

# O estilo tem dono

A moda tem se mostrado relevante também na economia brasileira, sobretudo nos últimos anos

*Nancy Caigawa e Amine Abib*

Em meio a um dos eventos mais significativos do Brasil, o Fashion Rio, convém chamar a atenção das empresas e profissionais envolvidos neste ramo para a necessidade de, mais do que nunca, buscar meios e instrumentos para proteger o que é seu, vale dizer, suas criações de moda. Considerada uma das mais poderosas indústrias globais, a moda tem se mostrado relevante também na economia brasileira, sobretudo nos últimos anos, em razão do crescimento do poder aquisitivo do mercado consumidor interno, da internacionalização das marcas nacionais e da chegada ao país de grifes de luxo estrangeiras.

Naturalmente, uma série de implicações jurídicas tem surgido neste segmento, notadamente no que se refere à proteção das criações. Afinal, como proteger algo que possui, em sua essência, natureza transitória e sazonal, traduzindo tendências muitas vezes efêmeras para expressar o comportamento, os hábitos, os sentimentos e os valores de uma sociedade em um determinado momento? De acordo com a célebre frase do reality show de estilistas "Project runaway": "As you know in fashion, one day you're in. And the next day, you're out" ("Você sabe, na moda, um dia você está dentro; e no outro, está fora").

Dentre os inúmeros desafios experimentados pelo mundo da moda no campo da propriedade intelectual, destacam-se a dificuldade de adequação da busca pela proteção das criações e a premente velocidade que a própria indústria impõe aos seus meios de produção, comercialização e consumo. Tudo em absoluto contraste com o compasso dos órgãos envolvidos na concessão dos instrumentos jurídicos existentes no Brasil.

Nesse contexto, as características e peculiaridades do mundo fashion têm demandado dos profissionais do direito não apenas conhecimento jurídico, mas também entendimento sobre arte e design, e sobre o próprio processo de criação e produção desse ramo, para o desenvolvimento de uma estratégia de proteção das criações que não impeça a atividade criativa, o estilo (assinatura) do designer e nem a sua produção comercial.

A proteção estratégica envolve tanto a escolha e a análise do objeto a ser protegido na coleção criada frente aos vários instrumentos legais disponíveis (desenho industrial, marca, direito de autor, patente e informações confidenciais) quanto a adoção de medidas preventivas. Por exemplo, a celebração de instrumentos contratuais com os envolvidos, a indicação de data e assinatura dos designers nos croquis, os catálogos datados e a guarda de e-mails trocados com designers, criadores etc. Tudo com o intuito de subsidiar medidas judiciais ou extrajudiciais contra eventuais infratores.

Todavia, para que as criações de moda possam ter a importância e o valor devidamente reconhecidos e assegurados no Brasil, o principal papel será desempenhado pela conscientização dos estilistas, designers e investidores do mundo moda para a necessidade de se proteger o que é seu.

---

Notícia publicada em 7/11/13 - 0h00 | Atualizada em 6/11/13 - 18h38 | Impressa em 07/11/13 - 11h35