

Análise da viabilidade de proteção da propriedade industrial de produtos ligados à moda sazonal

*Eduardo Erivelton Campos**

*Carlos Alberto Ferreira***

*Felipe Hercílio Baltazar****

Resumo

O presente artigo foi elaborado com o objetivo de apresentar uma análise da legislação atualmente existente voltada à proteção da propriedade industrial, bem como verificar a viabilidade de sua aplicação à proteção de produtos destinados à moda sazonal. No primeiro capítulo são apresentados os sistemas disponíveis para a proteção da propriedade industrial existentes, que, em suma se resumem à proteção via registro de patente, desenho industrial e marca. No segundo capítulo é realizada uma análise do conceito de sazonalidade da moda, bem como suas características específicas, principalmente no que se refere aos prazos de lançamento de novas coleções. No terceiro e último capítulo, analisa-se a aplicabilidade dos instrumentos legais previstos na Lei 9.279/96, quanto a sua eficácia, na proteção da propriedade intelectual presente nos produtos ora em estudo. São, ainda, identificadas nesta fase algumas variáveis que tentam explicar a razão da baixa procura por este tipo de proteção quando os produtos desenvolvidos são provenientes de moda, principalmente a sazonal. Tentar-se-á evidenciar a existência de um descompasso entre a proteção disponível em nosso ordenamento jurídico, e às características apresentadas pelos produtos em estudo, o que, de certa forma, torna ineficaz a proteção ora oferecida favorecendo, como consequência, a contrafação e à pirataria.

Palavras-chave: Inviabilidade. Moda. Propriedade Industrial. Proteção. Sazonal.

<http://dx.doi.org/10.5335/rjd.v28i2.4847>

* Professor do Curso de Direito da Univali, *campus* Itajaí e Balneário Camboriú. Mestre em Ciências Jurídicas pela Univali. Advogado. e-mail: ducampos08@gmail.com

** Acadêmico do 10º período do Curso de Direito da Univali, *campus* de Itajaí.

*** Acadêmico do 10º período do Curso de Direito da Univali, *campus* de Itajaí.

Introdução

O presente artigo tem como objeto a proteção da propriedade industrial e a análise acerca da viabilidade de proteção das criações ligadas à moda, mais especificamente, aquelas afetadas pela sazonalidade.

Uma evidência da necessidade de aprimoramento da legislação existente é determinada pela quase inexistência de patentes ou outras formas de registro para a proteção das criações ligadas à moda sazonal. Tal fato pode ser facilmente verificado no Vale do Itajaí, que apesar do grande número de empresas ligadas ao ramo da moda, poucas são aquelas que apresentam alguma proteção sobre suas criações.

Este não é um fenômeno exclusivo de Santa Catarina ou mesmo do Brasil, este é um tema que se encontra na pauta dos principais países produtores de moda mundo a fora.

Como resultado dessa falta de cuidado e até de ferramentas legais ágeis e viáveis, todos os esforços empenhados em uma determinada coleção de produtos, pelos designers ou estilistas, para a criação de desenhos ou formas inovadoras, passam a ser copiados pelos concorrentes no mesmo dia em que são apresentados ao público.

Assim, sem uma proteção eficaz e específica, as perdas são, às vezes, catastróficas para os criadores, em termos de recursos financeiros, tempo e dedicação.

Apresentar-se-á uma visão atual da situação nacional no que tange ao sistema normativo destinado a proteger a produção intelectual de quem trabalha no ramo da moda, apontando seus pontos positivos e suas deficiências. Serão também apresentados, os pontos de vista doutrinários, ou ainda a jurisprudência existente ligada ao tema, para, ao final, apresentar conclusões referentes à viabilidade ou não de proteção para os produtos de moda.

O presente instrumento de pesquisa encerrar-se-á com as considerações finais, nas quais são apresentados pontos conclusivos destacados, seguidos da estimulação à continuidade dos estudos e das reflexões sobre a proteção da propriedade industrial da moda sazonal.

Quanto à Metodologia empregada, registra-se que, na Fase de Investigação¹ foi utilizado o Método Indutivo², na Fase de Tratamento de Dados o Método Cartesiano³, e, o Relatório dos Resultados expresso na presente Monografia é composto na base lógica Dedutiva.

Nas diversas fases da Pesquisa, acionar-se-ão as Técnicas do Referente⁴, da Categoria⁵, do Conceito Operacional⁶ e da Pesquisa Bibliográfica⁷.

Os sistemas de proteção da propriedade industrial

A proteção da propriedade intelectual, no Brasil, tem como fundamento o mandamento constitucional expresso no artigo 5º, inciso XXIX⁸.

Percebe-se que o texto relativiza a garantia de proteção da propriedade intelectual, a qual, apesar de ser garantida, deverá atender também os interesses sociais, tecnológicos e econômicos do Brasil.

Como não poderia deixar de ser, a determinação Constitucional tem um caráter genérico, porém alinhado aos tratados internacionais e acordos aos quais o Brasil é signatário.

Coube à Lei 9.279/96 detalhar, de forma específica, o tipo de proteção da propriedade industrial determinado pela Constituição Federal, aplicando de

¹ “[...] momento no qual o Pesquisador busca e recolhe os dados, sob a moldura do Referente estabelecido [...]”. PASOLD, Cesar Luiz. *Metodologia da pesquisa jurídica: teoria e prática*. 11 ed. Florianópolis: Conceito Editorial; Millennium Editora, 2008, p. 83.

² “[...] pesquisar e identificar as partes de um fenômeno e colecioná-las de modo a ter uma percepção ou conclusão geral [...]”. PASOLD, Cesar Luiz. *Metodologia da pesquisa jurídica: teoria e prática*, p. 86.

³ Sobre as quatro regras do Método Cartesiano (evidência, dividir, ordenar e avaliar) veja LEITE, Eduardo de oliveira. *A monografia jurídica*. 5 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001, p. 22-26.

⁴ “[...] explicitação prévia do(s) motivo(s), do(s) objetivo(s) e do produto desejado, delimitando o alcance temático e de abordagem para a atividade intelectual, especialmente para uma pesquisa.” PASOLD, Cesar Luiz. *Metodologia da pesquisa jurídica: teoria e prática*, p. 54.

⁵ “[...] palavra ou expressão estratégica à elaboração e/ou à expressão de uma ideia”. PASOLD, Cesar Luiz. *Metodologia da pesquisa jurídica: teoria e prática*, p. 25.

⁶ “[...] uma definição para uma palavra ou expressão, com o desejo de que tal definição seja aceita para os efeitos das idéias que expomos [...]”. PASOLD, Cesar Luiz. *Metodologia da pesquisa jurídica: teoria e prática*, p. 37.

⁷ “Técnica de investigação em livros, repertórios jurisprudenciais e coletâneas legais. PASOLD, Cesar Luiz. *Metodologia da pesquisa jurídica: teoria e prática*, p. 209.

⁸ A lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País.

forma prática as diretrizes definidas pela Convenção de Paris, pelo TRIPS⁹, PCT¹⁰, IPC¹¹, entre outras.

A proteção do direito de propriedade industrial, conforme determina o artigo segundo da LPI¹², visa a preservação do interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País.

Assim, é importante que fique claro de início, que o sistema de proteção da propriedade industrial tem como objetivo primeiro a proteção da sociedade. Ou seja, é do interesse do Estado que os desenvolvimentos e os avanços tecnológicos sejam compartilhados por toda a sociedade.

O sistema da proteção da propriedade industrial tem, ainda, outro objetivo que é o de estimular, no cidadão, o interesse pelo desenvolvimento de produtos, bem como da técnica empregadas na sua fabricação. O meio de materializar tal objetivo é a concessão de um direito especial ao inventor, que consiste no direito de exploração econômica de suas ideias por determinado período de tempo, em um determinado mercado. Em contrapartida, deverá o requerente deste direito, depositar esta ideia em órgão oficial, de maneira detalhada, de tal modo que, uma vez expirado o seu prazo de exploração, tal objeto, técnica, ou desenho passe ao domínio público, ou em outras palavras possa ser produzido por qualquer um do povo.

O sistema brasileiro de proteção da propriedade industrial está ancorado na Lei 9.279/96 que define três sistemas para a proteção da propriedade industrial: a) a concessão de patente de invenção e de modelo de utilidade, b) a concessão de registro de desenho industrial e c) a concessão do registro de marca.

O sistema de patentes

O inciso primeiro do artigo 2º da Lei 9.279/96 determina que seja concedida a proteção por meio de patente em dois casos: a) quando o objeto do pedido se referir a uma invenção, ou b) quando se tratar de um modelo de utilidade.

⁹ Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio.

¹⁰ Tratado de Cooperação em Matéria de Patentes.

¹¹ Classificação Internacional de Patentes.

¹² BRASIL. *Lei de Propriedade Industrial - Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996*. Artigo 2º.

A patente de invenção

Vieira¹³ descreve a patente de invenção como o:

Título de exploração temporal, concedido pela Administração (Estado) ao inventor, em contrapartida à divulgação, bem como da exploração fidedigna do seu invento. O inventor precisa atender aos requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial.

Torna-se, desta forma, importante entender os conceitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial para a correta elaboração de um requerimento de patente de invenção.

Novidade

Ao tratar de novidade, Silveira¹⁴ assevera que

Objetivamente nova é a criação ainda desconhecida como situação de fato. Assim, no sentido subjetivo, a novidade representa, a novidade representa um novo conhecimento para o próprio sujeito, enquanto, em sentido objetivo, representa um novo conhecimento para toda a coletividade. Objetivamente novo é aquilo que não existia;

Tal interpretação está alinhada ao que prescreve o art. 11 da Lei 9.279/96¹⁵.

Atividade inventiva

A LPI¹⁶ define que uma criação é dotada de atividade inventiva quando, ao ser avaliada por um especialista no assunto, deve apresentar, sem sombra de dúvida evidências de que o resultado obtido não provém de maneira óbvia de

¹³ VIEIRA, Marcos Antonio. *Propriedade Industrial: Patentes*, 2008, p. 107.

¹⁴ SILVEIRA, Newton. *A propriedade intelectual e a nova lei de propriedade industrial* (Lei 9.279 de 14 -5-1998), 1996, p. 9.

¹⁵ Art. 11. A invenção e o modelo de utilidade são considerados novos quando não compreendidos no estado da técnica.

§ 1º O estado da técnica é constituído por tudo aquilo tornado acessível ao público antes da data de depósito do pedido de patente, por descrição escrita ou oral, por uso ou qualquer outro meio, no Brasil ou no exterior, ressalvado o disposto nos arts. 12, 16 e 17.

§ 2º Para fins de aferição da novidade, o conteúdo completo de pedido depositado no Brasil, e ainda não publicado, será considerado estado da técnica a partir da data de depósito, ou da prioridade reivindicada, desde que venha a ser publicado, mesmo que subsequente.

§ 3º O disposto no parágrafo anterior será aplicado ao pedido internacional de patente depositado segundo tratado ou convenção em vigor no Brasil, desde que haja processamento nacional.

¹⁶ BRASIL. *Lei nº 9.279, 1996, Art. 13.*

conhecimentos de domínio público e que tenha havido, de fato, aplicação de um esforço intelectual para o seu desenvolvimento.

Aplicação industrial

Por último, deve a suposta criação, ser viável do ponto de vista da possibilidade de produção ou uso industrial, como determina o artigo 15 da Lei 9.279/96.

A patente de modelo de utilidade

O modelo de utilidade é, para Soares¹⁷, “*uma pequena patente*” a qual, de acordo com este doutrinador tem sido objeto de proteção em apenas uma dezena de países.

A definição sobre o modelo de utilidade apresentado pela LPI no seu artigo 9º é coerentemente interpretado por Cerqueira¹⁸, que entende que, os modelos de utilidade:

[...] consistem essencialmente em instrumentos, utensílios e objetos destinados a uma serventia prática. São modelos de objetos que, sem visarem a um ‘efeito técnico’ peculiar (caso em que constituiriam invenção propriamente dita), se destinam simplesmente, a melhorar o uso ou utilidade do objeto, a dotá-lo de maior eficiência ou comodidade em seu emprego ou utilização, por meio de nova configuração dada ao objeto, da disposição ou combinação diferente de suas partes, de novo mecanismo ou dispositivo, em uma palavra, mediante modificação especial ou vantajosa introduzida nos objetos comuns.

Deve-se mencionar, ainda, que a proteção, por meio de patente, para invenção ou modelo de utilidade, pode ser requerida tanto via pedido nacional ou internacional, sendo os procedimentos para o pedido de patente definidos pelo INPI, órgão encarregado da análise do pedido e da sua consequente aprovação ou não.

O Sistema de Marcas

Para Silveira¹⁹ a marca diz respeito a: “todo nome ou sinal hábil para ser apostado a uma mercadoria ou produto ou a indicar determinada prestação de

¹⁷ SOARES, José Carlos Tinoco. *Tratado da propriedade industrial: patentes e seus sucedâneos*. São Paulo: Editora Jurídica Brasileira, 1998, p.157.

¹⁸ CERQUEIRA, João da Gama. *Tratado da Propriedade Industrial*. São Paulo: Revista Forense, 1946. v. I, parte I, p. 281.

¹⁹ SILVEIRA, Newton. *A propriedade intelectual e a nova lei de propriedade industrial* (Lei 9.279 de 14 -5-1998), 1996, p. 16.

serviços e estabelecer entre o consumidor ou usuário e a mercadoria, produto ou serviço uma identificação [...]”. Para este doutrinador, “a natureza da marca decorre de sua finalidade”.

Como muito bem lembra Di Blasi²⁰, “o sinal nominal ou figurativo aplicado a um bem material passou a assumir uma importância tão grande na sua comercialização que, em casos extremos, converteu-se em sinônimo do próprio produto [...]”.

Outro aspecto importante lembrado por Strenger²¹ é que “a marca não se dá a conhecer a nenhuma empresa, nem cria uma clientela para esta, mas somente uma clientela para o produto”. Ou seja, a marca pode até servir de uma indicação sobre o padrão de qualidade, preço, originalidade, confiabilidade, etc. de uma determinada empresa, em função de produtos que já tenha feito, mas não existe garantia que este padrão se mantenha, ou que não ocorram erros em seu processo, ou que novos produtos terão o mesmo padrão.

A LPI trata, especificamente, do registro de marcas, no título III, a partir do artigo 122, sendo importante também notar que esta Lei apresenta restrições para o registro, conforme relação do art. 124, ou seja, nem tudo que se pretende pode ser registrado.

O registro de marca pode ser requerido, conforme determina a referida lei, por pessoas físicas ou jurídicas, sejam do direito público ou privado. Porém, este pedido fica vinculado a alguns requisitos:

- a) As pessoas de direito privado terão o direito ao registro de marca desde que relativa à atividade que exerçam efetiva e licitamente, de modo direto ou através de empresas que controlem direta ou indiretamente, declarando, no próprio requerimento, esta condição, sob as penas da lei.
- b) Somente pessoas jurídicas representantes de coletividade poderão requerer o registro de marca coletiva.
- c) Somente pessoa sem interesse comercial ou industrial direto no produto ou serviço atestado, poderá requerer o registro de marca de certificação.
- d) A reivindicação de prioridade não isenta o pedido da aplicação dos dispositivos constantes deste Título.

²⁰ DI BLASI, Gabriel. *A propriedade industrial: os sistemas de marcas, patentes, desenhos industriais e transferência de tecnologia*, 2010, p. 291.

²¹ STRENGER, Irineu. *Marcas e patente: análise sucinta da Lei 9.279 de 14 de maio de 1996*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1996, p. 25.

Pode-se considerar que, de certa forma, a marca oferece uma proteção contra cópia, porém de maneira bastante sutil, pode-se dizer, até, psicológica, uma vez que mesmo que o produto seja idêntico, não terá o mesmo reconhecimento de quando associado a marca original. Havendo identidade entre a marca e o produto estaremos diante de ilícitos tipificados, pela LPI, entre os artigos 189 a 191.

O pedido de registro de marca, via internet, é realizado por meio do programa e-Marcas, devendo ser cumpridos diversos passos até a sua efetivação. Esta forma, segundo o INPI, torna mais simples e barato o processo de registro. Outra vantagem é que, o registro pode ser realizada a qualquer hora do dia, durante todos os dias da semana.

Uma vez registrada, a marca vigorará, conforme art. 133 LPI, pelo prazo de 10 (dez) anos, podendo ser prorrogado por períodos iguais e sucessivos.

O Sistema de Desenhos Industriais

Para Di Blasi²², os desenhos industriais estão intimamente ligado ao termo *design*, de origem inglesa, que segundo seu entendimento engloba um série de conceitos ligados à forma ornamental de um objeto, que por sua vez, possa se produzido industrialmente. Além disso, define *design* como:

A aparência do todo ou parte de um produto, a qual resulta em características, como: linhas, cores, formas, contornos, ornamentações e texturas, entre outras. Estas características são vistas como elementos que conferem um padrão estético ao produto – que pode ser definido como qualquer item industrial incluindo componentes, partes, embalagens, fontes de caracteres, gráficos ou padrões de desenhos, etc.

Entende Barbosa²³ que:

se a criação é técnica, teremos uma hipótese de patente de invenção ou de modelo industrial. Se a criação é puramente estética, sem aplicação a produto industrial, poder-se-á ter a proteção pelo Direito Autoral; tendo-se uma obra de arte aplicada, com a qualificação de poder servir de tipo de fabricação industrial, estamos no domínio do desenho industrial.

Ou seja, o desenho industrial apesar de possuir forma artística se difere do que se considera exclusivamente arte pelo fato de ser aplicável industrialmen-

²² DI BLASI, Gabriel. *A propriedade industrial: os sistemas de marcas, patentes, desenhos industriais e transferência de tecnologia*, 2010, p. 336.

²³ BARBOSA, Denis Borges. *Uma introdução à propriedade intelectual*. 2 ed. São Paulo: Lumen Juris, 2003, p. 502.

te. E, em sendo passível de aplicação industrial poderá, o seu autor, requerer a proteção do mesmo por meio de registro em entidade destinada a esse fim.

Determina a LPI que o registro de desenho industrial vigorará pelo período de 10 (dez) anos, sendo possível sua prorrogação por 3 (três) períodos iguais e sucessivos de 5 anos cada, o que pode totalizar ao final, 25 (vinte e cinco) anos. Caso haja interesse da renovação pelos períodos permitidos, deverá, o interessado, requerê-la no último ano da vigência do registro.

São requisitos para o registro de desenho industrial, segundo a Lei de Propriedade Industrial: a) a novidade, b) a originalidade e c) a aplicação industrial.

A LPI, em seu artigo 98, determina que não será considerada como desenho industrial qualquer obra de caráter puramente artístico, ou ainda, conforme o artigo 100, que seja contrário à moral e aos bons costumes ou que ofenda a honra ou imagem de pessoas, ou atente contra a liberdade de consciência, crença, culto religioso ou ideia e sentimentos dignos de respeito e veneração, ou ainda, a forma necessária comum ou vulgar do objeto, o aquela determinada essencialmente por considerações técnicas ou funcionais.

O INPI apresenta uma sequência de passos²⁴ necessários para a realização do registro de desenhos industriais, onde são listados os procedimentos documentais e as custas para o registro.

O impacto da sazonalidade na moda

Antes de adentrar nas questões jurídicas referentes à aplicação das ferramentas protetivas da propriedade industrial para o mercado sazonal de moda, torna-se interessante entender primeiramente algumas características desse mercado.

O primeiro questionamento a ser respondido no tocante à moda sazonal se refere ao significado propriamente dito de sazonalidade. Em uma abordagem preliminar se mostra bastante apropriada a definição apresentada por Pulcine e Oliveira²⁵:

Ao analisar uma série de dados de venda de um produto ou serviço, quase sempre se observa um movimento periódico desta série ao longo do tempo. Este movimento periódico, muitas vezes associado aos meses do ano, caracteriza o que denominamos efeito ou componente sazonal.

²⁴ INPI. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/portal/artigo/guia_basico_desenho_industrial. Acesso em: 25 mar. 2014.

²⁵ PULCINE, Paola Ronconi; OLIVEIRA, A.de A. Q. Oliveira. Análise do mercado de produtos sazonais. In: *VIII Encontro Latino Americano de Iniciação Científica e IV Encontro Latino-Americano de Pós-Graduação* – Universidade do Vale do Paraíba. São Paulo, 2004.

Ou seja, ao se tomar um produto qualquer voltado à moda e, ao se analisar sua curva de vendas ao longo de um período de tempo determinado, se for verificado que as vendas ocorrem com maior frequência ou em maior volume em determinados períodos, pode-se estar na presença de um produto sazonal.

A sazonalidade na moda pode ocorrer em função de vários fatores, dentre eles: a tradição, o clima ou da disponibilidade do produto. Sobre este aspecto, Pulcine e Oliveira²⁶ comentam que:

No Brasil, conta-se com uma grande diversidade de produtos sazonais. Pode-se citar entre eles os biquínis, que tem seu pico de venda no verão, os chesters e perus, com seu pico de venda nas festas de fim de ano e os ovos de páscoa, indispensáveis para os consumidores. Esses exemplos são típicos de sazonalidades causadas por moda e tradição, mas existem também os produtos sazonais devido às condições climáticas e típicas da produção do produto, como é o caso de flores e de produtos de agricultura.

Exemplos práticos não faltam deste tipo de situação: venda de bebidas e alimentos, consumo de combustíveis e energia elétrica, venda de aparelhos eletrodomésticos, ocupação de hotéis, tráfego aéreo, atendimento médico hospitalar, e o mais marcante: as vendas de datas comemorativas e de final de ano.

Apesar de um sem número de produtos que podem ser classificados como sazonais, nem todos tem a necessidade de criar a cada estação novos designs, formas, sabores, etc. para que seja vendido na estação apropriada.

Cabe, inicialmente, a apresentação de conceitos sobre o que é moda, para que se possa entender a necessidade de lançamentos constantes de novos produtos, o que gera um processo criativo inesgotável.

Para Treptow²⁷, “A moda é ao mesmo tempo uma tendência humana de diferenciação, imitação, desejo de aceitação e necessidade de mudança”.

Para Lipovetsky²⁸:

A moda é um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve, por reviravoltas mais ou menos fantasiosas, podendo, por isso, afetar esferas muito diversas da vida coletiva. (...) Sua principal característica, a renovação das formas, se torna um valor mundano, a fantasia exhibe seus artifícios e seus exageros na alta sociedade, a inconstância em matéria de formas e ornamentações já não é exceção, mas regra permanente.

E por que a moda exige um nível de mudança e rotatividade tão alto? Essa seria a primeira pergunta a ser feita, na tentativa de justificar a necessidade

²⁶ PULCINE, Paola Ronconi; OLIVEIRA, A. de A. Q. Oliveira. *Análise do mercado de produtos sazonais*, 2004.

²⁷ TREPTOW, Doris. *Inventando moda-Planejamento de coleção*. 3 ed. Brusque: [s.n.], 2005, p. 42.

²⁸ LIPOVETSKY, Gilles, 1987. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2009, p. 24-25.

do mercado em efetuar lançamentos de produtos, frutos de novas criações, com uma frequência tão alta.

Uma justificativa é dada por Lipovetsky²⁹, quando trata sobre a alta costura, “a alta costura é sem dúvida, uma empresa industrial e comercial de luxo, cujo objetivo é o lucro e cujas criações incessantes produzem uma obsolescência propícia à aceleração do consumo”. Dessa forma, a grande necessidade de lançamentos de moda, não tem apenas, como justificativa, fatores como o clima ou as mudanças de estação, mas também questões que envolvem estratégias comerciais, de induzir a necessidade de consumo, ou a criação do desejo de consumo que consequentemente movimentará todas as estruturas produtivas e de serviços do setor. Este entendimento é alinhado, segundo Rockwell³⁰, à teoria de John Kenneth Galbraith, sobre a “obsolescência programada”, o qual define como: “a prática dos fabricantes de criar e desenvolver seus produtos de modo que eles se desgastem rapidamente e estraguem em um determinado momento no futuro, o que obrigaria os consumidores a terem de sair para comprar um novo e similar produto”.

Não há que se negar, porém, que as mudanças de estações tenham sua importância na necessidade de mudança dos produtos de moda, seja em função da temperatura, da umidade, da chuva, da neve, ou outros.

Há que se entender, também, que, quando se trata de moda, seja qual for o tipo, nunca se está a falar de um único produto e sim de uma coleção de produtos. Neste aspecto, faz-se importante definir o conceito de coleção. Rech³¹ define coleção como: “um conjunto de produtos, com harmonia do ponto de vista estético ou comercial, cuja fabricação e entrega são previstas para determinadas épocas do ano”. Complementa este raciocínio Treptow³², que explica:

As coleções são criadas após uma pesquisa de tendências. Estas tendências são elaboradas segundo os artigos que serão lançados principalmente pela indústria têxtil. Muitos profissionais estão envolvidos nas pesquisas de novos tecidos e novos pigmentos para dar cores a esses tecidos, além de outras tecnologias envolvidas na produção de roupas.

Para acompanhar todas as mudanças e caprichos da moda, a Indústria estabeleceu um calendário que até hoje é seguido nas principais capitais do mundo. Esse calendário é baseado nas estações do ano, pois a indústria percebeu que era na época de mudanças de estação que as pessoas procuravam comprar no-

²⁹ LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*, 1987, p. 24-25.

³⁰ ROCKWELL, Lew. *A questão da obsolescência programada - quanto tempo as coisas devem durar?*. Instituto Ludwig von Mises Brasil. Disponível em: <http://www.mises.org.br/Article.aspx?id=1528>. Acesso em: 30 mar. 2014.

³¹ RECH, Sandra Regina. *Moda: por um fio de qualidade*. Florianópolis: Editora da UDESC, 2002, p. 68.

³² TREPTOW, Doris. *Inventando moda: planejamento de coleção*, 2005, p. 42.

vas peças de roupas, para se adequar às variações climáticas. Mesmo nos países como o Brasil onde essas variações climáticas não são tão bruscas de uma estação para outra, esse calendário de lançamento de coleções é mantido.

Tratando especificamente de vestuário, Treptow apresenta uma tabela onde relaciona as estações do ano com o planejamento da produção e venda das coleções de moda feminina, de vestuário:

Mês	Coleção em vendas
Janeiro	Promoção das peças que sobraram da coleção de alto-verão(fim de ano)
Fevereiro	Promoção das peças que sobraram da coleção de alto-verão(fim de ano)
Março	Lançamento da coleção de outono
Abril	Venda da coleção de outono
Maio	Lançamento da coleção de inverno
Junho	Venda da coleção de inverno
Julho	Promoção das peças que sobraram da coleção de outono/inverno
Agosto	Promoção das peças que sobraram da coleção de outono/inverno
Setembro	Lançamento da coleção de primavera
Outubro	Lançamento da coleção de verão
Novembro	Lançamento da coleção de alto verão e festa (fim de ano)
Dezembro	Venda da coleção de alto verão e festa (fim de ano)

Fonte: Inventando moda-Planejamento de coleção. 3. ed. Brusque, 2005. p. 42.

Nota-se, pela tabela apresentada anteriormente que, ao longo do ano são 5 (cinco) lançamentos de coleções.

O tamanho de uma coleção de produtos sazonais pode variar. Esta variação se dará, principalmente, em função da capacidade de investimento da empresa, das perspectivas de sucesso, das informações de mercados, entre outras. Para Corrêa³³, “O tamanho da coleção depende da estratégia comercial da empresa [...]. Em geral uma coleção pode variar entre 20 a 80 peças, mas estes números não são regras fixas”.

³³ CORRÊA, Marcela Krüger. *Apostila projeto de coleção*. Centro Federal de Educação Tecnológica de Santa Catarina, 2008. Disponível em: https://wiki.ifsc.edu.br/mediawiki/images/b/b8/Aru_Marcela_apostila_projeto_de_colecao.pdf. Acesso em: 30 mar. 2014.

Análise da viabilidade de proteção por patente

A análise da viabilidade de proteção por patente será fundada em dois fatores principais: 1) o prazo para se conseguir o registro e 2) o custo envolvido para a sua obtenção.

Deve-se, também, ter em mente que, quando se fala em moda sazonal estamos falando em coleções, ou seja, de um grande número de itens lançados ao mesmo tempo.

Como já apresentado anteriormente, para que um produto seja viável em termos da concessão de patente, deve apresentar 3 (três) requisitos básicos: a novidade, a atividade inventiva e a aplicação industrial³⁴.

Considerando de antemão que a aparência destes produtos não é objeto de patente, resta analisar cada produto partindo do ponto de vista de suas características físicas verificando a presença de dispositivos ou materiais que apresentem elementos suficientes para o pedido de patente.

Neste ponto, há de se considerar que, quando se trata de uma coleção de produtos, existe comumente a possibilidade de utilização de diversas matérias primas diferentes ao mesmo tempo. Em se tratando de matéria prima, a inovação estaria presente no caso de utilização de um material não utilizado anteriormente para a confecção daquela categoria de produtos.

Outra possibilidade seria a utilização, nos produtos da coleção, de acessórios que apresentassem características viáveis para o pedido da patente, possivelmente com classificação de modelo de utilidade.

Assim, preenchidos os requisitos para o patente, seja em relação aos materiais empregados ou a acessórios aplicados ao produto, poder-se-ia pensar na patente, no entanto caberia ainda a avaliação dos objetivos.

Considerações sobre os prazos envolvidos

Quando se fala em moda sazonal, o objetivo do lançamento de uma coleção é, além de outros, o de se disponibilizar ao mercado uma coleção de produtos adequados àquele momento. Evidenciando, desta forma, ser o tempo um fator extremamente relevante para a elaboração deste produto.

³⁴ BRASIL. *Lei n° 9.279, 1996, Art. 8.*

O primeiro questionamento a ser feito se relaciona à possibilidade de se conseguir um patente dentro dos períodos estabelecidos para cada tipo de moda sazonal.

Segundo o verificado no site do INPI³⁵, temos que:

O tempo entre o depósito de um pedido de patentes e a concessão do privilégio está levando, em média, 5,4 anos para pedidos que entraram em 2011. No entanto, lembre-se que o depositante ou qualquer interessado tem até 3 anos para pedir o exame do seu pedido de patente. Antes desse pedido de exame o INPI não poderá examinar o referido pedido.

Ou seja, este primeiro fator (prazo) é extremamente limitativo à aplicação de patente, se estivermos falando em moda sazonal, onde o período disponível para uma eventual proteção será sempre inferior a 1 (um) ano, e para determinados tipos de produtos, de alguns meses apenas.

Sobre os custos para a proteção de uma coleção via patente

Em relação aos custos envolvidos, temos que levar em consideração alguns fatores preliminares para determinar o custo total envolvido neste tipo de proteção.

O enquadramento do titular do pedido, uma vez que, a depender do mesmo, podem haver descontos com os apontados pelo INPI³⁶, como segue:

- Redução de até 60% no valor de retribuição a ser obtida por: pessoas naturais; microempresas, microempreendedor individual e empresas de pequeno porte, assim definidas na Lei Complementar n. 123, de 14 de dezembro de 2006; cooperativas, assim definidas na Lei n. 5.764, de 16 de dezembro de 1971; instituições de ensino e pesquisa; entidades sem fins lucrativos, bem como órgãos públicos, quando se referirem a atos próprios, conforme estipulado nessa resolução.

Apesar de o custo total ter alguma relevância, como pode ser observado na tabela de retribuições³⁷ para registro de patentes, fornecida pelo INPI, não seria, a princípio, o grande problema. Isto por que, ao falarmos em patente, não estaríamos nos referindo a um grande número delas em uma mesma coleção, uma vez que, estes patentes, se refeririam principalmente aos materiais empregados ou a acessórios e, além disso, em muita das vezes a mesma inovação seria aplicada em todos os produtos da coleção.

³⁵ INPI. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/portal/acessoainformacao/artigo/patente_1351691647905. Acesso em: 01 abr. 2014.

³⁶ INPI. Patentes. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/images/docs/patentes_0.pdf. Acesso em: 04 abr. 2014.

³⁷ INPI. Patentes. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/images/docs/patentes_0.pdf. Acesso em: 04 abr. 2014.

Conclusões da Análise sobre a proteção por patente

Assim, conclui-se, em relação à viabilidade de proteção via patente, ser improvável utilizar-se desta ferramenta, uma vez que, os dois fatores sob análise, preço e prazo, estão totalmente desvinculados da pretensão protetiva desejada.

O prazo requerido para registro extrapola amplamente o desejado, que seriam poucos meses, e o preço para o registro, que em função de característica dos produtos só seria viável caso a inovação fosse aplicada ao mesmo tempo em vários itens da coleção ao longo de vários anos.

Análise da viabilidade de proteção do desenho industrial

O desenho industrial, como já definido anteriormente, pela LPI³⁸, refere-se à forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial.

Este conceito abarca plenamente o objeto de proteção pretendido por este trabalho, uma vez que, o que se quer ao proteger uma determinada coleção de produtos de moda são as características visuais de cada elemento integrante da coleção, evitando que estejam sujeitas a eventuais cópias ilegais.

Deve-se atentar para o fato de que, a mencionada proteção, não se refere aos materiais ou acessórios empregados em cada peça da coleção e, apenas, tão somente, ao aspecto estético ou à sua aparência.

Considerações sobre os prazos envolvidos

A OMPI em referência ao prazo necessário para registro de um desenho industrial no Brasil, informa dados provenientes do INPI, como segue:

Conforme a administração nacional de PI em questão, o processo de registro de um desenho industrial leva geralmente entre seis e doze meses. Pode levar mais tempo se houver outras questões envolvidas, tais como possíveis objeções feitas pelo examinador encarregado, ou estar ou não prevista na legislação local a possibilidade de que terceiros apresentem oposição(ões) antes da concessão do registro do desenho industrial objeto do pedido.³⁹

³⁸ BRASIL. *Lei n° 9.279, 1996, Art. 95.*

³⁹ OMPI. *A beleza exterior: uma introdução aos desenhos Industriais para as pequenas e médias empresas.* Disponível em: http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/pt/sme/498/wipo_pub_498.pdf. Acesso em: 14 abr. 2014.

O próprio INPI, em seu site, ao definir os procedimentos para registro de desenho industrial apenas, não define um prazo máximo claro, para este tipo de registro.

Em notícia publicada no ano de 2007, sobre a participação do INPI no *Fashion Week*, do Rio de Janeiro, referindo-se a palestras que seriam ministradas sobre a proteção de moda via registro de desenho industrial, o próprio INPI⁴⁰ informou que:

Qualquer criação pode ser protegida com o registro de Desenho Industrial desde que seja uma forma nova e original, não tenha caráter artístico e seja passível de produção industrial. Esse registro, concedido em até 90 dias, só pode ser feito no INPI.

Portanto, pode-se considerar que, na melhor das hipóteses teremos um prazo de no mínimo 90 dias, podendo este prazo, a depender de problemas durante o processo de registro, chegar a um ano.

Por se tratar de coleções completas, com requerimentos de registro para múltiplos modelos, é de se esperar que ocorram problemas ou atrasos em um ou outro modelo, o que, a termos de segurança, indica que o prazo mais provável estará acima dos 3 (três) meses informados pelo INPI e, possivelmente, mais próximo de um ano.

Sobre os custos para a proteção de uma coleção via registro de desenho industrial

Ao se tratar de uma coleção de produtos sazonais se está referindo a um grande número de modelos. A termos de exemplo, para coleções de vestuário, tem-se, geralmente, em média 50 unidades⁴¹.

Para que se efetue o registro de um desenho industrial, os preços são tabelados e informados no site do INPI:

A taxa relativa a Depósito de Desenho Industrial deve ser emitida também pelo portal por meio do link GRU (Guia de Recolhimento da União). O código de serviço correspondente ao depósito de Desenho Industrial é o cód.100 da Tabela de Retribuição. O depósito custa R\$ 235,00 para pessoa jurídica e R\$ 95,00 para pessoa física, microempresas e universidades⁴²;

⁴⁰ LDSOFT, *Inovação é o tema do INPI no Fashion Business*. Disponível em: <http://www.ldsoft.com.br/noticia.asp?pid=8403>. Acesso em: 14 abr. 2014.

⁴¹ CORRÊA, Marcela Krüger. *Apostila de Projeto de Coleção*. Centro Federal de Educação Tecnológica de Santa Catarina – CEFET/SC. Araranguá, 2008, p. 14.

⁴² INPI. *Patentes*. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/images/docs/patentes_0.pdf. Acesso em: 04 abr. 2014.

Os custos acima informados são os mínimos, porém havendo qualquer necessidade de envio de novas informações ou mesmo para a resolução de questões administrativas, os custos serão ampliados. Os custos possíveis são informados na tabela de retribuições para registro de desenho industrial no site do INPI.⁴³

Assim, para um coleção de 50 (cinquenta) itens onde se requeira o registro de todos os itens, o custo inicial total, partirá, para uma microempresa, sem auxílio de assessoria especializada, de R\$ 4.750,00 (quatro mil, setecentos e cinquenta reais), em valores atuais.

Segundo o INPI, o registro de desenho industrial deve se referir a um único elemento de uma coleção. Sobre este aspecto Dannemann informa que:

O pedido de registro de desenho industrial deve se referir a um único objeto, sendo permitida a inclusão de um número máximo de 20 variações desse objeto. Essas variações devem se destinar ao mesmo propósito e guardar entre si a mesma característica distintiva preponderante.

Caso a mesma característica distintiva preponderante seja aplicada a um conjunto de objetos destinados ao mesmo propósito (por exemplo, faqueiros ou aparelhos de jantar), é possível fazer o depósito de um único pedido no INPI para esse conjunto.⁴⁴

Sem contar a burocracia para o registro de 50 (cinquenta) modelos, que afugenta, de antemão, as empresas sem um departamento jurídico, mesmo sem o auxílio de uma assessoria especializada, pode-se atingir valores bastante expressivos.

Conclusões da Análise do Registro de Desenho Industrial

Pode-se concluir, a princípio, que o tempo gasto para o registro de um produto de moda sazonal pode ser viável através do registro de desenho industrial. Porém, isto somente será aplicável, se o prazo de registro ficar próximo à 90 (noventa) dias, o que parece não ser o mais provável.

Em função da burocracia para o registro de um número de itens tão grande, é muito provável a ocorrência de contratempos, podendo inviabilizar a proteção desejada, em prazo adequado.

Além disso, os custos envolvidos parecem ser os entraves mais difíceis de serem contornados. Ao se analisar do ponto de vista de uma pequena empresa,

⁴³ INPI. *Desenho Industrial*. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/images/docs/di.pdf>. Acesso em: 04 abr. 2014.

⁴⁴ DANNEMANN, Gert Egon. *Desenho industrial: o que fazer? Por que fazer? Como fazer?* Um guia prático e didático sobre como proteger seu desenho industrial. Rio de Janeiro: Sebrae/RJ, 2008.

que não possua um departamento jurídico, que não conte com auxílio de uma assessoria especializada para efetuar os registros, a realização dos registros pode ser, além de tormentosa, financeiramente inviável.

Análise da viabilidade de proteção pela marca

O registro de uma marca trata-se, por si só, de uma necessidade para qualquer tipo de empresa que tenha intenção de atuar no ramo da moda. A marca, porém, não tem a finalidade de destacar um produto específico, sua finalidade principal é agregar a cada produto a imagem da empresa e, por consequência, informar a sua eventual clientela, que aquele produto, portador daquela marca, apresenta um padrão de qualidade determinado. Esse padrão de qualidade se consolida com o tempo, em função do histórico de produção de cada empresa.

O registro da marca seria, então, o último refúgio para conferir uma proteção mínima aos produtos, mas não impedirá que, as inovações contidas em seus produtos, sejam copiados ou imitados.

Considerações sobre os prazos envolvidos

Os prazos envolvidos para o registro de uma marca são longos. A informação disponível em vários escritórios de prestação de assessoria para registro de marcas é, de que, são necessários, em média, 2 (dois) a 4 (quatro) anos para o registro de uma marca. Corrobora esta informação o sítio do SEBRAE⁴⁵ na internet:

Exame Técnico: Se não houver nenhuma disputa em torno da marca, começa a correr um período de 2 anos (ou mais) para realizar o estudo de concessão de registro. São analisadas todas as possibilidades de proibição, que vão desde a simples repetição de marcas até tentativas de mau uso ou oportunismo (“tomar carona” no sucesso de outra marca, por exemplo).

Verifica-se, assim, que o registro da marca, apesar de ser importante para definir a origem de um determinado produto, não está atrelado ao ciclo normal de produção de moda sazonal.

⁴⁵ SEBRAE. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/uf/amapa/melhore-sua-empresa/registro-de-marca>. Acesso em: 14 abr. 2014.

Sobre os custos envolvidos para a proteção de uma coleção através da marca

Sobre o custo do registro de uma marca, informa o INPI ⁴⁶que:

- Para o registro de marca, o interessado pagará uma taxa inicial correspondente ao depósito do pedido. Não havendo obstáculos processuais (exigência, oposição, etc), deverá ser paga ao final do exame a taxa referente à proteção do primeiro decênio e a expedição do certificado de registro. Para microempresas e pessoa física, os valores para depósito e primeiro decênio da marca são reduzidos em 50%.
- O valores referentes ao pedido e às retribuições normais para o registro de uma marca estão informados na tabela de retribuição para registro de marcas no site do INPI.⁴⁷
- O valor mínimo para registro de uma marca, como informado anteriormente, tem o seu menor valor possível para as microempresas. Caso não haja obstáculos para o registro, o custo poderá ficar, sem qualquer assessoria especializada para o registro, abaixo de R\$ 300,00 (trezentos reais), em valores atuais.

Conclusões da Análise sobre a proteção via uso de marca

Conclui-se, desta forma que, a proteção pelo registro de uma marca é apenas relativa, uma vez que visa apenas associar o modelo de um produto de moda sazonal a um símbolo que caracteriza a fonte produtora. Não há, neste caso, garantias quanto a não existência de imitações ou cópias não autorizadas e, também, são muito reduzidas as possibilidades de se impedir, seja administrativamente ou judicialmente a existência destas cópias.

Considerações finais

O presente trabalho teve como objeto a investigação da viabilidade da proteção da propriedade intelectual de produtos relacionados à moda sazonal, tendo como referência a legislação brasileira vigente, bem como o suporte doutrinário disponível sobre o tema.

⁴⁶ INPI – *Patentes*. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/images/docs/patentes_0.pdf. Acesso em 04/04/2014.

⁴⁷ INPI – *Marcas*. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/images/docs/marcas_2.pdf. Acesso em 04/04/2014.

As três formas de proteção analisadas: a patente, o desenho industrial e a marca, apresentam limitações à sua aplicação quando o objeto a ser protegido se refere às coleções de produtos de moda sazonal.

No caso do patente, a despeito de seu custo não ser um grande problema, sua aplicação é limitada para o produto em questão, sendo, o longo prazo para registro, o maior entrave para sua aplicação.

Já, o desenho industrial, tem em seu favor o prazo de registro mais próximo do ideal, se obedecidas certas condições, porém o custo de registro torna-se o principal limitador à sua utilização, uma vez que a proteção de uma coleção completa de produtos seria a soma de cada uma das proteções individuais, o que tornaria este tipo de proteção restritivo para a maior parte das empresas.

As condições mencionadas no item anterior se referem aos obstáculos para o registro, seja na fase de análise, ou mesmo, ou mesmo após a sua concessão, com a ocorrência de um eventual recurso, o que pode dilatar o prazo tornando-o inaceitável.

E, finalmente, a proteção vinculada à marca, de fato não protege o produto contra a cópia, tão somente, vincula o produto a um determinado padrão de qualidade já reconhecido para aquela marca.

Assim, pode-se afirmar, em resumo, que não existe legislação perfeitamente aplicável ao que consideramos como moda sazonal, ficando, de uma forma ou de outra o produto desprotegido em relação à possibilidade de cópia não autorizada.

Analysis of industrial property protection viability of products linked to seasonal fashion

Abstract

This article was prepared with the aim of presenting an analysis of currently existing legislation for the protection of industrial property, as well to verify the feasibility of its application to the protection of products for seasonal fashion. In the first chapter are presented the existing protection systems, which, in essence, are resumed by the protection via registration by patent, trademark and industrial design. In the second chapter an analysis of the concept of seasonality of fashion is performed as well as their specific characteristics, especially that regards to the deadlines for launching new collections. In the third and final chapter, is analyzed the applicability of the legal instruments referred in Law 9.279/96, as their effectiveness in protecting intellectual property in the products currently under study. Are also

identified at this stage some variables that attempt to explain the low demand for this type of protection when products are developed from fashion, mostly seasonal. It would try to evidence the existence of a mismatch between the available protection in our legal system, and the characteristics presented by the products under study, which somehow renders ineffective the protection offered, encouraging, as a result, counterfeiting and piracy.

Keywords: Fashion. Industrial Property. Infeasibility. Protection. Seasonal.

Referência

BARBOSA, Denis Borges. *Uma introdução à propriedade intelectual*. 2. ed. São Paulo: Ed. Lumen Juris, 2003.

BARCELLOS, Milton Lucídio Leão. *O sistema internacional de patentes*. São Paulo: Thompson Iob, 2004.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 5 out. 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 11 nov. 2013.

BRASIL. *Lei n. 9.987, de 07 de dezembro de 1999*. Altera a legislação tributária federal. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 8 dez. 1999. Disponível em: http://www.in.gov.br/mp_leis/.asp?id=LEI%209887. Acesso em: 22 dez. 1999.

BRASIL. *Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996*. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm. Acesso em: 22 dez. 1999.

CERQUEIRA, João da Gama. *Tratado da Propriedade Industrial*. São Paulo: Revista Forense, 1946. v. I, parte I.

CORRÊA, Marcela Krüger. *Apostila projeto de coleção*. Centro Federal de Educação Tecnológica de Santa Catarina, 2008. Disponível em: https://wiki.ifsc.edu.br/mediawiki/images/b/b8/Aru_Marcela_apostila_projeto_de_colecao.pdf. Acesso em: 30 mar. 2013.

DANNEMANN, Gert Egon. *Desenho industrial: o que fazer? Por que fazer? Como fazer?* Um guia prático e didático sobre como proteger seu desenho industrial. Rio de Janeiro: Sebrae/RJ, 2008.

DI BLASI, Gabriel. *A propriedade industrial: os sistemas de marcas, patentes, desenhos industriais e transferência de tecnologia*. Rio de Janeiro: Forense 2010.

LDSOFT. *Inovação é o tema do INPI no Fashion Business*. Disponível em: <http://www.ldsoft.com.br/noticia.asp?pid=8403>. Acesso em: 14 abr. 2014.

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

Marques, Ricardo Luiz Pereira. *Registro de sons como marcas no direito brasileiro*. Dissertação (Mestrado). Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2008.

MORO, Maria C. M. Fabbri. *Direito de Marcas*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

OMPI. *International Patent Classification* (IPC). Disponível em: <http://www.wipo.int/classifications/ipc/en/>. Acesso em: 17 mar. 2014.

PASOLD, Cesar Luiz. *Prática da pesquisa jurídica e metodologia da pesquisa jurídica*. 10. ed. Florianópolis: OAB-SC Editora, 2007.

PULCINE, Paola Ronconi; OLIVEIRA, A. de A. Q. Oliveira. Análise do mercado de produtos sazonais. In: VIII ENCONTRO LATINO AMERICANO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA E IV ENCONTRO LATINO AMERICANO DE PÓS – GRADUAÇÃO – UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA. São Paulo, 2004.

RECH, Sandra Regina. *Moda: por um fio de qualidade*. Florianópolis: Editora da UDESC, 2002.

ROCKWELL, Lew. *A questão da obsolescência programada - quanto tempo as coisas devem durar?*. Instituto Ludwig von Mises Brasil. Disponível em: <http://www.mises.org.br/Article.aspx?id=1528> . Acesso em: 30 mar. 2014.

SILVEIRA, Newton. *A propriedade intelectual e a nova lei da propriedade industrial* (Lei n. 9.279, de 14-5-1996). São Paulo: Saraiva, 1996.

SOARES, José Carlos Tinoco. *Tratado da propriedade industrial*. São Paulo: Resenha Tributária, 1988. v. I.

STRENGER, Irineu. *Marcas e patente: análise sucinta da Lei 9.279 de 14 de maio de 1996*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1996.

TREPTOW, Doris. *Inventando moda: Planejamento de coleção*. 3. ed. Brusque: [s.n.], 2005.

VIEIRA, Marcos Antonio. *Propriedade Industrial: Patentes*. Florianópolis: Conceito Editorial, 2008.