-51.2014.5.17.0003. 5ª Turma do TST. Relator: Breno Medeiros. Julgado: 17/06/2020).

Superada essa questão (ao menos, tentamos), um ponto inegável é a firmeza da Lei da Propriedade Industrial (decorrente da Lei anterior, Código de Propriedade Industrial, no §1º do artigo 42) ao definir que o empregador poderá perder a titularidade do bem para o empregado se não a explorar na forma como define o §3, do artigo 91:

"§ 3º A exploração do objeto da patente, na falta de acordo, deverá ser

iniciada pelo empregador dentro do prazo de 1 (um) ano, contado da data de sua concessão, sob pena de passar à exclusiva propriedade do empregado a titularidade da patente, ressalvadas as hipóteses de falta de exploração por razões legítimas."

Contudo, o acréscimo de um trecho em relação ao texto antecedente alterou consideravelmente a possibilidade da transferência de titularidade. Isto porque, se houver razões legítimas que impeçam o início da exploração pelo empregador, então o bem continua a pertencê-lo – como a impossibilidade de comercialização por falta de insumo que, eventualmente foi proibido de ser utilizado no Brasil.

Por fim, importante ressaltar que, de acordo com o artigo 92 da Lei da Propriedade Industrial, todas essas normas aplicam-se, no que couber, *"às relações entre o trabalhador autônomo ou o estagiário e a empresa contratante e entre empresas contratantes e contratadas"*.

## DA JURISPRUDÊNCIA ATUAL

Feitas essas considerações, bem se nota que o tema não é de fácil resolução. Isto porque, casos em que esses pontos são discutidos judicialmente podem levar anos, como é o caso da demanda trabalhista movida por ex-funcionários da Vale S.A..

Em trecho citado abaixo, retirado do Acórdão proferido nos Autos do Agravo em Recurso de Revista que tramitou perante o Tribunal Superior do Trabalho, sob o n.: TST-Ag-AIRR-495-51.2014.5.17.0003, os Reclamantes buscaram receber indenização pelo desenvolvimento de ferramenta, sob a alegação de que o bem melhorou a produtividade da empresa:

"(...) Agravo não provido. DIREITO DE PROPRIEDADE. REMUNERAÇÃO DECORRENTE DA UTILIZAÇÃO DE INVENTO CRIADO POR TRABALHADOR NO CURSO DO CONTRATO DE TRABALHO. ART. 91, § 2º, DA LEI N.º 9.279/96. (...) No caso dos autos, o e. TRT



## tinoco soares sociedade de advogados

marcas, patentes e direitos autorais

José Carlos Tinoco Soares  
(Desde o ano de 1943)

Doutor em Direito Comercial pela Faculdade de  
Direito da Universidade de São Paulo  
Diploma de Reconocimiento por la obra de toda su  
vida en el ejercicio y enseñanza del Derecho por la  
Universidad de la Habana-Cuba  
Acadêmico Honorário da Academia Nacional de  
Ciências Jurídicas de Bolívia  
Fundador e Sócio Benemérito da Associação  
Paulista da Propriedade Intelectual ASPI  
Membro de Honra Vitalício da Associação  
Brasileira da Propriedade Intelectual ABPI  
Membro de Honra da Asociación Interamericana de  
la Propiedad Intelectual - ASIPI

José Carlos Tinoco Soares Junior  
(Desde o ano de 1980)

FILIAL:  
20071-000 - Rio de Janeiro, RJ.

Av. Presidente Vargas, 482 - 5º andar - s/514  
Fone: (0xx21) 2253-0944  
Fax: (0xx21) 2253-0944

INTERNET: <http://www.tinoco.com.br>  
E-mail: [tinoco@tinoco.com.br](mailto:tinoco@tinoco.com.br)

MATRIZ:  
04063-001 - São Paulo, SP.

Av. Indianópolis, 995  
Tels.: (0xx11) 5084-5330 / 5084-5331  
5084-5332 / 5084-5946 / 5084-1613  
(0xx11) 5084-5334  
Fax: (0xx11) 5084-5337  
Caixa Postal 2737 (CEP 01060-970)

concluiu que o equipamento desenvolvido pelos reclamantes cuida-se de ato inventivo e resultou em melhoria funcional traduzida em maior produtividade para a reclamada, que já utiliza o referido equipamento, de maneira que os empregados fazem jus à justa remuneração, registrando-se, ainda, que “a inovação não resultou da natureza do serviço para o qual os reclamantes foram contratados, mas de contribuição pessoal destes com o concurso de recursos, dados, meios, matérias, instalações e equipamentos da reclamada”. Nesse contexto, em face do quadro fático de-

lineado no acórdão recorrido, estamos a tratar da modalidade invenção de empresa, tendo os empregados, portanto, direito ao recebimento de uma “justa remuneração”, com fundamento no art. 91, § 2.º, da Lei 9.279/96, porquanto o invento não foi objeto de prévia contratação, sendo ele extracontratual, e que a empresa obteve vantagem financeira em face da utilização do invento. Julgados.”

Outro caso interessante, é a demanda que tramita perante a Justiça Federal do Rio de Janeiro, sob o nº 5070335-86.2020.4.02.5101, nos autos da Ação de Adjudicação de

Patente, pleiteia o Autor, entre outros pedidos, que seja declarada a sua titularidade em relação aos direitos gerados pelo pedido de patente BR 10 2017 008769 7, sob a alegação de que o referido pedido depositado pela Prosegur Brasil S/A, apesar de ser nomeado como inventor do bem.

Para tanto, sustenta que, na função de gerente de frotas, identificou falhas nos carros-fortes e apresentou soluções à empresa, que as teria acatado e desenvolvido novo produto.

Em sentença, o Magistrado julgou improcedentes os pedidos autorais, por entender que o Autor não demonstrou ser o responsável pela criação



## GESTÃO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL

*Se você já registrou sua marca ou patente por conta própria, mas não tem tempo ou conhecimento técnico para acompanhar os desdobramentos desse processo, **nós fazemos isso por você.***

- ✓ *Alertas de prazos*
- ✓ *Monitoramento de processos administrativos perante o INPI e processos judiciais*

e desenvolvimento da patente em questão, além de informar que, por não possuir formação como projetista, necessitou de auxílio dos especialistas em blindagem de veículos fortes para desenvolver as melhorias. E ainda expôs:

Assim, resta claro que o desenvolvimento do objeto da patente se deu no âmbito da empresa e no horário de trabalho, como informaram as testemunhas, e que as despesas para desenvolvimento do protótipo foram pagas com recursos da sociedade ré.

Além de restar claro que o autor contou com a forte e decisiva participação e coordenação da Prosegur no desenvolvimento do projeto, até porque ele mesmo declarou na inicial que não tinha conhecimento técnico para desenvolvê-lo sozinho, o mesmo se verifica em relação à utilização imprescindível da estrutura e recursos da empresa.

Neste diapasão, a situação no caso concreto não se amolda à ressalva prevista no artigo 90 da LPI acima reproduzido, uma vez que conquanto a solução tecnológica tenha sido idealizada pelo autor, o invento apenas foi de efetivamente implementado mediante o uso de recursos humanos e materiais da empresa empregadora, o que afasta o alegado direito de titularidade exclusiva da patente evocado pelo autor, na condição de empregado.

## CONCLUSÃO

Posto isto, as explanações acima servem de base para passarmos às respostas para as perguntas iniciais e sugerir que deve haver um olhar atento – tanto por parte do empregador, quanto por parte do empregado – no momento da admissão de funcionários que, especialmente, são contratados para desenvolver algo novo e/ou aqueles estão na linha de produção de uma indústria, por exemplo.

De forma que, a pergunta sobre o que deve constar no contrato de trabalho que salvaguarda o empregador e remunera o empregado corretamente implica na resposta crucial: o documento deve prever explicitamente todas as atividades vinculadas ao empregado contratado e abranger situações futuras, bem como estipular desde o início a quem pertencerá a titularidade e a forma de remuneração de lucro advindo de patente de invenção ou modelo de utilidade, se assim o empregador desejar. É claro que em situações como a que tramita perante a Justiça Federal do Rio de Janeiro, citada acima, foge à regra. Mas, nada obsta de ajustes serem feitos durante a relação de emprego.

Importante ainda é definir que a decisão não seja unilateral (somente por parte do empregador), pois como demonstrado, regulamentações por parte unicamente das empresas vêm sendo derrubadas pelos tribunais.

## Referências:

IDS. Instituto Dannemann Siemsen de Estudos da Propriedade

Intellectual. Comentários à Lei da Propriedade Industrial. Rio de Janeiro: Renovar, 2005.

BUENO, Neide. CESÁRIO Kone. CARNEIRO Tayná. LAGASSI Verônica. Comentários à Lei de Propriedade Industrial. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2023.

BRASIL. Lei nº 5.452 de 1º de maio de 1943. Consolida as Leis do Trabalho.

Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del5452.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm)>. Acesso em: 12 fev. 2026.

BRASIL. Lei nº 5.572 de 21 de dezembro de 1971. Instituiu o Código da Propriedade Industrial.

Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l5772.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5772.htm)>. Acesso em: 12 fev. 2026.

BRASIL. Lei nº 9.279 de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.

Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9279.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm)>. Acesso em: 12 fev. 2026.

Centro de Memória Virtual do Tribunal Regional do Trabalho da 7ª Região. Disponível em: <[https://memo.trt7.siabi.cloud/linha\\_do\\_tempo](https://memo.trt7.siabi.cloud/linha_do_tempo)>. Acesso em: 12 fev. 2026.

Tribunal Superior do Trabalho. Disponível em: <<https://www.tst.jus.br/>>. Acesso em: 12 fev. 2026.

Justiça Federal do Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://www.trf2.jus.br/>>. Acesso em: 12 fev. 2026.

## OS IMPACTOS DO ECA DIGITAL E DA LEI Nº 15.325/2026

### NA ATUAÇÃO DE INFLUENCIADORES MIRINS NO ECOSISTEMA DIGITAL BRASILEIRO

Talita N. Sabatini Garcia<sup>1</sup>

Luiz Cassio dos S. Werneck Netto<sup>2</sup>

Stephanie Vitória Ferreira de Oliveira<sup>3</sup>

#### 1. Introdução

A presença de crianças e adolescentes no ambiente digital deixou de ser circunstancial e passou integrar, de forma definitiva, a dinâmica social contemporânea. Plataformas de vídeo, redes sociais, jogos online e serviços de compartilhamento de conteúdo passaram a integrar o cotidiano infantojuvenil com a mesma intensidade comparável — e, em certos aspectos, superior — aos espaços tradicionais de formação, como escola, família e os espaços de convivência física.

Nesse novo cenário, crianças e adolescentes não se limitam à posição de destinatários de mensagens publicitárias. Atuam como criadores de conteúdo, protagonistas de projetos audiovisuais, participantes de campanhas, e, em muitos casos,

agentes econômicos inseridos na chamada economia criativa<sup>4</sup>. A atuação infantojuvenil no ambiente online, envolve simultaneamente, dimensões de expressão cultural, trabalho artístico, consumo e circulação de dados pessoais.

O debate jurídico brasileiro ainda costuma concentrar-se na figura do “influenciador mirim”, como se a problemática se restringisse à veiculação de publicidade por perfis infantis. Contudo, a realidade é mais complexa.

O ordenamento brasileiro já possuía instrumentos protetivos relevantes, como o Estatuto da Criança e do Adolescente<sup>5</sup> (ECA), o Código de Defesa do Consumidor<sup>6</sup> (CDC), concebidos no mundo analógico em contexto anterior à consolidação do ambiente digital na década de 90. Posteriormente, no século XXI, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais<sup>7</sup> (LGPD) incorporou a dimensão informacional da proteção, reconhecendo a centralidade dos dados na economia contemporânea.

Paralelamente à atuação estatal, o Brasil consolidou modelo misto de regulação publicitária, no qual a autorregulamentação exerce papel relevante. O Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), por meio do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária<sup>8</sup> (CBAP) e do Guia de Publicidade por Influenciadores Digitais<sup>9</sup>, estruturou parâmetros éticos específicos para a comunicação comercial em ambiente digital, inclusive quando realizada por menores de idade.

A promulgação do ECA Digital<sup>10</sup> (Lei Federal nº 15.211/2025), introduz nova camada regulatória ao impor deveres técnicos às plataformas digitais, especialmente no que se refere à verificação de idade, à vedação de publicidade comportamental e à mitigação de riscos estruturais. Não se trata apenas de reforçar princípios já existentes, mas de deslocar o foco da análise do conteúdo individual para a arquitetura dos serviços digitais.

1 Talita N. Sabatini Garcia, sócia da área de Propriedade Intelectual e co gestora da área de Mídia e Entretenimento e contratos relacionados do IW Melcheds Advogados, Professora da PUC-PR da especialização de Propriedade Intelectual, Vice-Diretora Jurídica da ABRAL e Membro do Núcleo de Estudos de Direitos Autorais, Entretenimento e Publicidade da Diretoria Cultural da ASPI. E-mail: talita@iwmr.com.br

2 Luiz Cassio dos Santos Werneck Netto, sócio responsável pelas áreas de Mídia e Entretenimento, Contratos Empresariais e Direito Autoral do IW Melcheds Advogados, com ampla experiência na estruturação de estratégias comerciais e modelos de negócios, bem como na análise, elaboração e negociação de contratos. Atuou como conselheiro do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR). E-mail: werneck@iwmr.com.br

3 Stephanie Vitória Ferreira de Oliveira, advogada atuante nas áreas de Propriedade Intelectual e Legal Marketing no IW Melcheds Advogados. Pós-graduada em Propriedade Intelectual e Direito da Inovação pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). E-mail: stephanie.oliveira@iwmr.com.br

4 BRASIL. PUCRS Online. *O que é Economia Criativa?* Disponível em: <https://online.pucrs.br/blog/economia-criativa>. Acesso em: 19 fev. 2026.

5 BRASIL. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Estatuto da Criança e do Adolescente. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8069.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm). Acesso em: 17 jan. 2026.

6 BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm). Acesso em: 17 jan. 2026.

7 BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm). Acesso em: 24 jan. 2026

8 BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA (CONAR). Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (CBAP). Disponível em: <http://www.conar.org.br/codigo/codigo.php>. Acesso em: 25 jan. 2026.

9 BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA (CONAR). Guia de Publicidade por Influenciadores Digitais. Disponível em: [http://conar.org.br/pdf/CONAR\\_Guia-de-Publicidade-Influenciadores\\_2021-03-11.pdf](http://conar.org.br/pdf/CONAR_Guia-de-Publicidade-Influenciadores_2021-03-11.pdf). Acesso em: 19 fev. 2026.

10 BRASIL. Lei nº 15.211, de 17 de setembro de 2025. Dispõe sobre a proteção de crianças e adolescentes no ambiente digital e altera a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente). Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2023-2026/2025/lei/L15211.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2025/lei/L15211.htm). Acesso em: 17 fev. 2026.

Recentemente, a Lei Federal nº 15.325/2026 reconhece e disciplina o exercício da profissão de multimídia<sup>11</sup>, conferindo densidade institucional à produção de conteúdo digital. Não se trata apenas de ampliar obrigações, mas de redefinir a distribuição de responsabilidades no ambiente digital.

Diante desse cenário, o presente artigo examina os impactos do ECA Digital e da Lei nº 15.325/2026 na atuação de influenciadores digitais menores de idade no Brasil, analisando: (i) a evolução do regime jurídico aplicável à publicidade e ao trabalho artístico infantojuvenil; (ii) a interação entre regulação estatal e autorregulação publicitária; e (iii) os limites e desafios da nova arquitetura normativa no ambiente digital.

## 2. Proteção infantojuvenil no mercado da comunicação digital

A Constituição Federal (CF), em seu artigo 227, estabelece o regime jurídico da proteção integral, que atribui à família, à sociedade e ao Estado o dever de assegurar, com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos fundamentais de crianças e adolescentes<sup>12</sup>.

A CF também, por sua vez, estabelece parâmetros éticos à comunicação social e restringe a publicidade de determinados produtos de risco, evidenciando que o ordenamento não proíbe a publicidade infantil de forma

genérica, mas condiciona sua licitude ao respeito à dignidade e à proteção do menor.

Além disso, com a incorporação da Convenção sobre os Direitos da Criança<sup>13</sup>, por meio do Decreto nº 99.710/1990, reforça essa diretriz ao afirmar o princípio do melhor interesse do menor e a necessidade de proteção contra formas de exploração econômica incompatíveis com sua condição peculiar de desenvolvimento.

O ECA concretiza essa lógica ao reconhecer crianças e adolescentes como sujeitos de direitos, titulares de proteção específica em razão de sua formação física, psíquica e moral ainda em desenvolvimento. Essa condição impõe tratamento jurídico diferenciado, mas não significa exclusão da participação em atividades culturais, artísticas ou comunicacionais.

No âmbito das relações de consumo, o CDC, estabelece limites objetivos à comunicação mercadológica. O art. 37, § 2º, considera abusiva a publicidade que se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da

criança. A vedação incide sobre o conteúdo ilícito, e não sobre o simples fato de a mensagem ser dirigida ao público infantil.

Da mesma forma, o CBAP e de guias específicos para influenciadores digitais, estabelecem padrões éticos de transparência e respeito à vulnerabilidade do público infantojuvenil, conferindo maior celeridade à adequação das práticas de mercado.

Essa estrutura, originalmente desenhada para meios tradicionais, encontra desafios particulares no ambiente digital, em que a influência não se dá apenas pelo conteúdo explícito, mas também pela própria dinâmica de funcionamento das plataformas.

## 3. Bases regulatórias tradicionais

Como já delineado, o sistema brasileiro de proteção de crianças e adolescentes estruturava-se sobre um conjunto de pilares normativos complementares, notadamente o ECA, o CDC, a LGPD e o sistema de autorregulação publicitária representado pelo CBAP.

O ECA analógico estabeleceu mecanismos estrutura-

13 BRASIL. Decreto nº 99.710, de 21 de novembro de 1990. Convenção sobre os Direitos da Criança. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/1990-1994/d99710.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/d99710.htm). Acesso em: 17 jan. 2026.

11 BRASIL. Lei nº 15.325, de 6 de janeiro de 2026. Dispõe sobre o exercício da profissão de multimídia. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2023-2026/2026/lei/L15325.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2026/lei/L15325.htm). Acesso em: 17 fev. 2026.

12 BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Artigo 227. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 17 jan. 2026.



**Serviços Técnicos**

- Patentes - PI e MU
- Desenho Industrial
- Marcas padrão INPI
- Direito Autoral

**Perícia Técnica em Ações Judiciais**

Tel.: (11) 3864-4307  
[d.integral@uol.com.br](mailto:d.integral@uol.com.br)  
[www.desenhointegral.com.br](http://www.desenhointegral.com.br)

Desde 1992

in ig fb

dos de controle e fiscalização da participação de menores em atividades públicas, artísticas e econômicas. A legislação condiciona determinadas atuações à prévia autorização judicial, materializada na exigência de alvará específico, e impõe balizas voltadas à preservação do desenvolvimento físico, psicológico, moral e educacional da criança e do adolescente, sob acompanhamento do Ministério Público e do Poder Judiciário.

Para além dos instrumentos formais de controle, o ECA estrutura-se sobre princípios fundamentais que informam toda a lógica protetiva do ordenamento, notadamente a proteção integral e o melhor interesse da criança. Tais diretrizes asseguram ao menor o direito à dignidade, ao respeito, à preservação da imagem e ao desenvolvimento saudável, estabelecendo balizas destinadas a prevenir exposições indevidas e práticas incompatíveis com sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento.

O Código de Defesa do Consumidor, por sua vez, consolidou proteção específica no âmbito das relações de consumo ao qualificar como abusiva a publicidade que se

aproveite da deficiência de julgamento ou experiência da criança. Tal comando normativo não estabelece uma proibição genérica da publicidade dirigida ao público infantil, mas impõe limites jurídicos voltados à repressão de práticas abusivas. A norma exige que a comunicação mercadológica observe padrões de transparência, lealdade e adequação compatíveis com o estágio de desenvolvimento cognitivo dos menores.

A Lei Geral de Proteção de Dados acrescentou dimensão informacional a essa tutela ao instituir regime protetivo diferenciado para o tratamento de dados pessoais de crianças e adolescentes. Além da exigência de consentimento específico e destacado dos responsáveis legais, a legislação impõe que o tratamento observe o melhor interesse do menor, vedando práticas aptas a explorar sua vulnerabilidade ou induzi-lo ao fornecimento indevido de informações.

A norma densifica, ainda, deveres de finalidade, necessidade, segurança e transparência, refletindo a preocupação com os riscos inerentes a um ambiente digital estruturado sobre coleta, tratamento e circulação intensiva de dados.

Paralelamente ao controle estatal, consolidou-se no Brasil um relevante sistema de autorregulação publicitária, capitaneado pelo CONAR, que, por meio do CBAP, estabelece parâmetros éticos voltados à proteção do público infantojuvenil.

O CBAP impõe cautelas, restrições e deveres específicos aplicáveis à publicidade dirigida a crianças e adolescentes, destacando-se, entre outros aspectos, a exigência de identificação clara do conteúdo publicitário, a vedação a apelos imperativos de consumo e a proibição da exploração da deficiência de julgamento e experiência da criança.

No que toca *merchandising* em conteúdos destinados ao público infantil. A autorregulação parte do reconhecimento de que a integração da mensagem comercial ao conteúdo editorial reduz a capacidade de identificação da natureza publicitária, circunstância particularmente sensível quando se trata de crianças.

Nesse contexto, veda-se a inserção de comunicações mercadológicas de forma dissimulada ou integrada à narrativa de conteúdos infantojuvenis, justamente para evitar que a



NEOCONT

ASSESSORIA TRIBUTÁRIA E CONTÁBIL



+55 11 4675-6274 / 11 4975-6575



Rua Cretã, 33 - Pq. Novo Oratório  
Santo André - SP - Cep 0950-460



neocont@neocont.com.br

publicidade se confunda com o entretenimento.

Embora robustos e complexos, tais instrumentos foram concebidos em um contexto comunicacional substancialmente distinto, caracterizado por estruturas mais estáveis, controle editorial definido e maior previsibilidade dos fluxos informacionais.

A consolidação das mídias digitais alterou profundamente essa lógica. A comunicação e a atividade publicitária tornaram-se amplamente acessíveis, descentralizadas e marcadas pela massificação da criação de conteúdos, frequentemente desprovida de mecanismos formais de controle editorial. Nesse novo cenário, ampliaram-se não apenas as possibilidades de interação, mas também os riscos associados à exposição, à circulação de mensagens comerciais e à diluição das fronteiras entre conteúdo, entretenimento e publicidade.

### **3.1. O ECA Digital (Lei nº 15.211/2025): mudança de paradigma regulatório**

A introdução do chamado ECA Digital no sistema normativo brasileiro alterou significativamente a dinâmica regulatória do mercado ao incorporar uma lógica de tutela preventiva e estrutural dos riscos inerentes ao ambiente online. A norma foi publicada em 17 de setembro de 2025 e sua entrada em vigor ocorrerá em 17 de março de 2026, conforme previsto em seu artigo 41-A.

O ECA Digital não veio para substituir o sistema protetivo tradicional, mas para reforçar os deveres já implícitos no microssistema de proteção da

criança, exigindo postura mais ativa dos diversos agentes que atuam no ambiente digital.

Em um contexto até então marcado pela ausência de controle ou gestão centralizada dos conteúdos, a lógica regulatória passa a demandar iniciativas preventivas, especialmente por parte das plataformas e provedores, responsáveis pelas ferramentas tecnológicas disponibilizadas ao mercado e diretamente beneficiados por sua utilização.

A ascensão dos influenciadores infantis insere-se de forma particularmente sensível nesse novo contexto regulatório. A publicidade veiculada por criadores mirins frequentemente se apresenta integrada à narrativa do conteúdo, diluindo as fronteiras entre entretenimento, exposição pessoal e promoção comercial.

Tal característica projeta implicações jurídicas relevantes. A inserção de produtos, marcas ou serviços de terceiros em conteúdos protagonizados por menores potencializa riscos associados à publicidade dissimulada e à dificuldade de identificação da natureza publicitária das mensagens.

Nesse cenário, a disciplina introduzida pelo ECA Digital revela-se especialmente relevante ao reforçar um modelo de responsabilização distribuída e de gestão antecipada dos riscos digitais, oferecendo parâmetros interpretativos mais consistentes para a análise dessas dinâmicas comunicacionais.

A amplitude da disciplina estabelecida pelo ECA Digital envolve temas diversos e interdependentes. Para os fins do

presente estudo, destacam-se alguns dos vetores regulatórios que melhor evidenciam as alterações estruturais introduzidas pela nova legislação.

#### **a) Proteção estrutural e arquitetura dos serviços digitais**

O ECA Digital introduz alteração relevante na lógica protetiva ao deslocar o foco regulatório da análise de condutas isoladas para a própria estrutura dos serviços digitais. A tutela jurídica deixa de incidir exclusivamente sobre comportamentos específicos e passa a alcançar o desenho, o funcionamento e a organização dos ambientes digitais.

Nesse modelo, a proteção de crianças e adolescentes não se limita à repressão de conteúdos ilícitos ou práticas abusivas. A mitigação dos riscos associados à exposição e à interação no ambiente digital passa a integrar a lógica regular de prestação dos serviços, exigindo a adoção de mecanismos preventivos compatíveis com a natureza e a intensidade das atividades desenvolvidas.

A proteção assume, assim, dimensão estrutural. Riscos deixam de ser compreendidos apenas como resultado de atos individuais e passam a ser analisados à luz das arquiteturas tecnológicas, dos fluxos informacionais e das dinâmicas de funcionamento das plataformas.

Tal racional aproxima-se de modelos regulatórios contemporâneos, nos quais a mitigação de riscos constitui elemento inerente à própria concepção dos serviços. A lógica de proteção passa a dialogar

diretamente com decisões de design, configuração de funcionalidades e estruturação de mecanismos de controle.

Consolida-se, nesse contexto, uma tutela voltada à gestão contínua dos riscos digitais, compatível com a natureza descentralizada, dinâmica e tecnologicamente mediada dos ecossistemas digitais, com reflexos diretos sobre a forma de veiculação e identificação de comunicações mercadológicas em conteúdos protagonizados por menores.

#### 4. Do controle de acesso - *Age gate*

A proteção deixa de se limitar à repressão de condutas específicas e passa a incidir sobre o funcionamento regular dos ambientes digitais, impondo deveres positivos aos provedores e plataformas, tais como a implementação de ferramentas de supervisão parental, controles de privacidade reforçados, mecanismos de verificação etária e medidas de mitigação de riscos sistêmicos. Consolida-se, assim, o deslocamento do eixo regulatório do controle de condutas isoladas para a gestão estrutural dos riscos digitais.

Entre os instrumentos técnicos previstos nesse novo paradigma regulatório, destaca-se o chamado *age gate*, mecanismo de verificação etária destinado a restringir o acesso de menores a conteúdos ou funcionalidades incompatíveis com sua faixa de desenvolvimento.

A experiência prática demonstra que sistemas baseados exclusivamente em auto-declaração etária apresentam fragilidade estrutural, pois

não asseguram verificação consistente da idade do usuário e acabam por deslocar para o próprio menor, justamente o sujeito hiper vulnerável, o ônus da barreira protetiva.

A lógica protetiva do ECA Digital impõe aos fornecedores deveres positivos de mitigação de riscos, compatíveis com a natureza, a intensidade e o impacto potencial das atividades desenvolvidas.

Embora a legislação tenha introduzido o dever de adoção de mecanismos de verificação etária, não foram estabelecidos parâmetros técnicos objetivos capazes de orientar, de forma uniforme, a implementação des-sas soluções.

A ausência de balizas técnicas claras suscita questionamentos práticos relevantes: qual modelo de controle pode ser considerado efetivamente confiável? Quais mecanismos atendem ao padrão de adequação esperado pela norma? Em um ambiente regulatório marcado por deveres tecnológicos abertos, tais indefinições tendem a ampliar a percepção de insegurança jurídica.

Nesse contexto, mostra-se recomendável que o tema seja objeto de regulamentação específica, apta a estabelecer critérios técnicos mais precisos e parâmetros objetivos de conformidade, contribuindo para maior previsibilidade regulatória e segurança jurídica.

#### 5. Da responsabilidade na proteção da criança no ambiente digital

Na lógica do ECA Digital, medidas técnicas isoladas não se mostram suficientes para assegurar a efetividade do

sistema protetivo. A proteção de crianças e adolescentes no ambiente digital pressupõe atuação coordenada de múltiplos agentes, em regime de corresponsabilidade.

A tutela assume, assim, natureza sistêmica e dinâmica, na qual cada agente responde pelos riscos inerentes à sua esfera de atuação.

Tal distribuição de deveres revela-se especialmente relevante no ambiente digital, em que os riscos não decorrem exclusivamente de conteúdos ilícitos, mas também de práticas recorrentes como a exposição excessiva, a publicidade não identificada, a manipulação comportamental e a coleta intensiva de dados.

Nesse contexto, a proteção efetiva exige a conjunção de três dimensões complementares:

(i) prevenção, voltada à redução da probabilidade de exposição a riscos;

(ii) detecção e resposta, destinadas à gestão de incidentes e conteúdos potencialmente nocivos; e

(iii) rastreabilidade e responsabilização, essenciais à correção de condutas e à viabilização de medidas reparatórias.

A lógica de corresponsabilidade adotada pelo ECA Digital manifesta-se na própria distribuição dos deveres jurídicos previstos na legislação. As plataformas e provedores de serviços digitais, por exemplo, passam a assumir obrigações estruturais de proteção, como a implementação de mecanismos de verificação etária, controles de privacidade

re-forçados e ferramentas de supervisão parental, refletindo o reconhecimento de que tais agentes são responsáveis pela arquitetura tecnológica e pelos riscos inerentes às funcionalidades disponibilizadas.

Aos pais ou responsáveis legais, por sua vez, incumbem deveres relacionados à supervisão do uso das tecnologias, à autorização para tratamento de dados pessoais e ao acompanhamento das atividades digitais dos menores, reafirmando o papel central da responsabilidade parental na proteção infantojuvenil.

A legislação também projeta efeitos sobre agentes econômicos que se valem do ambiente digital, como anunciantes e criadores de conteúdo, ao reforçar exigências de transparência, identificação publicitária e respeito à condição de vulnerabilidade de crianças e adolescentes.

Evidencia-se, assim, que a tutela jurídica deixa de se concentrar em um único polo regulatório e passa a operar por meio de uma alocação funcional de deveres, compatível com a natureza descentralizada e dinâmica do ambiente digital, em que riscos são produzidos por interações sistêmicas e não apenas por condutas individuais isoladas.

## 6. Profissionalização da criação de conteúdo e reflexos regulatórios

Recentemente a Lei nº 15.325/2026 passou a reconhecer formalmente a atividade de criação de conteúdo multimídia, inserindo elemento institucional relevante no ecossistema digital brasileiro. Embora a norma não tenha sido concebida especificamente como instrumento de tutela infantojuvenil ou disciplina da publicidade, seus efeitos projetam consequências jurídicas indiretas, mas potencialmente significativas.

O reconhecimento normativo da atividade contribui para a consolidação de maior densidade jurídica e econômica do setor, afastando a percepção histórica de informalidade que marcou parte relevante do mercado de influenciadores digitais.

A profissionalização normativa não altera a licitude dos modelos de monetização correntes no ambiente digital. Tais modelos permanecem juridicamente válidas estruturas baseadas em performance, alcance, engajamento, vendas ou visualizações, desde que observados parâmetros de transparência, previsibilidade contratual e clareza na definição das obrigações assumidas pelas partes.

O impacto mais relevante da norma reside, portanto, na reorganização da lógica de responsabilização. Ao conferir reconhecimento institucional à atividade, amplia-se a previsibilidade quanto à identificação dos agentes econômicos envolvidos, à rastreabilidade das relações jurídicas e à aplicação dos regimes tradicionais de responsabilidade.

Esse efeito assume especial relevância quando analisado o contexto dos influenciadores digitais menores de idade. A formalização da atividade tende a reduzir zonas de ambiguidade jurídica frequentemente exploradas em modelos informais de contratação, permitindo maior clareza na delimitação das responsabilidades de anunciantes, agências, plataformas e representantes legais.

## 7. Conclusão

A evolução recente do ambiente normativo brasileiro evidencia que a disciplina jurídica da comunicação digital vem assumindo contornos progressivamente mais complexos, refletindo transformações estruturais do próprio ecossistema tecnológico.

A proteção de crianças e adolescentes no ambiente



# SUA IDÉIA VALE OU®

FAÇA SEU REGISTRO E GARANTA SEU DIREITO DE USO

Há 30 anos SM Somarca é especialista em assegurar e resguardar suas idéias mais criativas com segurança e inteligência

Site: [www.somarca.com.br](http://www.somarca.com.br)  
Email: [contato@somarca.com.br](mailto:contato@somarca.com.br)

Ligue e peça uma pesquisa de marca  
(55 11) 2475 2880  
11 95429-4492



digital passa a resultar de arranjo regulatório multifacetado, no qual coexistem normais estatais, regimes tradicionais de proteção, mecanismos de autorregulação e iniciativas voltadas à organização institucional do mercado de criação de conteúdo.

O ECA Digital representa marco relevante ao incorporar lógica de tutela preventiva e estrutural dos riscos digitais, deslocando o foco regulatório para o funcionamento dos ambientes tecnológicos. A Lei nº 15.325/2026, por sua vez, contribui para a consolidação institucional da atividade de criação de conteúdo, potencializando mecanismos de responsabilização, previsibilidade e estabilidade jurídica.

Paralelamente, propostas legislativas em debate, como o Projeto de Lei nº 5.990/2025<sup>14</sup>, revelam tensões inerentes à construção de modelos regulatórios capazes de equilibrar proteção do consumidor, segurança informacional, liberdade de expressão e dinamismo econômico.

Trata-se, contudo, de cenário ainda em fase de consolidação. A efetividade, o equilíbrio e a coerência desse novo arranjo dependerão não apenas da evolução normativa, mas também da construção interpretativa a ser desenvolvida pelos órgãos reguladores e pelo Poder Judiciário.

Medidas excessivamente res-tritivas por parte das autoridades, bem como a aplicação de penalidades desproporcionais em âmbito nacional, podem comprometer os benefícios pretendidos pela nova legislação. Em tais cenários, tende-se a observar retração da produção local de conteúdo, desestímulo a investimentos e potencial redução de arrecadação tributária, sem que se elimine, em contrapartida, a exposição do consumidor brasileiro a conteúdos produzidos e veiculados em outras jurisdições.

A racionalidade regulatória desloca-se, portanto, da lógica de restrição formal para a busca de mecanismos de conformidade efetivos, capazes de atuar sobre as estruturas tecnológicas e econômicas que moldam a circulação de conteúdos no

ambiente digital. Mais do que limitar ou inviabilizar práticas econômicas legítimas, mostra-se mais adequado estruturar regimes capazes de induzir comportamentos, assegurar padrões adequados de proteção e garantir que conteúdos e comunicações observem parâmetros compatíveis com o interesse nacional.

Nesse contexto, a observância dos princípios da proporcionalidade, da razoabilidade e da segurança jurídica assume papel central para assegurar que o sistema regulatório preserve, de forma equilibrada, sua finalidade protetiva, a estabilidade institucional e o dinamismo próprio do ambiente digital, sem comprometer ou inviabilizar o exercício legítimo dessa atividade.

#### Referências bibliográficas

BRASIL. PUCRS Online. *O que é Economia Criativa?*

Disponível em: <<https://online.pucrs.br/blog/economia-criativa>>. Acesso em: 19 fev. 2026.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.

14 BRASIL. Projeto de Lei nº 5990/2025. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2589028>. Acesso em: 25. jan. 2026.

## Clovis Silveira, Especialista em Propriedade Intelectual

### PARECERES, LAUDOS TÉCNICOS, PERÍCIAS e AVALIAÇÕES DE INTANGÍVEIS

Pareceres de Contrafação e de Nulidade de Patentes para Ações Judiciais

Assistência Técnica em Ações de Contrafação e de Nulidade de Patentes

Perícias envolvendo Invenções, MU, DI, Marca, Trade Dress, Internet e Software

Elaboração de Pedidos de Patente envolvendo todos o campos da Engenharia, das Biociências e afins

Laudos de Avaliação de Marca, Know-how e Tecnologia

Engenheiro pela Escola Politécnica da USP, foi professor de Ciência da Computação no IMEUSP e na EPUSP, de Métodos Quantitativos na EAESP-FGV, de Perícias em PI na ABAPI e de Proteção Jurídica de Software na AASP e na FDUSP. Perito em PI, Software e Avaliação de Marcas. Autor de "Os Intangíveis na Propriedade Intelectual: Lei e Doutrina Aplicadas" (2019). Presidente da ASPI (2005-2009), membro ABPI, ABAPI, IBPI e FICPI.

Árbitro do CASD-ND da ABPI.

[clovis.silveira@interpatents.com.br](mailto:clovis.silveira@interpatents.com.br)

cel:11-99985-0094

[www.interpatents.com.br](http://www.interpatents.com.br)

Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 17 jan. 2026.

BRASIL. Decreto nº 99.710, de 21 de novembro de 1990. Promulga a Convenção sobre os Direitos da Criança.

Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/1990-1994/d99710.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/d99710.htm)>. Acesso em: 17 jan. 2026.

BRASIL. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências.

Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8069.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm)>. Acesso em: 17 jan. 2026.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências (Código de Defesa do Consumidor).

Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/)

l8078compilado.htm>. Acesso em: 17 jan. 2026.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm)>. Acesso em: 24 jan. 2026.

BRASIL. Lei nº 15.211, de 17 de setembro de 2025. Institui o Estatuto da Criança e do Adolescente Digital.

Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2023-2026/2025/lei/L15211.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2025/lei/L15211.htm)>. Acesso em: 24 jan. 2026.

BRASIL. Lei nº 15.325, de 6 de janeiro de 2026. Reconhece e disciplina o exercício da profissão de multimídia.

Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2023-2026/2026/lei/L15325.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2026/lei/L15325.htm)>. Acesso em: 25 jan. 2026.

BRASIL. Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR). Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (CBAP).

Disponível em: <<http://www.conar.org.br/codigo/codigo.php>>. Acesso em: 25 jan. 2026.

BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA (CONAR). Guia de Publicidade por Influenciadores Digitais.

Disponível em: <[http://conar.org.br/pdf/CONAR\\_Guia-de-Publicidade-Influenciadores\\_2021-03-11.pdf](http://conar.org.br/pdf/CONAR_Guia-de-Publicidade-Influenciadores_2021-03-11.pdf)>. Acesso em: 19 fev. 2026.

BRASIL. Projeto de Lei nº 5.990, de 2025. Dispõe sobre a divulgação de conteúdos técnicos por influenciadores digitais.

Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2589028>>. Acesso em: 25 jan. 2026.



MARCAS - PATENTES - DESENHO INDUSTRIAL  
DIREITOS AUTORAIS - REGISTRO DE SOFTWARE  
ASSESSORIA JURÍDICA - CONTRATOS - PESQUISAS

BRASIL E EXTERIOR

WhatsApp: (11) 97970-6559  
tel.: (11) 5070-0633

atendimento@sulamericamarcas.com.br

www.sulamericamarcas.com.br

## AS FORMAS DE PROTEÇÃO DAS CRIAÇÕES DE MODA PELOS DIREITOS INTELECTUAIS NO BRASIL

Sonia Maria D'Elboux<sup>1</sup>

### INTRODUÇÃO

A proteção das criações de moda (peças de vestuário e acessórios) pelos Direitos Intelectuais no Brasil enfrenta desafios e dificuldades, advindos do fato de que a semelhança entre as peças de vestuário e acessórios de criadores e marcas distintas decorre da própria natureza do mercado de moda, que segue tendências estabelecidas muito antes dos lançamentos das coleções de cada estação.

Como explica Érika Palomino<sup>2</sup>, as tendências são o denominador comum na moda e são estabelecidas muito antes do lançamento das coleções de cada estação, surgindo a partir de pesquisas de "birôs de estilo" – empresas especializadas em pesquisas de tendências –, que buscam as cores e os materiais que estarão mais acessíveis no mercado. Com base nessa pesquisa, definem-se estampas, padronagens, tipos de tecido e até a modelagem e o estilo

que estarão presentes nas próximas coleções. Assim, as similaridades entre criações de moda de marcas concorrentes são comuns e absolutamente normais, em todo o universo da moda, pois são consequência da natureza desse mercado.

Assim, consideradas as peculiaridades desse processo de criação, neste artigo buscaremos analisar as possibilidades de proteção das criações de moda – peças do vestuário e acessórios – pelos Direitos Intelectuais, no Brasil.

Inicialmente, faremos uma introdução aos fundamentos dos Direitos Intelectuais, com a sua divisão entre Propriedade Industrial e Direito de Autor; nesse tópico, explicaremos os motivos de opção por essa terminologia em lugar da expressão *Propriedade Intelectual*, mais frequentemente adotada no Brasil.

Em seguida, examinaremos as possibilidades de proteção das criações de moda pela Propriedade Industrial, tanto pelo registro de desenho industrial, como pelas marcas de posição e pelos mecanismos de combate à prática de concorrência desleal, especialmente pela imitação do *trade dress*.

Na terceira parte, refletiremos sobre a questão mais controversa, relativa à possibilidade de proteção das criações de moda pelo Direito de Autor. Em um mercado

cujas regras seguem tendências preestabelecidas (de cores, modelagens, tecidos etc.), a satisfação dos requisitos de criatividade, originalidade e pertencimento ao domínio das letras ou das artes é bastante rara, quase excepcional, de forma que pouquíssimas peças do vestuário conseguem fazer jus a essa proteção. Nesse sentido, foi feita uma reflexão sobre as relações entre arte e moda e o seu impacto na proteção pelo Direito de Autor.

### 1. OS DIREITOS INTELECTUAIS

Propriedade intelectual é a denominação mais frequentemente adotada no Brasil para abarcar o conjunto de princípios e normas relativos tanto ao Direito de Autor como à Propriedade Industrial. Essa é também a expressão utilizada pela Convenção da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI)<sup>3</sup>.

No entanto, como ensina Silmara Junyde Abreu Chinellato<sup>4</sup>, a expressão Propriedade Intelectual, como campo que abrange tanto o Direito de Autor como a Propriedade Industrial, é

<sup>1</sup> Advogada, parecerista, semioticista e perita judicial. Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP (2005). Estágio pós-doutoral pelo Programa de Pós-Graduação em Humanidades, Direitos e outras Legitimidades do núcleo *Diversitas*, da FFLCH-USP (2016). Estágio pós-doutoral em Direito Civil pela FADUSP (2024). Coord. da pós-graduação em "Propriedade Intelectual, Dir.do Entretenimento, Mídia e Moda" da Escola Superior de Advocacia – ESA, da OAB/SP. Membro do Corpo de Especialistas da Câmara de Solução de Disputas Relativas a Nomes de Domínio (CASD-ND), vinculada ao Centro de Solução de Disputas, Mediação e Arbitragem em Propriedade Intelectual da Ass. Brasileira da Propriedade Intelectual -ABPI (CSD-PI). E-mail: sdelboux@uol.com.br

<sup>2</sup> PALOMINO, Érika. **A Moda**. São Paulo: Publifolha, 2003. p. 36-37

<sup>3</sup> Entidade constituída em 1967 dentro do sistema das Nações Unidas, encarregada da administração da Convenção da União de Paris (Propriedade Industrial) e da Convenção de Berna (Direitos Autorais).

<sup>4</sup> CHINELLATO, Silmara J. A. **Direito de autor e direitos da personalidade**: reflexões à luz do Código Civil. São Paulo. 2009. Tese (Concurso para Professor Titular) – Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. p. 64 e segs.

inadequada em razão da própria natureza jurídica do Direito de Autor, que não é um direito de propriedade.

Segundo explica a autora, a expressão *Direitos Intelectuais* foi defendida, de forma pioneira e muito acertada, por Edmond Picard, em ensaio de 1877 e, posteriormente, na obra *Le Droit Pur*, em que introduz uma quarta categoria de direitos – os direitos intelectuais –, que não se encaixava em nenhuma das três até então consideradas: direitos pessoais; direitos obrigacionais; e direitos reais. Para ele, deveria ser reconhecida uma quarta categoria, que incidisse sobre os bens intelectuais<sup>5</sup>

Chinellato também cita José de Oliveira Ascensão, que refuta a teoria da propriedade para definir a natureza jurídica do Direito de Autor, lembrando que o aspecto moral do direito de autor é de natureza pessoal, opondo-se ao direito patrimonial e lembrando que a propriedade, tal como é tratada em nossas leis, “pressupõe o caráter material do objeto e ser suscetível de atos de posse, o que não acontece com o direito de autor”. Por isso afirma que o direito de autor é um *exclusivo*, com conteúdo negativo, de forma que todos, menos o autor, são afastados do exercício do direito<sup>6</sup>.

Assim, a terminologia adotada neste artigo será Direitos Intelectuais e não Propriedade Intelectual.

5 CHINELLATO, Silmara J. A. **Direito de autor e direitos da personalidade**: reflexões à luz do Código Civil. São Paulo. 2009. Tese (Concurso para Professor Titular) – Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. p. 64-65

6 CHINELLATO, Silmara J. A. **Direito de autor e direitos da personalidade**: reflexões à luz do Código Civil. São Paulo. 2009. Tese (Concurso para Professor Titular) – Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. p. 77.

Os Direitos Intelectuais designam a área do direito que inclui os Direitos Autorais, que regulam os direitos dos autores de criações intelectuais (de caráter estético) e os chamados direitos conexos (dos intérpretes e executantes de obras intelectuais, dos produtores de fonogramas e das empresas de radiodifusão), e a Propriedade Industrial, que regula os direitos relativos às criações industriais (invenções e modelos de utilidade patenteáveis), ao desenho industrial; ao segredo industrial e aos sinais distintivos (marcas, nomes empresariais, títulos de estabelecimentos e insígnias, nomes de domínio e indicações geográficas), tendo como norte a repressão à concorrência desleal.

No dizer de Carlos Alberto Bittar, o Direito de Autor rege as

[...] relações jurídicas decorrentes da criação e da utilização de obras intelectuais estéticas, integrantes da literatura, das artes e das ciências, enquanto a Propriedade Industrial regula as relações referentes às obras de cunho utilitário, consubstanciadas em bens materiais de uso empresarial [...].<sup>7</sup>

Como explica o mesmo autor, a regulamentação dos direitos sobre as obras intelectuais visa à proteção do autor, assegurando-lhe a defesa tanto dos direitos de cunho moral – paternidade (autoria) e integridade de sua criação – como dos direitos de cunho patrimonial, relativos à fruição dos proventos econômicos decorrentes de sua utilização<sup>8</sup>.

7 Bittar, Carlos Alberto. **Curso de direito autoral**. Rio de Janeiro: Forense, 1988. p. 3-4.

8 Bittar, Carlos Alberto. **Curso de direito autoral**. Rio de Janeiro: Forense, 1988. p. 3-4.

Segundo conceitua Silmara Chinellato:

[...] direito de autor é o ramo do direito privado, com autonomia científica, que tutela as criações intelectuais, dotadas de certa originalidade e individualidade, exteriorizadas em suporte tangível ou intangível, compreendidas na literatura, nas artes e nas ciências, abrangendo direitos morais, ligados à personalidade do autor, e direitos patrimoniais relativos à exploração econômica da obra.<sup>9</sup>

A regulamentação dos direitos sobre as chamadas *obras industriais*, por seu turno, tem por objetivo a “aplicação do produto final na consecução de utilidades ou na solução de problemas técnicos”<sup>10</sup>, voltada para o desenvolvimento tecnológico, dentro dos princípios da lealdade concorrencial.

Vincula-se, pois, mais a interesses técnicos, econômicos e políticos, amparando-se, de um lado, o produto industrial (como nos inventos), e impedindo, de outro, a concorrência desleal (como nos sinais distintivos), demonstrando o caráter objetivista e econômico da Propriedade Industrial.<sup>11</sup>

Nos tópicos seguintes serão analisadas as proteções possíveis das criações de moda,

9 CHINELLATO, Silmara J. A. **Propriedade Intelectual**. In: JORGE, André Lemos; CALÇAS Manoel de Queiroz Pereira; LUCCA, Newton de; CUEVA, Ricardo Villas Boas; MACIEL, Renata Motta (org.). **Coletânea da Atividade Negocial**. São Paulo: Uninove, 2019. p. 553-558.

10 Bittar, Carlos Alberto. **Curso de direito autoral**. Rio de Janeiro: Forense, 1988. p. 5.

11 Bittar, Carlos Alberto. **Curso de direito autoral**. Rio de Janeiro: Forense, 1988. p. 5.

pela Propriedade Industrial e pelo Direito de Autor.

## 2. A PROTEÇÃO DAS CRIAÇÕES DE MODA PELA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Neste tópico será feita uma análise das possibilidades de proteção das criações de moda pela Propriedade Industrial.

### 2.1. Invenções e modelos de utilidade

As invenções e os modelos de utilidade são as formas de proteção típicas das criações técnicas no campo da Propriedade Industrial. Caracterizam-se pela natureza puramente técnica: a invenção e o modelo de utilidade são duas formas de se proporem soluções técnicas para problemas técnicos existentes. Preenchidos os requisitos legais correspondentes, a invenção e o modelo de utilidade podem ser patenteados, ou seja, tornar-se objeto de um privilégio, concedido pelo Estado, que permite ao seu titular impedir a exploração da mesma matéria por terceiros. Esse privilégio é temporário e, em troca de sua concessão, o titular revela à sociedade o funcionamento da solução técnica identificada, que poderá ser livremente explorada por todos, passado o prazo de proteção<sup>12</sup>.

Conforme o art. 8º da Lei 9.279/1996 (Lei da Propriedade Industrial), é patenteável a invenção que atenda aos requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial. E, de acordo com o art. 9º do mesmo diploma legal, é patenteável como modelo de utilidade o objeto de uso prático, ou parte deste, suscetível de aplicação industrial, que apresente nova

forma ou disposição, envolvendo ato inventivo, que resulte em melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação.

Nota-se, já nessas linhas introdutórias, que a patente de invenção ou de modelo de utilidade não se revela a forma mais adequada para proteções estéticas, especialmente para criações de moda. De qualquer modo, não se descarta a possibilidade de tais mecanismos de proteção serem aplicáveis à indústria da moda. Podem ser patenteadas, por exemplo, as invenções relativas a insumos e máquinas utilizadas nessa indústria, os objetos manufaturados, os fios e tecidos tecnológicos ("inteligentes"), dentre outros.

Historicamente, numerosos tecidos foram objeto de proteção patentária no Brasil e no exterior, podendo ser citados os tecidos que incorporaram as tecnologias conhecidas como *Lycra*, *Tactel*, *Neoprene*, *Suplex* e *Dry Fit*.

As recentes inovações trazidas pelo advento da internet das coisas têm amplificado o uso de patentes como mecanismos de proteção na indústria da moda. Fios e tecidos passam a atuar como sensores, dispositivos de comunicação, carregadores de aparelhos eletrônicos, entre outros. Acessórios de moda, como óculos, assumem funções técnicas e dispositivos técnicos<sup>13</sup>, como fones de ouvido, adquirem status de acessórios de moda<sup>14</sup>.

13 SPADONI, Pedro. O que são óculos inteligentes e como eles funcionam. **Olhar Digital**, São Paulo, 9 fev. 2023. Disponível em: [https://olhardigital.com.br/2023/02/09/reviews/o-que-sao-oculos-inteligentes-e-como-eles-funcionam/#google\\_vignette](https://olhardigital.com.br/2023/02/09/reviews/o-que-sao-oculos-inteligentes-e-como-eles-funcionam/#google_vignette). Acesso em: 14 dez. 2023.

14 ESTEVÃO, Ilca Maria. Além da tecnologia: fone de ouvido sem fio vira item de estilo. **Metrópoles**, 16 fev. 2020. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/alem-da-tecnologia-fone-de-ouvido-sem-fio-vira-item-de-estilo>. Acesso em: 14 dez. 2023.

### 2.2. Desenhos industriais

Se a patente é o mecanismo de proteção temporária dedicado a elementos técnicos e tecnológicos, o registro de desenho industrial tem como objeto justamente elementos ornamentais. Neste sentido, trata-se de mecanismo facilmente percebido como mais adequado para a proteção dos elementos estéticos explorados na indústria da moda. No Brasil, a proteção ao desenho industrial encontra-se prevista nos arts. 94 a 121 da Lei 9.279/1996 (Lei da Propriedade Industrial), sendo que a definição legal está no art. 95<sup>15</sup>.

Do texto legal, podem ser extraídos como requisitos para a registrabilidade de um desenho industrial a novidade, a originalidade e a possibilidade de servir de tipo para fabricação industrial.

Como explica João da Gama Cerqueira, os desenhos industriais são

[...] invenções de forma, destinadas a produzir efeito meramente visual [...] estas criações visam a dar aos produtos e artigos industriais um aspecto novo que, além de distingui-los de outros semelhantes, os torne mais agradáveis à vista, já pela sua ornamentação, já pela forma que apresentam<sup>16</sup>.

A propriedade do desenho industrial é adquirida por

15 Art. 95. Considera-se desenho industrial a 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 para fabricação industrial.

16 CERQUEIRA, João da Gama. **Tratado da propriedade industrial**. Rio de Janeiro: Revista Forense, 1946. v. 1. p. 315.

12 Lei 9.279/96, Capítulos I a V, arts. 6º. a 45º.

meio da obtenção de registro validamente concedido pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) e vigorará pelo prazo de 10 (dez) anos contados da data do depósito, prorrogável por 3 (três) períodos sucessivos de 5 (cinco) anos cada, conforme arts. 108 e 109 da LPI<sup>17</sup>.

Apesar de temporária, pode-se afirmar que a proteção pelo desenho industrial é bastante adequada para as criações da indústria da moda, sobretudo no que tange às formas plásticas e conjuntos ornamentais (linhas e cores / estampas) aplicados a um produto.

Deborah Portilho apresenta dois exemplos significativos de registros de desenho industrial feitos no Brasil, sendo um de "forma plástica tridimensional" e outro de estampa ("conjunto ornamental"), ambos acompanhados de sua aplicação nas peças prontas: o primeiro refere-se à forma tridimensional de bolsa da marca Gucci<sup>18</sup> e, o segundo, à estampa aplicada em lenço e camisa da marca Versace<sup>19, 20</sup>.

No entanto, o último requisito legal de registrabilidade impõe uma limitação evidente: ao exigir que o objeto de proteção seja passível de servir de tipo

industrial<sup>21</sup>, a lei impede a proteção por desenho industrial de peças únicas. Essa limitação, porém, não afasta a importância do instituto para a proteção de importantes elementos da indústria da moda, notadamente de estampas e padronagens, que muitas vezes tornam distintivas uma coleção ou, até mesmo, uma marca.

### 2.3. Marcas

A proteção jurídica das marcas é igualmente prevista na legislação brasileira e é talvez o mais poderoso instrumento jurídico à disposição das empresas de moda e dos estilistas. Não à toa, ao se referirem às empresas da indústria da moda, muitos optam por dizer simplesmente "marcas", em verdadeira metonímia da parte pelo todo. Ocorre que, neste contexto, o que se protege é a forma de identificação básica das empresas: nome, emblema, insígnia e monograma. Não se pensa, necessariamente, na proteção marcária como apta ou capaz de proteger elementos artísticos, o que é um equívoco.

Entre a generosa quantidade de conceitos que a doutrina nacional oferece para o instituto jurídico da marca, opta-se por reproduzir a clássica definição de João da Gama Cerqueira, que elevava à categoria de marca "todo sinal distintivo apostado facultativamente aos produtos e artigos das indústrias em geral para identificá-los ou diferenciá-los de outros idênticos ou semelhantes de origem diversa"<sup>22</sup>. Na obra atualizada, consta a indicação da extensão

desse conceito também para as marcas de serviço: "N.S. – Além das marcas de indústria e comércio, as leis modernas, como a brasileira, amparam ainda, as marcas de serviço (ver artigo 123, I, da Lei 9.279/1996). [...]"<sup>23</sup>.

No texto do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (ADPIC ou TRIPS), a definição vem acompanhada de bem-vinda lista de exemplos, que facilita a percepção da amplitude dos objetos que são elegíveis à proteção marcária:

#### Seção 2 – Marcas

#### Artigo 15

#### Objeto de Proteção

1 - Qualquer sinal, ou combinação de sinais, capaz de distinguir bens e serviços de um empreendimento daqueles de outro empreendimento, poderá constituir uma marca. Estes sinais, em particular palavras, inclusive nomes próprios, letras, numerais, elementos figurativos e combinação de cores, bem como qualquer combinação desses sinais, serão registráveis como marcas. Quando os sinais não forem intrinsecamente capazes de distinguir os bens e serviços pertinentes, os Membros poderão condicionar a possibilidade do registro ao caráter distintivo que tenham adquirido pelo seu uso. Os Membros poderão exigir, como *condição para o registro, que os*

17 Art. 108. O registro vigorará pelo prazo de 10 (dez) anos contados da data do depósito, prorrogável por 3 (três) períodos sucessivos de 5 (cinco) anos cada. [...]; art. 109. A propriedade do desenho industrial adquire-se pelo registro validamente concedido [...]

18 Registro DI 6701326-0 (configuração aplicada à bolsa – forma tridimensional do produto – bolsa criada pela designer Frida Giannini, para a empresa Guccio Gucci S.p.A.)

19 Registro DI 302012006776-6 (padrão ornamental – estampa) aplicado em lenço da grife Versace e o mesmo padrão aplicado a uma camisa da grife.

20 SOUZA, Deborah Portilho Marques de. **A propriedade intelectual na indústria da moda:** formas de proteção e modalidades de infração. Dissertação (Mestrado Profissional) – Programa de Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação, Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Rio de Janeiro, 2015. p. 85.

21 Art. 95 da Lei 9.279/1996.

22 CERQUEIRA, João da Gama. **Tratado da Propriedade Industrial**. 3 vols. Atualizado por Newton Silveira e Denis Borges Barbosa. Rio de Janeiro: Lumen Juris Editora, 2010. p. 253.

23 Nota dos atualizadores Newton Silveira e Denis Borges Barbosa.

*sinais sejam visualmente perceptíveis*<sup>24</sup>.

Assim, podem constituir marcas estampas, padronagens, combinações de cores e até a posição na qual um sinal é apostado, desde que estes elementos atendam aos requisitos de registrabilidade e, em especial, distintividade. Não raro, aliás, o monopólio temporário concedido às formas plásticas, ou às estampas e padronagens, protegidas por desenho industrial acaba por fixar tais elementos nas mentes dos consumidores, gerando a distintividade necessária para que estes elementos sigam sendo protegidos após a expiração do monopólio, por meio de registros de marcas.

Abundam os exemplos: a padronagem xadrez da Burberry; os monogramas da Louis Vuitton; o vermelho do solado dos calçados Christian Louboutin (como marca de posição); e até o aroma das sandálias Melissa são protegidos por registros de marca, ora no Brasil<sup>25</sup>, ora no exterior, segundo as permissões e peculiaridades das legislações locais.

A proteção às chamadas *marcas de posição* é aplicável sobretudo na área de moda e o registro desse tipo de marca somente passou a ser admitido pelo INPI com a publicação da

Portaria/INPI/PR nº 37, de 13 de setembro de 2021, embora já estivesse recepcionado pela lei ordinária, que permite o registro de sinais visualmente perceptíveis (art.122).

Como explica Kone Cesário, para ser considerado uma marca de posição, o sinal deve cumprir os seguintes requisitos:

[...] a posição deve ser peculiar e distintiva, de uma marca ou sinal, de forma fixa e permanente, que individualize o produto ou serviço no mercado e que tenha a capacidade de ser reconhecido como marca pelo público consumidor alvo como marca<sup>26</sup>.

Por publicação na *Revista da Propriedade Industrial* (RPI), n. 2734, de 30 de maio de 2023, o INPI indeferiu o pedido de registro nº 901.514.225, na classe NCL (9) 25 (especificamente para identificar calçados femininos de salto alto), da marca de posição constituída pelo tradicional solado vermelho de calçados femininos, de salto alto da marca Louboutin, que já é objeto de registro em diversos países, como França, Estados Unidos, Canadá, México, Reino Unido, Índia, Rússia, Peru, além de registro de marca comunitária (na União Europeia).

Foi ajuizada ação, visando à suspensão do ato administrativo de indeferimento do pedido de registro, objeto do processo nº 5082257-22.2023.4.02.5101, em trâmite na 13ª Vara Federal do

Rio de Janeiro (TRF-2), na qual a magistrada, Márcia Nunes, concedeu liminar à parte autora, para assegurar a proteção da marca de posição, consistente na aposição da cor vermelha nos solados dos calçados Louboutin<sup>27</sup>.

Assim, desde que bem planejada e administrada, a opção de proteção pelo Direito de Marcas pode garantir às empresas de moda um elevado grau de proteção, tanto no escopo material quanto no escopo temporal, visto que os correspondentes registros (válidos por dez anos) podem ser prorrogados indefinidamente.

## 2.4. Mecanismos de defesa contra a Concorrência desleal

Há duas situações, basicamente, em que se pode pensar na possibilidade de defesa das criações de moda

27 Principais trechos da decisão: "[...] entendo que devem ser privilegiados os motivos trazidos pela demandante para justificar os diversos danos que podem lhe ser causados pela manutenção da decisão indeferitória, em especial, considerando que sapatos de salto alto feminino com solado vermelho são reconhecidamente associados a Christian Louboutin e que a autora vem atuando na defesa de sua propriedade intelectual, sendo certo que a suspensão pretendida é medida que visa resguardar os seus direitos e as pretensões de seus concorrentes, que podem acreditar que o signo está disponível, quando ainda pendente disputa judicial sobre ele". [...] "Em exame meramente preliminar e não exauriente, verifico plausibilidade na argumentação da parte autora quanto à possível distintividade do registro nº 901.514.225, visto que: a marca pretendida é formada pela aplicação de um sinal (a cor vermelho Pantone nº 18.1663TP) em uma posição singular e específica (solado, com exceção da área correspondente ao salto) de um determinado suporte (sapato feminino de salto alto); a aplicação do sinal em tal posição do suporte não está associada a qualquer efeito técnico ou funcional; solados de sapatos não são uma posição tradicionalmente usada para aplicação de marcas; apesar de a cor ser aplicada na totalidade do solado, não ocupa a totalidade do suporte (sapato feminino de salto alto) e sim uma posição específica (o solado do sapato feminino, com exceção da área correspondente ao salto alto); o conjunto resultante da aplicação da cor vermelho Pantone nº 18.1663TP em solados de sapatos femininos de salto alto apresenta, em princípio, potencial distintivo, reunindo características que o tornam capaz de ser reconhecido pelo público consumidor e associado aos produtos que visa assinalar."

24 BRASIL. Decreto nº 9.289, de 21 de fevereiro de 2018. Promulga o Protocolo de Emenda ao Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio, adotado pelo Conselho-Geral da Organização Mundial do Comércio, em 6 de dezembro de 2005. Brasília, Presidência da República, 2018. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/decreto/d9289.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/decreto/d9289.htm). Acesso em: 14 dez. 2023.

25 Observa-se que a proteção de aromas não é admitida no Brasil, onde somente é permitido o registro como marca de sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais (art.122 da Lei 9.279/1996), excluindo-se, portanto, a possibilidade de registro de sinais sonoros ou olfativos.

26 CESÁRIO, Kone Prieto Fortunato; SEVERO, Roberta Ferreira. Dos sinais registráveis como marca (parte 2 – tridimensionais e de posição – arts.122 e 123). In: CESÁRIO, Kone Prieto Fortunato; BUENO, Neide; CARNEIRO, Tayná; LAGASSI, Verônica (org). *Comentários à Lei de Propriedade Industrial: uma análise exclusiva feita por mulheres*. São Paulo: Thomson Reuters; Revista dos Tribunais, 2023. p. 181.

por meio dos mecanismos de combate à prática de concorrência desleal.

A primeira é uma situação que consideramos bastante rara na esfera da moda, em que há imitação de **trade dress**. E a segunda é a situação em que o concorrente reproduz ou imita (em simultaneidade) todas as peças de uma determinada coleção ou uma parte significativa desta, de forma causar confusão (ou, no mínimo, associação) no público consumidor, com risco de desvio de clientela e/ou enriquecimento ilícito.

#### 2.4.1 O **trade dress** ou conjunto-imagem e a concorrência desleal decorrente de sua imitação

A proteção ao **trade dress** ou conjunto-imagem não se encontra prevista no ordenamento jurídico brasileiro, mas é adotada pela doutrina e aceita pela jurisprudência, como uma das formas de combate à concorrência desleal.

Para José Carlos Tinoco Soares, **Trade dress** ou Conjunto-imagem

[...] é a exteriorização do objeto, do produto ou de sua embalagem, é a ma-

neira peculiar pela qual se apresenta e se torna conhecido. É pura e simplesmente a 'vestimenta', e/ou o 'uniforme' isto é, um traço peculiar, uma roupagem ou a maneira particular de alguma coisa se apresentar ao mercado consumidor ou diante dos usuários com habitualidade<sup>28</sup>.

Resumidamente, a identidade ou configuração visual singular e característica de um produto, uma embalagem ou até mesmo de um estabelecimento comercial, que fuja das tendências e/ou do padrão da categoria e não tenha caráter funcional, atua como um signo distintivo (às vezes tão ou até mais forte que sua própria marca) que possibilita ao consumidor o seu imediato reconhecimento e identificação e, muitas vezes, constitui um relevante diferencial para sua escolha.

Assim, o **trade dress** ou conjunto-imagem constitui um signo distintivo, e sua eventual reprodução ou imitação por terceiros é coibida, como uma das formas de concorrência desleal, ao configurar meio fraudulento de desvio de clientela alheia, levada a erro,

confusão ou associação (art. 195, III, da Lei 9.279/1996).

Ressalta-se que não é *qualquer* identidade visual de um produto, uma embalagem ou mesmo um estabelecimento comercial que pode ser classificada como **trade dress** ou conjunto-imagem, mas tão somente aquela que seja peculiar (não inserida nas tendências ou no padrão da categoria), não funcional, distintiva em relação à concorrência e identificadora da origem do produto ou linha de produtos (ou serviço, ou estabelecimento comercial).

Assim, para que se possa falar em violação de **trade dress** das peças de uma marca de moda por uma concorrente, é fundamental que as peças da marca imitada exibam um conjunto de elementos visuais singulares, característicos, distintivos e identificadores de sua origem (e marca), que não estejam inseridos no padrão ou tendências da categoria e que a imitação, feita pelo concorrente, possa causar confusão ou associação com as peças da marca imitada. Não basta que os estilos sejam semelhantes, por exemplo.

Isso é possível, embora raro, no mundo da moda. Um excelente exemplo são as bolsas,

28 SOARES, José Carlos Tinoco. **Concorrência desleal vs. trade dress e/ou conjunto-imagem**. São Paulo: Edição Tinoco Soares, 2004. p. 213.



**Custódio**  
de Almeida & CIA  
AGÊNCIA INTERNACIONAL DE MARCAS E PATENTES

Tradição, conhecimento e modernidade  
em Propriedade Intelectual  
**Desde 1940**



|                                                                                                       |                                                                                                         |                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  Registro de marca |  Assessoria Jurídica |  Registro de software |
|  Patentes          |  Direito autoral     |  Desenho Industrial   |

**Rio de Janeiro**  
(21) 5245.2341  
custodio@custodio.com.br

**Porto Alegre**  
(51) 3038.2343  
custodio.porto@custodio.com.br

**Aracaju**  
(79) 3333.3333  
custodio.aracaju@custodio.com.br

carteiras e mochilas da marca Kipling: todas elas apresentam um conjunto de signos visuais singular, característico e distintivo, capaz de identificar a origem dos produtos, ainda que a marca não esteja visível. Ou seja, há um conjunto de elementos visuais que se repetem em praticamente todos os produtos da marca<sup>29</sup>, criando uma singularidade, uma distintividade com relação aos concorrentes e a imediata identificação pelo consumidor, ainda que a marca não esteja visível. Assim, é possível concluir que a identidade visual das bolsas, mochilas e carteiras da marca Kipling configura, de fato, um *trade dress*, o que vem sendo reconhecido pelo Judiciário em várias ações propostas pela marca contra concorrentes que imitam esse *trade dress*.

Apesar de ter identificado um número relativamente alto de ações judiciais relacionadas à moda, em que há alegação de imitação de *trade dress*, na maioria dos casos analisados essa imitação não acontecia na prática, pois a suposta semelhança estaria no estilo, no uso das cores e modelagem (ou seja, naquilo que está *na moda*) sem que houvesse, de fato, a imitação de um conjunto de signos visuais singular, característico e distintivo, capaz de identificar a origem dos produtos, ainda que sem a exibição da marca.

29 Pode-se indicar um conjunto de, ao menos, seis elementos, que se repetem nos produtos da marca: aplicação da marca em material emborrachado em formato circular, na parte central dos produtos; costura aparente destacada; puxadores com aplicação metálica ao centro e plástico na parte mais externa; zíperes grandes e visíveis; material usado nos produtos (nylon estonado); mascotes (macaquinhos, na maioria dos casos, em pelúcia).

#### 2.4.2 Concorrência desleal oriunda da cópia ou imitação da totalidade, ou parte significativa, de uma coleção de marca de moda concorrente

Outra situação que pode ocorrer é a aquela em que um concorrente direto reproduz ou imita a totalidade ou parte significativa da coleção do concorrente (ainda que esta não seja constituída por peças originais) que está sendo vendida em loja.

Considerando-se que vivemos num regime de livre concorrência, a única forma de desvio de clientela reprimida pelo direito é a de caráter fraudulento, oriunda de ato de concorrência desleal.

Este é, portanto, um ponto fundamental: para que se possa falar em concorrência desleal é imprescindível haja uma situação de concorrência. Assim, não existe concorrência desleal sem efetiva concorrência entre os agentes econômicos. Para que se configure essa situação, como ensina Denis Borges Barbosa, é necessário que se verifiquem três identidades:

- que os agentes econômicos desempenhem suas atividades ao mesmo tempo;
- que as atividades se voltem para o mesmo produto ou serviço;
- que as trocas entre produtos e serviços, de um lado, e a moeda, de outro, ocorram num mesmo mercado geográfico.

[...]

No caso específico da repressão à concorrência

desleal, a existência de concorrência é um 'prius' inafastável: não há lesão possível aos parâmetros adequados da concorrência se nem competição existe<sup>30</sup>.

Assim, se as marcas em litígio venderem os seus produtos (peças de moda) em regiões distintas, sem possibilidade de envio dos produtos de uma região para outra – o que é pouco comum – não há concorrência entre elas e, por conseguinte, não há que se falar em concorrência desleal.

Da mesma forma, a simultaneidade é imprescindível para que possa haver confusão entre os produtos e o risco de desvio de clientela. Uma eventual imitação de um conjunto de peças de coleções anteriores, que não esteja mais à venda nas lojas da marca imitada (e que, obviamente, não se enquadrem no conceito de *trade dress*), não será considerada concorrência desleal.

### 3. A PROTEÇÃO DAS CRIAÇÕES DE MODA PELOS DIREITOS DE AUTOR

No Brasil, para que seja protegida pelo direito de autor, a obra intelectual (criação do espírito de cunho estético) deverá ser original e criativa, expressa por qualquer meio ou fixada em qualquer suporte (tangível ou intangível) e estar dentro do prazo de proteção fixado na lei de direitos autorais (Lei 9.610/1998).

Ao contrário da Propriedade Industrial, em que se protege a *novidade*, no Direito de Autor a proteção recai apenas sobre

30 BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual**. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2003. p. 274.

obras estéticas originais e criativas, pois a criação é sempre uma atividade pessoal e o autor reflete a sua personalidade, a contribuição de seu espírito na obra que cria, resultando daí a originalidade.

Para Carlos Alberto Bittar, são duas as exigências centrais para a proteção de obras intelectuais:

- a) a função estética da obra, e
- b) a sua originalidade, apartando-se, assim, de sua regência as obras puramente técnicas e as despidas de características individualizadoras próprias<sup>31</sup>.

O Direito de Autor não protege as ideias e sim as criações intelectuais expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte (art. 7º da LDA<sup>32</sup>). Assim, "a criação do espírito não é a ideia pura, pois esta deve estar necessariamente associada à forma, que é a essência da obra"<sup>33</sup>.

31 Bittar, Carlos Alberto. Curso de direito autoral. Rio de Janeiro: Forense, 1988. p. 33.

32 CAPÍTULO I - Das Obras Protegidas - Art. 7º São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como: [...]

33 Ascensão, José de Oliveira. **Direito autoral**. 2. ed. refun. e ampl. Rio de Janeiro: Renovar, 1997. p. 30.

Ressalta-se que a criação intelectual não pode permanecer no foro íntimo da pessoa ou no campo das ideias. Embora todas as criações do espírito sejam ideias e toda obra intelectual tenha origem numa ideia, o que é protegido pelo Direito de Autor é a criação do espírito exteriorizada, ou seja, a *forma* pela qual a ideia é expressa e não a ideia em si, como ensina José de Oliveira Ascensão:

I – Criações do espírito são as ideias.

Mas, sustenta-se categoricamente que não há propriedade ou exclusividade de ideias. **As ideias, uma vez concebidas, são patrimônio comum da humanidade.** É inimaginável um sistema em que as ideias de alguém fossem restritas na sua utilização.

[...]

A criação do espírito, desde o início, está associada necessariamente à forma. É uma ideia formal; deverá revestir-se de uma forma, que é a essência da obra. [...]<sup>34</sup>.

34 Ascensão, José de Oliveira. **Direito autoral**. 2. ed. refun. e ampl. Rio de Janeiro: Renovar, 1997. p. 28, 30-31, grifos nossos

A criatividade é fundamental, mas não importa se obra é de boa ou má qualidade, como indica o mesmo autor:

O mérito literário ou artístico não é relevante. Mas a tutela extensa do direito de autor só é justificada pela criatividade, pelo que, se não houver uma base de criatividade, nenhuma produção pode franquear os umbrais do Direito de Autor<sup>35</sup>.

Importante ainda destacar que, apesar da menção da lei autoral à proteção de obras literárias, artísticas ou científicas, há uma delimitação da proteção à obra científica, prevista no § 3º do referido artigo 7º<sup>36</sup>.

Em suma, a lei brasileira protege apenas as obras de cunho literário e as de cunho artístico, tendo em vista que as obras científicas têm a proteção restrita à *forma literária ou artística* que assumam:

[...] No que respeita às obras em si, elas só são de duas categorias: literárias

35 Ascensão, José de Oliveira. **Direito autoral**. 2. ed. refun. e ampl. Rio de Janeiro: Renovar, 1997. p. 3.

36 Art. 7º. [...] § 3º - No domínio das ciências, a proteção recairá sobre a forma literária ou artística, não abrangendo o seu conteúdo científico ou técnico, sem prejuízo dos direitos que protegem os demais campos da propriedade imaterial.



ou artísticas. [...] As obras, na sua forma, são sempre ou literárias ou artísticas. Podem é provir do domínio literário, científico ou artístico, o que é realidade diferente. A obra científica não é a teoria é a forma literária (e eventualmente artística) que a exprime<sup>37</sup>.

Quanto às criações utilitárias, a regra geral é que encontrem proteção no campo da Propriedade Industrial, conforme já explanado. Alguns autores, como José de Oliveira Ascensão, no entanto, consideram possível a proteção pelo Direito de Autor, em situações excepcionais:

[...] [n]as obras de destinação utilitária temos antes de mais nada essa função, e não uma função literária ou artística. Nenhum motivo há para deixar automaticamente essas obras transpor o limiar do direito de autor. Só o poderão fazer se como resultado de uma apreciação se concluir que, além do seu caráter utilitário, tem ainda um mérito particular que justifica que as consideremos também obras literárias ou artísticas<sup>38</sup>.

Para Maitê Cecília Fabbri Moro<sup>39</sup>, são as obras de arte aplicada que podem gerar mais questionamentos quando ao cabimento da proteção pelo Direito de Autor, bem como sobre a possibilidade

de proteção cumulativa. Gama Cerqueira<sup>40</sup>, considera que as obras de arte aplicada têm por objetivo a produção artística de objetos industriais e não a produção industrial de objetos artísticos; Délia Lipszyc<sup>41</sup>, porém, entende o contrário, ou seja, que as obras de arte aplicada são criações artísticas com funções utilitárias ou incorporadas a objetos de uso prático, sejam artesanais ou produzidas em escala industrial.

José Carlos Costa Netto<sup>42</sup>, em parecer (exame de caso concreto) sobre a eventual proteção do Direito de Autor a peças de moda (vestuário), afirma, fazendo referência a Henry Jessen, que a obra intelectual deve preencher três requisitos para que possa ser protegida pelo Direito de Autor:

- a) Pertencer ao domínio das letras, das artes ou das ciências.
- b) ter originalidade;
- c) achar-se no período de proteção fixado pela lei.

Ou seja, para Costa Neto, é fundamental que a peça de moda em questão pertença, efetivamente, ao domínio das letras, das artes ou da ciência, tenha *originalidade* e se encontre dentro do período de proteção fixado pela lei (deve ter a indicação de autoria e não ter entrado em domínio público).

A originalidade, segundo ele, é o ponto mais controverso. O que pode ser considerado original em termos de moda? Talvez, unicamente, a criação estética que fuja do padrão comunicativo, já aceito e incorporado socialmente, ou seja, do que “está na moda”.

No campo das letras é difícil de se imaginar um exemplo sequer, talvez em um caso de poema aplicado a uma peça de roupa, mas aí a proteção continuaria sendo sobre o poema e não sobre a peça de roupa propriamente dita.

Um caso emblemático que merece ser citado foi a apresentação no *São Paulo Fashion Week*, da coleção de primavera/verão (2006/2007), do estilista mineiro, Ronaldo Fraga. Intitulada “A cobra ri – uma estória para Guimarães Rosa”, foi inspirada nas memórias de infância do estilista e na obra literária *Grande Sertão: Veredas*, para criar uma narrativa de moda inserida no universo sertanejo. Afirma Fraga:

No ‘emaranhado’ das estórias de Guimarães Rosa, questões centrais como o Bem e o Mal, Deus e o Diabo, a existência da alma, a coragem, o medo, o amor indecifrável... Nos põe frente à natureza dos bichos e a natureza humana. Cresci ouvindo estórias do vale do Urucuia e região, onde cobras sorriam, tamanduás abraçavam, e cães adotaram filhotes de lobo. Hoje não sei exatamente se tudo me foi contado pelo meu pai ou lido da obra de Guimarães Rosa. Não importa, como ele próprio disse, o sertão é um só, e por não ter portas e janelas, ele está em todo

37 Ascensão, José de Oliveira. **Direito autoral**. 2. ed. refun. e ampl. Rio de Janeiro: Renovar, 1997. p. 37.

38 Ascensão, José de Oliveira. **Direito autoral**. 2. ed. refun. e ampl. Rio de Janeiro: Renovar, 1997. p. 60.

39 MORO, Maitê Cecília Fabbri. **Marcas Tridimensionais**. São Paulo: Editora Saraiva, 2009. p. 202.

40 CERQUEIRA, João da Gama. **Tratado da propriedade industrial**. Rio de Janeiro: Revista Forense, 1946. v. 1, p. 306-307, *apud* MORO, Maitê Cecília Fabbri. **Marcas Tridimensionais**. São Paulo: Editora Saraiva, 2009. p. 202.

41 *Apud* MORO, Maitê Cecília Fabbri. **Marcas Tridimensionais**. São Paulo: Editora Saraiva, 2009. p. 202.

42 Costa Netto, José Carlos. **Estudos e pareceres de direito autoral**. Rio de Janeiro: Forense, 2015. p. 250. O autorista José Costa Netto é desembargador do Tribunal de Justiça de São Paulo, pelo Quinto Constitucional. O parecer foi redigido antes de tomar posse no Tribunal de Justiça de São Paulo, quando exercia a advocacia.

lugar. Desenvolvi coleção e desfile como um dos pontos do evento 'Rosa de Redemoinho', em Belo Horizonte, comemorando 50 anos da obra 'Grande Sertão Veredas'. Sempre fui enlouquecido pelo universo roseano, mas bastou esse abraço de tamanduá, para que ele entrasse na minha casa, sem cerimônia alguma, plantando buritis na sala, trazendo tropas de jagunços, espalhando cobras, onças e capivaras pelo jardim. Único, aninhou com desenvolvimento impar o erudito nos braços do popular. Foi por esta vereda que entramos, no desfile de traçar diálogo entre moda e a obra de Guimarães Rosa<sup>43</sup>.

43 Apud JESUS, Eli Dias de. **Escrevendo moda com Ronaldo Fraga**: nas Veredas de

Os elementos do sertão de Rosa perpassaram todos os aspectos do desfile: da trilha sonora, a cenografia, as maquiagens e cabelos das modelos às – obviamente – roupas e aos acessórios criados pelo estilista. Em algumas peças, foram bordadas frases do romance; outras receberam apliques, simulando bilhetes adesivos, com trechos do romance, no que Eli Dias de Jesus chamou de "hibridismo literal da moda com a literatura"<sup>44</sup>.

Apesar disso, não se pode dizer que as criações (roupas e

Guimarães Rosa. 2018. Dissertação (Mestrado em Humanidades, Culturas e Artes) – UNIGRANRIO, Rio de Janeiro, 2018.

44 JESUS, Eli Dias de. **Escrevendo moda com Ronaldo Fraga**: nas Veredas de Guimarães Rosa. 2018. Dissertação (Mestrado em Humanidades, Culturas e Artes) – UNIGRANRIO, Rio de Janeiro, 2018.

acessórios) de Ronaldo Fraga para essa coleção constituam uma *obra literária*. A eventual proteção a esse conjunto de roupas e acessórios pelo Direito de Autor estaria no campo da obra artística e não da obra literária.

Esse exemplo, bastante significativo, permite deduzir que uma discussão da proteção pelo Direito de Autor às criações de moda deve levar em conta a possibilidade de sua inserção no campo da arte. Nesse sentido, no próximo item abordaremos as relações entre a arte e a moda.

### 3.1 Relações entre Arte e Moda

A partir do final do século XIX e início do século XX, nota-se uma proximidade muito grande entre as artes plásticas e as criações na

# RUO PATENTES E MARCAS

## Espanha e União Europeia

- Patentes
- Marcas
- Desenhos Industriais
- Contencioso Administrativo e Judicial

área de moda, incluindo roupas, joias e acessórios em geral<sup>45</sup>.

Em alguns casos, criadores de moda e artistas plásticos trabalham em parceria, criando peças de moda com evidente caráter artístico; em outros, artistas plásticos autorizam estilistas e casas de moda a reproduzir suas obras em peças do vestuário. Há ainda o caso de artistas plásticos que criam modelos ou estampas exclusivas para peças de moda, e estilistas cujas peças exibidas em desfiles são fruto de uma criação conceitual (para uso restrito na passarela ou teatro), com caráter predominantemente artístico.

Na Belle Époque, podemos citar a parceria do artista plástico Gustave Klimt e de sua companheira, Emilie Louise Flöge, que possuía uma casa de moda e, em muitos dos vestidos exuberantes que vemos nas telas do artista (frutos dessa parceria), a padronagem demonstra a influência dos mosaicos bizantinos<sup>46</sup>.

Nessa mesma época, destaca-se Paul Poiret, considerado o primeiro *designer* do século XX,

que cria uma moda revolucionária, "autoral", trazendo a arte moderna para suas criações, como vestidos baseados no luxo oriental e no estilo *art déco*. Poiret foi fortemente influenciado pela chegada a Paris, em 1910, dos *Ballets Russes* e pela obra de Léon Bakst, artista plástico russo, responsável pelos cenários e figurinos exóticos dessa companhia de dança, comandada por Serguei Diaghilev. Sempre assinou as suas "obras" e se considerava um artista<sup>47</sup>. Dentre as suas clientes famosas, destacamos a artista plástica brasileira Tarsila do Amaral.

O Surrealismo, nascido na década de 1920, passou a influenciar a moda, a partir da década de 1930, e esta passa a expressar o inconsciente e o sonhos. A parceria de Salvador Dalí e Elsa Schiaparelli – estilista italiana, radicada em Paris – resultou em peças inesquecíveis, como o chapéu em forma de sapato e o vestido branco com uma enorme lagosta vermelha estampada. Elza Schiaparelli também manteve uma parceria artística com outro integrante do movimento surrealista, o multiartista<sup>48</sup> Jean Cocteau,

que criou dois desenhos para que ela os integrasse ao seu design de moda. O resultado foi um deslumbrante casaco para a noite, de 1937, que integra o acervo de moda do Victoria & Albert Museum, em Londres<sup>49</sup>.

Apesar de ter deixado de existir após a morte de sua criadora, a marca foi comprada há alguns anos e se dedica unicamente à alta costura, com desfiles que mantêm uma fortíssima conexão com as artes plásticas. Observa-se que as criações de moda da marca estão inseridas muito mais fortemente no campo das artes plásticas do que no campo da moda, propriamente dita. É fácil imaginar que uma artista famosa compareça a um show ou a uma festa do *Met Gala*<sup>50</sup> vestindo uma criação da marca, mas em pouquíssimas outras situações isso pareceria possível.

Talvez o caso mais conhecido de conexão entre artes plásticas e moda seja o da utilização (aparentemente, sem um licenciamento ou autorização expressa dos herdeiros, tampouco sem notícias de medidas legais

45 PEZZOLO, Dinah Bueno. **Moda e Arte** – Releitura no processo de criação. São Paulo: Editora SENAC, 2013. p.10-11

46 PEZZOLO, Dinah Bueno. **Moda e Arte** – Releitura no processo de criação. São Paulo: Editora SENAC, 2013. p. 137-142.

47 PEZZOLO, Dinah Bueno. **Moda e Arte** – Releitura no processo de criação. São Paulo: Editora SENAC, 2013. p. 143-146.

48 Poeta, cineasta, pintor, escritor, dramaturgo e

cenógrafo

49 <https://collections.vam.ac.uk/item/O117953/evening-coat-schiaparelli-elsa/>

50 *Met Gala*: O **Met Gala**, formalmente chamado de Costume Institute Gala ou **Costume Institute Benefit** e também conhecido como **Met Ball**, é uma gala anual de angariação de fundos para o benefício do Metropolitan Museum of Art em Nova Iorque. Marca a abertura da exposição anual de moda do Costume Institute. O evento de cada ano celebra o tema da exposição do Costume Institute daquele ano, e a exposição dá o tom para o traje formal da noite, já que os convidados devem escolher seus figurinos para combinar com o tema da exposição. O Met Gala foi criado em 1948 como uma forma de arrecadar dinheiro para o recém-fundado Costume Institute e marcar a abertura de sua exposição anual. A primeira gala foi um jantar à meia-noite e os ingressos custaram cinquenta dólares cada.<sup>[2]</sup> Baseado no legado deixado pela ex-editora-chefe da *Vogue* Diana Vreeland como "consultora especial" do Costume Institute, desde 1973 o Met Gala se tornou conhecido como um evento de luxo e sucesso de público e é considerado "a joia da coroa social da cidade de Nova Iorque". Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Met\\_Gala](https://pt.wikipedia.org/wiki/Met_Gala). Acesso em: 23 jun. 2023.

por parte destes) da obra de Mondrian<sup>51</sup>, em coleção de Yves Saint-Laurent, de 1965.

Como explica Paulo Debom, em seus cursos de História da Moda, não se trata de uma estampa, mas de uma montagem engenhosa de retângulos coloridos, que nos dão a clara sensação de estar diante de uma tela de Mondrian, apesar de nenhum de seus quadros ter sido reproduzido nos vestidos. Interessante notar que, quanto à modelagem propriamente dita, não há originalidade e, por conseguinte, não caberia proteção pelo Direito de Autor. Trata-se de um corte de vestido absolutamente reto, com decote careca e sem mangas, muito usado na década de 1960 e que, no Brasil, era conhecido como "vestido *tubinho*".

No Brasil, nessa mesma década de 1960, houve um caso muito interessante de colaboração entre artistas plásticos e estilistas (então chamados de costureiros), promovida pela Rhodia. Por iniciativa de seu diretor de marketing, Lívio Rangan, com o objetivo de promover o uso de tecidos sintéticos da empresa<sup>52</sup>, essa iniciativa propiciou parcerias que resultavam em peças únicas, exibidas em desfiles-shows (contando com músicos famosos), promovidos duas vezes por ano na Feira Nacional da Indústria Têxtil (FENIT), o maior evento de moda da época. O MASP possui em seu acervo o único conjunto remanescente dessa produção (escolhido pessoalmente por Pietro Maria

Bardi) e que reúne peças de várias coleções. Em várias dessas peças, nota-se que o artista plástico e o estilista construíram juntos a estampa-modelagem, pois ambas se encontram perfeitamente integradas, como se formassem uma tela ou escultura e, no nosso entender, mereceriam uma proteção pelo Direito de Autor.

Atualmente, há vários casos conhecidos de licenciamento de obras de artistas plásticos para uso em peças de moda, bastando citar os muitos licenciamentos feitos pelo Projeto Portinari, sempre escolhendo parceiros que, de alguma forma, *dialoguem* com a obra do artista, como é o caso do estilista Ronaldo Fraga, que demonstra uma intensa preocupação com a questão social. Nestes casos, via de regra, a proteção pelo Direito de Autor recai sobre a(s) obra(s) reproduzida(s) nas peças de moda e não sobre as peças propriamente ditas, salvo se ela preencherem, de forma autônoma, os requisitos de proteção pelo Direito de Autor.

A marca Louis Vuitton também tem feito várias parcerias com artistas plásticos, a partir dos anos 2000, resultando numa fusão de moda e arte em um contexto de luxo. Destacam-se *collabs* com os artistas plásticos

Takashi Murakami, Jeff Koons e Yayoi Kusama (esta última em 2012 e 2023).

Como já mencionado, há estilistas que trabalham de forma independente (sem parcerias com artistas plásticos e sem ligação com movimentos artísticos), mas de uma forma conceitual, talvez mais próxima das artes plásticas do que da própria moda. Basta citar os estilistas japoneses Yssey Miyake e Rei Kawakubo, cujas criações de moda remetem a esculturas.

Cumpramos mencionar ainda a criadora holandesa Iris van Herpen, que trabalha em um núcleo que reúne moda, design, tecnologia e ciência. Suas "criações de moda" são verdadeiras obras de artes plásticas, criadas com uso de tecnologia de ponta.

As criações de moda desses estilistas-autores, além de serem originais, estão inseridas, indiscutivelmente, no campo das artes plásticas e, por conseguinte, gozam de proteção do Direito de Autor.

Surge então o questionamento: será que a proteção pelo Direito de Autor deveria, realmente, ficar restrita a situações excepcionais como essas, sem se estender às outras criações de moda que têm originalidade,

<sup>51</sup> Piet Mondrian faleceu em 1944 e, por conseguinte, a sua obra ainda não estava em domínio público por ocasião do lançamento da coleção *Mondrian* por Yves Saint Laurent.

<sup>52</sup> Nessa época, o tecido sintético já era bastante usado no Brasil, mas somente para peças íntimas. Mulheres elegantes vestiam roupas de seda, linho ou algodão puro.



**Nós protegemos  
marcas que  
CRUZAM FRONTEIRAS**

40 anos criando estratégias  
globais de propriedade intelectual

[www.almaraz.com.ar](http://www.almaraz.com.ar)



são inovadoras, mas não gozam de caráter artístico, na concepção mais tradicional das artes plásticas?

Nesse sentido, ao analisarmos a história da moda e tomarmos como exemplo as décadas de 1910 e 1920, vemos que alguns estilistas criavam suas peças de moda, sobretudo os vestidos de festa, com um inquestionável caráter artístico, bastando citar Paul Poiret, já mencionado neste artigo.

Já Gabrielle (Coco) Chanel, contemporânea de Poiret, que abriu a sua *Maison* de moda no início da década de 1920, criou peças absolutamente originais, inovadoras e que mudaram (e simplificaram) a forma de a mulher se vestir. Há criatividade e originalidade em suas criações de moda, sem dúvida, mas será possível afirmar que elas têm caráter artístico? Parece que não. Mesmo os figurinos criados por ela para o balé *Le Train Bleu*, dos Ballets Russes, de Sergei Diaghilev, não se inserem no padrão das artes plásticas e refletem a praticidade de roupas que podem ser usadas na vida cotidiana.

Ainda, se dermos um salto para a década de 1930 e compararmos novamente Chanel, mas desta vez com sua rival Elsa Schiaparelli (que, neste período criava peças de roupas em parceria com artistas surrealistas, como já mencionado), teremos a mesma situação. As peças criadas por Schiaparelli, até mesmo pela parceria mantida com artistas plásticos, são visivelmente inseridas no universo das artes plásticas, ao contrário das peças criadas por Chanel.

Essa comparação entre Poiret x Chanel e Schiaparelli x

Chanel demonstra a dificuldade que a exigência de caráter *artístico* traz para a proteção da moda pelo Direito de Autor. Não faz sentido atribuir-se proteção para as criações de Poiret e Schiaparelli e deixar de atribuí-la às de Chanel, que foram muito mais revolucionárias, exibem valor estético e mudaram, efetivamente, a forma como as mulheres (comuns, inclusive) se vestirem!

Desde o momento em que surge a moda, no período de Luís XIV<sup>53</sup>, ela deixa de ter um caráter meramente utilitário para ser, preponderantemente, uma *expressão estética* e, ainda que não esteja inserida no conceito tradicional das artes plásticas, nem conste nominalmente no rol (meramente exemplificativo) do art. 7º da Lei de Direitos Autorais brasileira, as criações de moda devem merecer proteção pelo Direito de Autor, sempre que preencham os requisitos de originalidade e criatividade e tenham um caráter estético predominante, ainda que não inserido na tradição das artes plásticas.

Importante notar que os desenhos das criações de moda (desde que originais) têm indiscutível proteção pelo Direito de Autor, enquanto obra plástica (desenho) e o que se discute aqui é a possibilidade de proteção também para as peças prontas (roupas e acessórios de moda).

Segundo argumenta Daniela Cristina A. Santana, em sua dissertação de mestrado intitulada *As criações de moda e o Direito de Autor*:

[...] entendemos que quando a própria vestimenta,

não meramente o seu desenho, reveste-se dos requisitos da originalidade e criatividade, quer pelo corte do tecido, quer pelos bordados, dobraduras ou fechamentos de que seja dotada, *ela deve ser protegida como criação tridimensional, a título de obra plástica, tendo a mesma proteção conferida ao seu desenho, não se tratando apenas de um 'corpo mecânico', mas da própria criação do espírito, cuja forma, por isso mesmo, merece também proteção pelo direito de autor*<sup>54</sup>.

Acrescenta:

Podemos equiparar a proteção da vestimenta como criação tridimensional à proteção conferida às obras arquitetônicas, que também, até recentemente, não eram consideradas obras de arte passíveis de proteção pelo direito de autor, e que passaram, como observamos do artigo 7º, inciso X da Lei 9.610/98, a ter proteção tanto em relação aos seus projetos e esboços, a título de desenhos, como em relação às suas criações, a título de obras plásticas<sup>55</sup>.

Mais adiante, afirma o que nos parece fundamental: a necessidade de a criação de moda possuir valor estético (independentemente de ter alguma relação com o universo

54 SANTANA, Daniela Cristina Alves. **As criações de moda e o direito de autor**. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Direito da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. p. 127-128.

55 SANTANA, Daniela Cristina Alves. **As criações de moda e o direito de autor**. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Direito da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. p. 128.

53 Segundo ensina o historiador Paulo Debom, em seus cursos de História da Moda.

das artes plásticas), além de preencher os requisitos de originalidade e criatividade:

É certo, todavia, que se a roupa, como criação tridimensional, não portar requisitos suficientes para a proteção pelo direito de autor, não sendo dotada de nenhum critério artístico ou de valor estético, apenas o seu desenho poderá ser protegido pelo direito de autor. [...] <sup>56</sup>.

Portanto, entendemos que as criações de moda devem merecer a proteção pelo Direito de Autor, sempre que forem originais, criativas e possuírem valor estético.

### 3.2 Da posição dos tribunais brasileiros em casos de conflitos envolvendo Propriedade Intelectual no universo da moda

Por pesquisa jurisprudencial, pudemos verificar que a posição de nossos tribunais é, predominantemente, no sentido da não admissão da proteção de artigos de moda pelo Direito de Autor (salvo em casos em que sejam consideradas obras artísticas) e, no caso de concorrência desleal (em especial, no que tange à imitação de *trade dress*/conjunto-imagem), somente em casos excepcionais, levando em conta que as semelhanças no universo da moda decorrem, sobretudo, de uma tendência ou padrão de mercado.

Nesse sentido, cumpre citar dois casos de Direito de Autor envolvendo marcas famosas e

que foram julgados de forma diametralmente oposta pelo Tribunal de Justiça de São Paulo. O primeiro é relativo à bolsa Birkin, da marca Hermès<sup>57</sup>. O relator do referido acórdão é o Desembargador José Carlos Costa Netto e ele concluiu pela violação de direitos autorais, em razão de ter considerado a emblemática bolsa Birkin (largamente conhecida no universo da moda, há décadas) como uma “verdadeira obra de arte”. Ainda que a bolsa Birkin não tenha qualquer ligação com as artes plásticas e, para a maioria das pessoas, não seja considerada uma *obra de arte*, o fato é que, como havia concluído Costa Netto no já citado parecer elaborado no período em que exercia a advocacia, para que um artigo de moda seja protegido pelo Direito de Autor deverá preencher três requisitos, quais sejam: a) pertencer ao domínio das letras, das artes ou das ciências; b) ter originalidade; c) achar-se no período de proteção fixado pela lei. Assim, ao considerar a bolsa em questão como uma *obra de arte* ela se tornou, automaticamente, protegida pelo Direito de Autor.

Quanto à prática de concorrência desleal, era evidente nesse caso, posto que a coleção apresentada pela ré (contendo a imitação das bolsas Birkin em lona) tinha o título de “*I’m not the original*” e fazia expressa alusão à bolsa Birkin, num claro aproveitamento parasitário da fama e do prestígio da bolsa da marca Hermès.

O segundo caso a ser citado, a discussão envolvia a semelhança entre as coleções de lingerie de duas marcas (Walcoal/Loungerie e Hope). Tanto a

violação de direitos autorais como a prática de concorrência desleal (por imitação de *trade dress*), alegadas pelas autoras, foram afastadas pelos tribunais, primeiro pela decisão do TJ-SP<sup>58</sup> e, em seguida, pelo STJ<sup>59</sup>.

Chama a atenção o fato de que, neste caso, o acórdão do Tribunal de Justiça de São Paulo concluiu, pura e simplesmente, pela inaplicabilidade da Lei de Direitos Autorais à indústria da moda.

Já a decisão do STJ reconheceu (de forma bastante acertada, em nossa opinião) a possibilidade, em tese, de proteção de *obras utilitárias* (caso das criações de moda – peças prontas) pelo Direito de Autor, desde que nelas se possa encontrar a *exteriorização de uma criação de espírito*. A relatora, Ministra Nancy Andrighi, citou vários doutrinadores em seu voto, como Carlos Alberto Bittar<sup>60</sup> e José de Oliveira Ascensão<sup>61</sup>, para concluir que o direito de autor não toma em consideração a destinação da obra para a outorga da tutela, sendo que obras utilitárias podem ser igualmente protegidas, desde que nelas se possa encontrar a exteriorização de uma “criação do espírito”.

### 3.3 Tutela das criações de moda nos EUA, França, Itália e União Europeia

Por último, cabe fazer uma breve comparação com a proteção conferida às criações de moda nos países em que

<sup>56</sup> SANTANA, Daniela Cristina Alves. **As criações de moda e o direito de autor**. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Direito da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. p. 128.

<sup>57</sup> TJ-SP - Apelação nº 0187707-59.2010.8.26.0100

<sup>58</sup> TJ-SP, APELAÇÃO N. 1043901-02.2017.8.26.0100

<sup>59</sup> RECURSO ESPECIAL N. 1.943.690 - SP (2021/0177329-5)

<sup>60</sup> Bittar, Carlos Alberto. **Curso de direito autoral**. Rio de Janeiro: Forense, 1988. p. 47.

<sup>61</sup> Ascensão, José de Oliveira. **Direito autoral**. 2. ed. refun. e ampl. Rio de Janeiro: Renovar, 1997. p. 56.

a moda ocupa posição de destaque, como é o caso da França, em primeiríssimo lugar, dos EUA e da Itália, e como essa questão é tratada no âmbito da União Europeia.

Como afirma Marcela de Deo Fragoso<sup>62</sup>, a França é o país onde a proteção dos artigos de moda se encontra mais assegurada e há mais tempo. Desde a promulgação da Lei de 11 de março de 1902, que determinou que a proteção legal independe do mérito e da destinação do objeto/obra (teoria da unidade da arte), os tribunais franceses passaram a reconhecer proteção às criações de moda.

Atualmente, a proteção às criações de moda na França é regida pelo Código da Propriedade Intelectual, com menção expressa no artigo L.112.2, alínea 14, à proteção das criações da indústria sazonal de vestimentas e joias. Então, desde que seja original, a criação de moda goza da proteção pelo Direito de Autor.

Importante também mencionar a Diretiva da União Europeia (Diretiva 98/71/CE) que, além de manter o regime especial de tutela de desenho industrial, confirmou a possibilidade de cumulação de proteção com o regime de direito de autor.

Ainda, na França (assim como no Brasil), as criações de moda também podem ser protegidas pelos mecanismos de combate à concorrência desleal.

Na Itália (também um dos grandes polos mundiais da moda) e onde também se aplicam as diretivas da União Europeia, a

proteção das criações de moda pelo Direito de Autor somente é possível nos casos em que, além de apresentarem caráter criativo, tenham *reconhecido valor artístico*. Em razão dessa exigência (que demanda provas), segundo Marcela de Deo Fragoso<sup>63</sup>, são pouquíssimas as decisões dos tribunais italianos reconhecendo proteção pelo Direito de Autor às criações de moda, embora algumas decisões mais recentes (sobretudo a partir de 2016) estariam indicando uma possível mudança nessa posição radical.

Já nos Estados Unidos não há o reconhecimento da proteção, pelo Direito de Autor, às criações de moda (aqui consideradas peças prontas), mas tão somente para os desenhos e croquis (desde que originais).

## CONCLUSÃO

Os Direitos Intelectuais se aplicam às criações de moda e à sua proteção, de diversas formas. No campo da Propriedade Industrial, as patentes de invenção, que não servem para proteger as criações de moda de caráter estético, são aplicáveis à moda, tanto no que se refere a invenções relativas a insumos e máquinas utilizadas pela indústria, quanto a insumos produzidos por ela, como fios e tecidos tecnológicos ("inteligentes").

Quanto às criações de moda de caráter estético, que são o objeto deste estudo, a proteção no âmbito da Propriedade Industrial pode ocorrer pelo registro de desenho industrial, seja para a proteção da forma plástica ornamental do objeto,

seja para o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a uma peça de moda (como é o caso da estamparia). É necessário, no entanto, o preenchimento de três requisitos: a novidade, a originalidade e a possibilidade de servir de tipo para a fabricação industrial, sendo certo que esse último requisito exclui a proteção de objetos artísticos (peças únicas).

Também se tornou possível no Brasil, a partir de 2021, o registro das chamadas *marcas de posição*, que se referem a um sinal em uma posição singular e específica de determinado suporte, que seja capaz de identificar os produtos e distingui-los de outros idênticos. Um exemplo de marca de posição é o solado vermelho dos sapatos de salto alto femininos, da marca Louboutin (comentado neste texto). Esta é mais uma forma de proteção, pelos Direitos Intelectuais, das criações de moda.

Ainda na esfera da Propriedade Industrial, a proteção às criações de moda pode se dar por meio dos mecanismos de defesa contra a prática de concorrência desleal, inclusive em situações em que há imitação de *trade dress*, isto é, naquelas em que o concorrente imita (com risco de causar confusão ou associação com a marca imitada), o conjunto visual singular, característico, distintivo, identificador da origem e não inserido nos padrões ou tendências de mercado das criações de moda.

Na esfera do Direito de Autor, a proteção das criações de moda é bastante controversa, principalmente em razão da questão da *originalidade*, pouco comum em um mercado que segue tendências, seja quanto

62 FRAGOSO, Marcela de Deo. Proteção do Design de Moda e Direitos Intelectuais. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, Faculdade de Direito, 2018 (p. 31 e segs.)

63 FRAGOSO, Marcela de Deo. **Proteção do Design de Moda e Direitos Intelectuais**. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, Faculdade de Direito, 2018, p.36-39.

a modelagem, a cores, a tecidos etc. e a semelhança entre peças de marcas concorrentes é comum e decorre, justamente dessas *tendências de moda*.

É indiscutível a proteção dos desenhos de moda (desde que originais) como obras artísticas (plásticas), mas é muito mais difícil, no Brasil, a obtenção de proteção para as peças prontas, pois é fundamental que, além de preencher os requisitos de originalidade e criatividade, elas tenham um caráter estético-artístico, mesmo sem estar diretamente relacionadas à tradição das artes plásticas.

## REFERÊNCIAS

- Ascensão, José de Oliveira. **Direito autoral**. 2. ed. refun. e ampl. Rio de Janeiro: Renovar, 1997.
- BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual**. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2003.
- Bittar, Carlos Alberto. **Curso de direito autoral**. Rio de Janeiro: Forense, 1988.
- BRASIL. **Decreto nº 9.289, de 21 de fevereiro de 2018**. Promulga o Protocolo de Emenda ao Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio, adotado pelo Conselho-Geral da Organização Mundial do Comércio, em 6 de dezembro de 2005. Brasília, Presidência da República, 2018. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/decreto/d9289.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/decreto/d9289.htm). Acesso em: 14 dez. 2023.
- CERQUEIRA, João da Gama. **Tratado da propriedade industrial**. Rio de Janeiro: Revista Forense, 1946. v. 1.
- CERQUEIRA, João da Gama. **Tratado da Propriedade Industrial**. 3 vols. Atualizado por Newton Silveira e Denis Borges Barbosa. Rio de Janeiro: Lumen Juris Editora, 2010.
- CESÁRIO, Kone Prieto Fortunato; SEVERO, Roberta Ferreira. Dos sinais registráveis como marca (parte 2 – tridimensionais e de posição – arts.122 e 123). In: CESÁRIO, Kone Prieto Fortunato; BUENO, Neide; CARNEIRO, Tayná; LAGASSI, Verônica (org). **Comentários à Lei de Propriedade Industrial**: uma análise exclusiva feita por mulheres. São Paulo: Thomson Reuters; Revista dos Tribunais, 2023.
- CHINELLATO, Silmara J. A. **Direito de autor e direitos da personalidade**: reflexões à luz do Código Civil. São Paulo. 2009. Tese (Concurso para Professor Titular) – Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.
- CHINELLATO, Silmara J. A. Propriedade Intelectual. In: JORGE, André Lemos; CALÇAS Manoel de Queiroz Pereira; LUCCA, Newton de; CUEVA, Ricardo Villas Boas; MACIEL, Renata Motta (org.): **Coletânea da Atividade Negocial**. São Paulo: Uninove, 2019.
- Costa NetTo, José Carlos. **Estudos e pareceres de direito autoral**. Rio de Janeiro: Forense, 2015.
- ESTEVÃO, Ilca Maria. Além da tecnologia: fone de ouvido sem fio vira item de estilo. **Metrópoles**, 16 fev. 2020. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/alem-da-tecnologia-fone-de-ouvido-sem-fio-vira-item-de-estilo>. Acesso em: 14 dez. 2023.
- FRAGOSO, Marcela de Deo. **Proteção do Design de Moda e Direitos Intelectuais**. Tese de
- Doutorado. Universidade de São Paulo, Faculdade de Direito, 2018.
- JESUS, Eli Dias de. **Escrevendo moda com Ronaldo Fraga**: nas Veredas de Guimarães Rosa. 2018. Dissertação (Mestrado em Humanidades, Culturas e Artes) – UNIGRANRIO, Rio de Janeiro, 2018.
- MORO. Maitê Cecília Fabbri. **Marcas Tridimensionais**. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.
- PALOMINO, Érika. **A Moda**. São Paulo: Publifolha, 2003.
- PEZZOLO, Dinah Bueno. **Moda e Arte** – Releitura no processo de criação. São Paulo: Editora SENAC, 2013.
- SANTANA, Daniela Cristina Alves. **As criações de moda e o direito de autor**. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Direito da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.
- SOARES, José Carlos Tinoco. **Concorrência desleal vs. trade dress e/ou conjunto-imagem**. São Paulo: Edição Tinoco Soares, 2004.
- SOUZA, Deborah Portilho Marques de. **A propriedade intelectual na indústria da moda**: formas de proteção e modalidades de infração. Dissertação (Mestrado Profissional) – Programa de Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação, Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Rio de Janeiro, 2015.
- SPADONI, Pedro. O que são óculos inteligentes e como eles funcionam. **Olhar Digital**, São Paulo, 9 fev. 2023. Disponível em: [https://olhardigital.com.br/2023/02/09/reviews/o-que-sao-oculos-inteligentes-e-como-eles-funcionam/#google\\_vignette](https://olhardigital.com.br/2023/02/09/reviews/o-que-sao-oculos-inteligentes-e-como-eles-funcionam/#google_vignette). Acesso em: 14 dez. 2023.

# PERU



OMC ABOGADOS  
& CONSULTORES

20 years specializing in  
**Intellectual Property**  
[www.omcabogados.com.pe](http://www.omcabogados.com.pe)

We also specialize in:

**Regulatory services**

**Hosting**

A designated Holder or Owner will handle your Sanitary  
Registration process on your behalf

MORE INFORMATION

