

## FASHION LAW E PATRIMÔNIO CULTURAL: A EXPLORAÇÃO DOS SÍMBOLOS E A APROPRIAÇÃO CULTURAL NA INDÚSTRIA DA MODA

**Ana Clara de Almeida da Silva**

Graduanda, UNIPAR.

Umuarama – Paraná – Brasil

<https://orcid.org/0009-0009-2843-1615>

[ana.215726@edu.unipar.br](mailto:ana.215726@edu.unipar.br)

**Tereza Rodrigues Vieira**

Pós doutora, Université de Montreal.

Umuarama – Paraná – Brasil

<https://orcid.org/0000-0003-0333-7074>

<http://lattes.cnpq.br/1171420054286283>

[terezavieira@uol.com.br](mailto:terezavieira@uol.com.br)

**RESUMO:** O Direito da Moda visa solucionar os conflitos existentes no âmbito da indústria fashion, independentemente da natureza do litígio envolvido. Atualmente, ainda não há uma legislação específica que regule as questões deste setor, notadamente no que se refere à propriedade intelectual. Embora a Lei de Direitos Autorais, em tese, não abarque os itens de moda em razão de sua finalidade funcional e utilitária, há inúmeros precedentes judiciais que reconhecem a "violação de direitos autorais" em casos relacionados a esse segmento. Tal entendimento decorre do fato de que a legislação não impede a finalidade utilitária dos objetos, mas exige que possuam um intuito também estético. Ademais, o mesmo raciocínio aplica-se aos bens culturais, que podem ser objeto de proteção autoral, vez que sua estética, em muitos casos, provoca sensações e emoções que os enquadram como obras artísticas, e conseqüentemente, passíveis de proteção enquanto propriedade intelectual. Outrossim, deve-se considerar o fenômeno da apropriação cultural, muito presente na indústria da moda. Nesse contexto, elementos com significado para determinadas culturas são utilizados sem o devido cuidado, o que pode ofender ou desrespeitar as comunidades originárias. Tal conduta resulta em benefício econômico significativo para as empresas/marcas, em detrimento da história e dos valores sociais dessas culturas. O adequado, nessas circunstâncias, seria buscar o consentimento prévio desses grupos antes da utilização de seus símbolos e expressões, além de considerar remunerá-los. O uso de obras sem a autorização prévia do autor, e sem a contraprestação financeira, configura violação aos preceitos estabelecidos pela legislação de direitos autorais.

**PALAVRAS-CHAVE:** Apropriação cultural; Direito autoral; Direito da moda; Patrimônio cultural.

## INTRODUÇÃO

A indústria da moda desempenha um papel significativo na economia global, contribuindo diretamente para o desenvolvimento socioeconômico. No Brasil, essa realidade não é diferente, uma vez que a moda exerce influência sobre questões culturais e sociais do país.

Em razão da relevância desse setor, surgiu a necessidade de instituir uma disciplina jurídica específica para regular os direitos relacionados à indústria da moda, conhecida como *Fashion Law* ou Direito da Moda. Esta área abrange diversos temas, tais como o Direito do Trabalho, o Direito do Consumidor, o Direito Empresarial, o Direito Civil, o Direito Tributário, o Direito Concorrencial, o Comércio Internacional, o Direito Ambiental, entre outros. Dentro desse vasto campo de atuação do *Fashion Law*, destaca-se o Direito Autoral, que é uma ramificação do Direito à Propriedade Intelectual.

Em regra, o Direito Autoral não abrange itens de moda, considerando que essa legislação se destina a proteger obras de caráter artístico, científico ou literário, o que, em tese, não incluiria os bens utilitários, como é o caso dos itens de moda. Contudo, na prática, observa-se uma situação diversa, pois é recorrente a ocorrência de decisões judiciais que qualificam o uso indevido das ideias de terceiros na indústria da moda, como violação de Direitos Autorais.

No tocante a tutela do Direito Autoral, essa pesquisa disserta sobre a proteção ao patrimônio cultural, seja ele material ou imaterial. Esses bens culturais, sejam materiais ou imateriais, integram o que é denominado de patrimônio cultural.

A apropriação cultural pode se manifestar de diversas formas, sendo uma delas a atribuição de novos significados aos elementos de uma cultura ou povo. Esse fenômeno, além de extremamente desrespeitoso, pode distorcer as características de uma cultura perante a sociedade, gerando um conhecimento errôneo e até preconceituoso sobre ela.

Em face da elevada competitividade do mercado atual e da efemeridade crescente da moda, que se baseia predominantemente em tendências passageiras, as empresas do setor têxtil encontram-se em constante busca por novas modelagens, cores e formatos. Essa incessante procura exige que os criadores busquem inspiração em uma ampla variedade de fontes, incluindo culturas, povos e etnias distintas.

Neste contexto, o presente trabalho visa demonstrar a necessidade de uma abordagem jurídica mais atenta às questões relacionadas ao direito autoral e à proteção do patrimônio cultural. Observa-se que ainda persiste uma significativa dificuldade em incluir as obras criadas por comunidades tradicionais no rol dos direitos intelectuais.

Além disso, ressalta-se a importância da preservação do patrimônio cultural de determinados povos, uma vez que frequentemente os elementos culturais são apropriados e utilizados de maneira deturpada,

não refletindo seu verdadeiro significado ou, até mesmo, recebendo novos significados, tudo com o intuito de adequação ao mercado. E esses atos já podem contribuir para a extinção de elementos culturais e gerar uma percepção equivocada da sociedade sobre certos povos.

## 1 A VESTIMENTA ENQUANTO EXPRESSÃO DA IDENTIDADE

Na atualidade, a moda se apresenta de forma democrática, sendo uma livre escolha de cada grupo social e individual. As tendências que vêm e vão, influenciam diretamente no gosto dos consumidores e essa “moda rápida”, exige cada vez mais que os profissionais do estilo busquem novas formas de inovar, para atrair a atenção e atender aos gostos do público.

A vestimenta possui o poder de apontar o espaço geográfico que a pessoa está, a época em que se encontra, o grupo a que ela pertence e os traços da sua personalidade. Ocorre que, a forma que o indivíduo se veste é diretamente influenciada pelo meio em que ele vive, sendo um modo de se inserir dentro de um imaginário social.

A identidade de grupo cria uma unidade de pessoas com os mesmos valores, crenças, ideias e sentimentos (Klemt<sup>1</sup>, 2012 apud Mendonça, 2022, p. 23).

Desta forma, podemos compreender a moda enquanto um fenômeno social, além de um hábito, um estilo de vida, e principalmente, resultado das influências do meio (Cidreira<sup>2</sup>, 2010, p. 239 apud Mendonça, 2022, p. 15).

A moda é um fenômeno social, que se molda a partir das experiências individuais, em conjunto com os hábitos e costumes coletivos, aproximando-se da cultura. Através das vestimentas é possível identificar os padrões de comportamento de um grupo, o que gera um significado afetivo a esses, visto que retratam sua história e identidade.

A arte e a cultura de um determinado povo transcendem seu valor material, já que refletem a história e a identidade desse grupo, país ou etnia. Em virtude disso, é imperativo que tais elementos não sejam tratados meramente como objetos comerciais, com a única finalidade de lucro para as marcas inseridas na cadeia têxtil.

## 2 FASHION LAW

---

<sup>1</sup> Klemt, Aline Leal Fontanella. **Moda, memória e direito**: uma proposta à legislação para a cultura. 2012. 112 f. Dissertação (Mestrado em Memória Social e Bens Culturais) - Centro Universitário La Salle, Canoas, 2012.

<sup>2</sup> Cidreira, Renata Pitombo. A moda como expressão cultural e pessoal. **Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v. 3, n. 3, dez. 2010.

## 2.1 SURGIMENTO

É impossível discutir Fashion Law sem mencionar o litígio entre as marcas Louboutin e Yves Saint Laurent. Muitos acreditam que esse conflito marcou o início do Fashion Law, já que foi a primeira vez que o judiciário americano precisou aplicar teorias sobre marcas e patentes, para solucionar uma questão dentro da indústria da moda (Ibaixe; Sabóia, 2019).

Mas, afinal, qual foi o litígio? Christian Louboutin acusou a grife Yves Saint Laurent de usar solado vermelho em sapatos de salto alto, o que, segundo ele, infringiria sua marca registrada. Em 2011, a Yves Saint Laurent lançou um modelo monocromático vermelho, que havia sido um grande sucesso de vendas nos anos 70, e cujo solado, de acordo com Louboutin, lembrava o seu registro (Ibaixe; Sabóia, 2019).

Em 1992, Louboutin começou a pintar os solados dos sapatos femininos de salto na cor vermelha, o que se tornou um forte símbolo de sua marca. Ele passou a ser conhecido como o designer dos solados vermelhos. Em 2008, Christian Louboutin registrou sua criação como marca no USPTO, órgão americano equivalente ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), no Brasil. O registro foi feito sob a categoria “design de calçado feminino de luxo”, e ele se tornou a titular da marca "solado vermelho" (Red Sole Mark), em sapatos de salto alto de luxo (Ibaixe; Sabóia, 2019).

Em primeira instância, em Nova York, Louboutin perdeu a ação, com base no entendimento de que uma cor não poderia ser registrada como marca na indústria da moda. A decisão também ordenou o cancelamento do registro de Louboutin no USPTO (Ibaixe; Sabóia, 2019).

Louboutin recorreu à segunda instância, onde foi decidido que ele era, de fato, o titular da marca "Red Sole Mark", e que o registro deveria ser mantido. A YSL, então, apresentou embargos de declaração, e o tribunal permitiu que a YSL comercializasse sapatos com solado vermelho, desde que os modelos fossem totalmente monocromáticos (Ibaixe; Sabóia, 2019).

No final, Louboutin conseguiu comprovar judicialmente que uma cor pode ser registrada como marca, desde que o uso seja original, enquanto a YSL obteve o direito de vender sapatos vermelhos monocromáticos (Ibaixe; Sabóia, 2019).

A indústria da moda envolve diversas questões legais, tais como relações trabalhistas, contratuais, empresariais, concorrenciais, publicitárias e de propriedade intelectual. Em razão dessas demandas, tornou-se necessária a criação de um ramo jurídico específico, para abordar as problemáticas presentes na indústria da moda, dando origem ao Fashion Law.

Muitos acreditam que o Fashion Law surgiu em razão do litígio supramencionado, mas um ano antes, em 2010, esse tema já era discutido no curso de Direito da Fordham University, em Nova York. Neste ano, foi criada a disciplina Fashion Law e a idealizadora da matéria foi a professora Susan Scafidi, que

posteriormente, fundou o "Fashion Law Institute", uma organização sem fins lucrativos que se tornou a primeira no mundo a oferecer serviços jurídicos gratuitos para a indústria da moda (Mota, 2020).

O Instituto foi um grande divisor de águas para o Fashion Law, pois possibilitou que este tema fosse colocado em destaque nos tribunais (Mota, 2020).

No Brasil, o tema foi oficialmente consolidado com o surgimento do Fashion Business and Law Institute Brasil (FBLI), em 2012, que foi essencial para o desenvolvimento do mercado de moda no Brasil, além de contribuir para a diminuição das práticas abusivas de Direito, ao discutir questões do Direito aplicado ao mercado de moda. Além disso, a OAB (Ordem dos Advogados do Brasil) em 2019, criou uma Comissão específica para tratar de questões relacionadas a esse meio, denominada Comissão de Direito da Moda (CDMD). Essa nova Comissão possibilitou que os operadores do Direito tivessem maior contato com os problemas atinentes à indústria do vestuário (Mota, 2020).

## 2.2 O QUE BUSCA TUTELAR

A própria criadora do Direito da Moda, a professora Susan Scafidi, instituiu alguns pilares básicos que orientam a matéria, sendo eles: “propriedade intelectual, direito do trabalho, imobiliário, comércio internacional, regulação governamental, sustentabilidade, cultura do consumo e direitos civis” (Scafidi<sup>3</sup>, 2012, p. 11 apud Ody, 2022).

*O Fashion Law é uma especialidade jurídica que aborda questões legais no tocante às empresas de moda e designers de moda. Desta forma, busca incorporar conceitos relevantes de propriedade intelectual, contratos, direito societário, vendas comerciais, imóveis, emprego, direito de publicidade, comércio internacional e clientes. Apesar do seu grande crescimento, os conceitos por trás deste direito ainda são relativamente novos, com o primeiro curso desta matéria sendo ministrado em 2006 (no Fashion Institute of Technology), e o primeiro curso da faculdade de direito em 2008 (na Fordham University) (Kolsun; Jimenez, 2014, p. 02, tradução nossa<sup>4</sup>).*

Esse instituto tem como principal objetivo resolver questões jurídicas acerca do ramo da moda, que vão desde a materialização da ideia até a entrega do produto ao consumidor final (Ody, 2022).

Esse ramo não é autônomo, visto que não possui princípios e normas próprias. Seu estudo abrange questões das reproduções não autorizadas (de produtos, peças, estampas, designs etc.), apropriação

<sup>3</sup> Scafidi, Susan. Fiat Fashion Law! The launch of a label – and a new branch of law. In: Scafidi, S. *et al.* **Navigating Fashion Law: leading lawyers on exploring the trends, cases and strategies of Fashion Law.** Aspatore, 2012. p. 7-18.

<sup>4</sup> No original: Fashion law is the legal specialty that addresses the legal issues typically faced by fashion companies and fashion designers. Thus, fashion law incorporates relevant concepts from intellectual property, contracts, corporate law, commercial sales, real estate, employment, advertising law, and international trade and customs, among others. While its growth has been extraordinary, the concept of fashion law is still a relatively new one, with the first American college course in fashion law taught in 2006 (at the Fashion Institute of Technology) and the first law school course in 2008 (at Fordham University).

cultural, combate ao trabalho escravo e infantil, moda sustentável, formalização e confecção de contratos, especificidades de importação e exportação de mercadorias e Trade Dress. Desta forma, o Fashion Law adentra o Direito da Arte, o Direito de Propriedade Intelectual e o Direito do Autor (Ody, 2022).

Apesar da matéria ter ganhado certo espaço em nosso país, ainda não existe uma legislação que regulamente exclusivamente os direitos relacionados a essa indústria, diante disso, se faz necessário a utilização de diversos princípios e regras, de diferentes ramos do Direito (Lino et al., 2019), que se enquadrem nas relações jurídicas da indústria da moda.

### 2.3 DIREITO DA MODA E SUA RELEVÂNCIA

A indústria da moda é uma das mais lucrativas e movimenta grande parte da economia global. Ao analisarmos o PIB mundial, é possível constatar que 2% são relativos à cadeia produtiva da moda e todos os países do mundo possuem alguma relação com este setor (Girelli; Kucera; José, 2022).

Dentro deste campo, o Brasil é o único país no Ocidente que possui uma cadeia têxtil completa, dispondo desde o plantio da matéria prima, da produção, da venda, do consumo e, por fim, do pós-consumo (Girelli; Kucera; José, 2022).

O Direito da Moda, informa Abreu (2019 apud Girelli; Kucera; José, 2022, p. 571), pode ser entendido enquanto “disciplina jurídica que incide sobre o estudo das relações jurídicas subjacentes à criação de moda”.

Esta área de atuação do Direito, possui como característica a sua multidisciplinaridade, o que torna a sua natureza jurídica dupla, ou seja, de direito privado e direito público. O âmbito do direito privado abrange as relações entre particulares, como os contratos de parceria, contrato de fornecimento, contratos de prestação de serviços, entre outros. Por outro lado, em relação ao direito público, são tratadas questões quanto aos direitos coletivos, constitucionais e que visam a ordem pública. O Estado busca intervir na regulamentação de atividades comerciais, a fim de proteger os direitos fundamentais (Girelli; Kucera; José, 2022).

Ao observarmos a abrangência do Fashion Law e a imensa cadeia produtiva que ele tutela, podemos vislumbrar o tamanho da sua importância. A inexistência de Fashion Law resultaria no abandono de uma área que carece muito de proteção, diante das imensas possibilidades de arbitrariedades que podem ser concretizadas nesse meio, seja na área trabalhista, ambiental, questões relacionadas ao direito autoral, entre outros.

### 2.4 MODA, A PROPRIEDADE INTELECTUAL E A PROTEÇÃO AUTORAL

A vida contemporânea trouxe uma complexidade maior para a proteção da propriedade intelectual, e dos direitos autorais. Com o avanço do século e o surgimento da cultura digital, qualquer pessoa pode facilmente copiar e modificar obras de terceiros, sem que os criadores tenham qualquer controle sobre isso (Paranaguá; Branco, 2009).

Sonia Regina Federman leciona que: “o ser humano é capaz de pensar, sonhar e planejar para satisfazer suas necessidades. O produto dessa capacidade intelectual é passível de ser protegido como forma de impedir sua reprodução não autorizada” (Federman<sup>5</sup>, 2011 apud Mariot, 2016, p. 55).

A propriedade intelectual é um ramo do direito criado com o fim de proteger todas as formas da criação humana. Sem dúvida, essa área é extremamente útil ao segmento da moda, visto que oferece proteção jurídica a toda a cadeia produtiva, desde fibras têxteis, aos processos de lavagem, secagem, tingimento, até o produto.

Ao adentrarmos no mérito da proteção autoral, é essencial esclarecer que os direitos de propriedade intelectual podem ser entendidos enquanto a proteção legal, que a lei utiliza para preservar a criação do intelecto humano, desta forma, garantindo que os criadores tenham reconhecimento pelas suas obras, possam expor, dispor ou explorar comercialmente as suas criações. Dentro do âmbito da propriedade intelectual há duas ramificações, sendo elas: os direitos autorais e os direitos de propriedade industrial. No presente trabalho, buscamos entender a aplicabilidade do patrimônio cultural dentro do direito autoral (Girelli; Kucera; José, 2022, p. 1469).

A proteção autoral surgiu no Brasil com a vigência do Código Penal de 1830, entretanto a sua proteção civil demoraria a aparecer. A primeira lei a dispor sobre o assunto seria a Lei n.º 496 de 1.º de agosto de 1898 (Lei Medeiros Albuquerque). A atual lei que rege os Direitos Autorais, a Lei n.º 9.610 foi promulgada em 1998, que juntamente a Lei 9.609/98 contém as principais normas de direito autorais, atualmente vigentes (Vieira, 2018).

Uma das maiores dificuldades existentes na aplicabilidade do direito autoral na indústria da moda é o caráter utilitário dos bens fabricados (roupas, calçados, bolsas e etc.).

Sobre esse tema, a doutrina é divergente, visto que parte dela afirma não ser possível a proteção dos itens de moda por meio do direito autoral. Por outro lado, há doutrinadores que acreditam na aplicabilidade do direito autoral aos itens de moda. Nas palavras de Santos e Jabur<sup>6</sup> (2014, p. 221 apud Oliveira; Bruch, 2018, p. 11) “as obras utilitárias também podem ser protegidas pelo direito de autor, pois a lei não veda a finalidade utilitária da obra, somente exige que exista uma finalidade também estética”.

---

<sup>5</sup> Federman, Sonia Regina. **Patentes: como redigir, depositar e conseguir**. Belo Horizonte: FUNDAC, 2011.

<sup>6</sup> Santos, Manoel J. Pereira dos; Jabur, Wilson Pinheiro. **Direito Autoral**. São Paulo: Saraiva, 2014.

Ademais, Rocha afirma que os objetos utilitários e de designer, que causam “emoção estética” são considerados obras artísticas, sendo assim, devem ser protegidos pelo direito autoral (Rocha<sup>7</sup>, 2003, p. 28 apud Oliveira; Bruch, 2018, p. 11).

#### 2.4.1 A propriedade industrial e os seus institutos jurídicos

A propriedade industrial é um ramo que tem seu estudo sistematizado no âmbito do direito empresarial e é respaldada no Brasil pela Lei n.º 9.279/1996. As obras protegidas por essa matéria possuem um caráter visivelmente mais utilitário que o de direito autoral, caracterizando um dos principais traços distintivos para que as obras sejam protegidas. Entende-se que esse instituto jurídico protege inicialmente a ideia, materializada por meio de patente (referente a invenção ou modelo de utilidade), ou do pedido de registro (de marca) (Paranaguá; Branco, 2009).

As patentes são os institutos jurídicos da propriedade intelectual, sendo elas títulos de propriedade disponibilizados pelo Estado, para aqueles que materializaram suas ideias, entretanto, o criador não terá domínio eterno sobre a sua obra; as patentes possuem um tempo determinado de 15 a 20 anos, e quando esse período se finda, qualquer pessoa poderá reproduzir a obra, e até mesmo, explorá-la economicamente (Mariot, 2016).

Há também os registros, que são títulos de propriedade dados aos Desenhos Industriais, popularmente conhecidos como “Design”, nos quais irão constar as alterações estéticas realizadas em produtos novos ou que já existem. Essas alterações buscam agregar valor ao produto, lhe trazendo uma nova roupagem. Esses desenhos são extremamente relevantes para a indústria da moda (Mariot, 2016), sendo indispensáveis na confecção dos produtos de Moda.

Em tese, as obras tuteladas pelo direito autoral devem ser desprovidas de funcionalidade, contudo, inúmeras decisões relacionadas à moda são pautadas sob os preceitos dados pelo direito autoral, mesmo que não se enquadre na redação dada pelo art. 7 da Lei n.º 9.610/1998 (Mariot, 2016).

Houve um momento em que o desenho industrial (tido como arte aplicada), foi tutelado pelos direitos autorais, levando-se a concluir que talvez seja este o motivo de muitos advogados e juízes fundamentarem suas teses à luz dos fundamentos do direito autoral. Além disso, neste mesmo viés, explica-se o “achismo” de acreditar que os direitos autorais protegem qualquer obra criada pelo autor (Mariot, 2016), independentemente se há ou não funcionalidade ou utilidade neste item.

---

<sup>7</sup> Rocha, Maria Vitoria. **A originalidade como requisito de proteção do direito de autor**. Verbo Jurídico, junho de 2003. Disponível em: <http://www.verbojuridico.net/doutrina/autor/originalidade.html> Acesso em: 07 nov. 2024.

### 3 A PROTEÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

#### 3.1 SURGIMENTO E CONCEITUAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL

Cultura não se trata apenas de raça ou etnia, como a maioria das pessoas pensam. Compreender a cultura apenas como unidade racial ou étnica similar é uma definição muito estreita. Ademais, a ideia de uma unidade de pessoas, como japonesa ou africana, é questionável, visto que representa apenas um fragmento do que realmente tem-se por cultura, que amplamente falando, seria uma esfera selecionada da vida. A cultura também se refere a valores, crenças e tradições, das quais apoiam a mesma ideologia e ações diretas (Eicher; Evenson; Lutz<sup>8</sup>, 2000, p. 35 *apud* Kawamura; Jong, 2022, p. 02. tradução nossa<sup>9</sup>).

Entende-se por patrimônio os bens de valor econômico ou, no sentido figurado, valor afetivo ou simbólico. O conceito de patrimônio cultural está ligado diretamente com as identidades sociais, que advém, primeiramente, das políticas nacionais, e posteriormente, na busca pela defesa da diversidade (Pelegri; Funari, 2013).

Nos séculos XVIII e XIX este conceito se materializou, com a vontade da nação de escolher aquilo que deveria representar a sua nacionalidade, através de monumentos, edifícios e outras formas de expressão. Neste contexto, poderiam ser objetos antigos, construções modernas, ou até mesmo a junção de ambos. A partir daí surgiram os museus de antiguidades, com o intuito de reunir peças que honram uma nação. Obviamente, esses museus possuem uma vertente mais imperialista e nacionalista, na qual era retratada apenas a elite, até porque, essas obras eram produzidas por essa parcela da população (Pelegri; Funari, 2013).

Posteriormente, com as críticas ao nacionalismo e às novas visões normativas da sociedade, surgiu o desejo da população por uma retratação menos monolítica e homogênea, que transmitisse a diversidade de toda a sociedade. Diante disso, o movimento iniciado, em aspectos materiais, pelas elites, passou aos poucos a se apresentar de formas intangíveis e incluindo todos os grupos, não apenas aqueles dominantes (Pelegri; Funari, 2013).

---

<sup>8</sup> Eicher, Joanne Bulbolz; Evenson, Sandra Lee; Lutz, Hazel, A. **The Visible Self: Global Perspectives on Dress, Culture and Society**. 4. ed. Fairchild Books: New York e London, 2000.

<sup>9</sup> No original: Culture is not just about race and/or ethnicity, as many assume. Culture as a coherent racial or ethnic unity is too narrow a categorization, and the idea of one unit of people that we can call a culture, such as Japanese Culture or African Culture, has come under attack (Eicher, Evenson, and Lutz 2000: 35) because it is simply one fragment of or approach to culture which is, more broadly speaking, a selected sphere of life. Culture also refers to values, beliefs, and traditions, which support a particular ideology and direct actions.

Edward Said<sup>10</sup> (2007, p. 23 *apud* Pelegrini; Funari, 2013, p. 30), intelectual palestino, constata que: “Mais do que nunca, os estudiosos se voltam para “as energias e correntes não europeias, descolonizadas, descentradas, de relações de gênero de nossa época”.

As alterações do conceito de cultura e patrimônio foram fundamentais para a atual valorização do patrimônio imaterial (Pelegrini; Funari, 2013).

### 3.2 O PATRIMÔNIO CULTURAL IMATERIAL

A cultura hereditária pode ser dividida entre material e imaterial: “Os primeiros são ativos tangíveis de natureza arqueológica, paisagística, bem como valores históricos ou artísticos.” Conforme definido no Decreto-Lei, número 25/37, “deve-se notar que esses tipos de bens culturais estão sujeitos a serem listados como uma propriedade histórica” (Bortolozzo<sup>11</sup>, 2017, p. 425 *apud* Vieira; Santana, 2021, p. 48, tradução nossa<sup>12</sup>).

O patrimônio imaterial está intimamente ligado às mudanças da forma de interação social e aos padrões culturais que moldam a vida humana (Pelegrini; Funari, 2013, p. 31). Ele surge como uma fonte importante de diversidade, além de um instrumento de aproximação e entendimento entre os seres humanos. Sendo assim, essas manifestações são essenciais não somente dentro das comunidades que a criaram, mas também na sua relação com o mundo.

Após a Segunda Guerra Mundial, no ano de 1945, a UNESCO foi fundada, com o intuito de criar e instituir normas capazes de preservar e promover os bens essenciais ao desenvolvimento humano, sendo eles os bens culturais, que podem ser materiais ou imateriais (Monte, 2023).

A UNESCO, juntamente com a OMPI (Organização Mundial de Propriedade Intelectual), publicou o primeiro documento que tinha como finalidade salvaguardar o patrimônio cultural. Em 1982, foi publicado a “Disposições Tipo para Leis Nacionais sobre a Proteção das Expressões de Folclore contra a Exploração Ilícita e outras Ações Lesivas” e, apesar de não configurar um documento normativo, se posicionou de forma a dar importância à tutela do patrimônio cultural (Monte, 2023).

Em 2003 foi criada a Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural, ratificada pelo Brasil através do Decreto 5.753/2006. A Convenção estabelecia que as nações deveriam ter o compromisso de providenciar um inventário do patrimônio imaterial da nação, com o fim de mapear as informações acerca

<sup>10</sup> SAID, Edward. **Orientalismo: O Oriente como invenção do Ocidente**. 1. ed. Companhia de Bolso: São Paulo, 2007.

<sup>11</sup> BORTOLOZO, Luciana. **Apropriação cultural**. Direito Digital coletânea de artigos, 2017. Disponível em: <http://opiceblum.s3.amazonaws.com/ColetaneaDireitoDigital.pdf#page=423>>

<sup>12</sup> No original: The first are tangible assets of an archaeological, landscape nature, as well as historical or artistic values. It must be noted that these types of cultural goods are subject to be listed as a historic property, as it is defined on the Decree-Law, number 25/37.

da origem, conteúdo e titularidades das comunidades autoras, desta forma, poderiam encontrar com mais facilidade aquelas obras em situação de apropriação ou uso indevido (Oliveira<sup>13</sup>, 2022, p. 54 apud Monte, 2023).

Assim, podemos vislumbrar a importância da UNESCO neste combate a apropriação, principalmente pela criação da Convenção supramencionada, que foi de extrema relevância, visto que nela foram propostas uma série de ações pré-definidas, que iriam interferir diretamente na indústria cultural, possibilitando que o Estado defendesse as criações culturais locais contra o monopólio da indústria cultural (Faria<sup>14</sup>, 2012, p. 103 apud Monte, 2023, p. 92-94).

A partir do momento que o patrimônio cultural passou a ser visto como um fator determinante para promover a diversidade cultural, a atenção dos Estados foi direcionada para as necessidades específicas das comunidades responsáveis pelas criações culturais, o que influenciou de forma internacional a promoção de um ambiente propício para a criação (Monte, 2023, p. 94).

### 3.3 A PROTEÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL IMATERIAL NA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

A Constituição Federal de 1988 é a carta vigente no Brasil que nasceu durante um período de redemocratização, mediante uma vontade de participação popular no âmbito público, do qual era bem escasso durante a ditadura militar. A primeira menção referente aos bens culturais na Constituição foi no artigo 5º, em que o inciso IX deste dispositivo estabelece que “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença” (Brasil, 1988).

Outro inciso importante disposto nesse mesmo artigo, é o LXXIII, o qual afirma que “Qualquer cidadão é parte legítima para propor ação popular que vise a anular ato lesivo ao patrimônio público ou de entidade de que o Estado participe, à moralidade administrativa, ao meio ambiente e ao patrimônio histórico e cultural, ficando o autor, salvo comprovada má-fé, isento de custas judiciais e do ônus de sucumbência” (Brasil, 1988). Entende-se que ao ser garantido o direito de propor uma ação popular para a defesa do patrimônio cultural ou histórico, os cidadãos passam a ter legitimidade de defender os bens materiais e imateriais (Balthazar, 2019).

Podemos ainda destacar o artigo 216 da Constituição Federal, que determina os bens que constituem o patrimônio cultural material e imaterial. Nele está disposto:

---

<sup>13</sup> Oliveira, Larissa Silva de. **Da (in)existência de direito dos povos e comunidades tradicionais brasileiros ao exercício de titularidade patrimonial sobre as expressões culturais tradicionais exploradas no mercado da moda**. 2022. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Direito, Salvador, 2022.

<sup>14</sup> Faria, Victor Lúcio Pimenta de. **A proteção jurídica de expressões culturais de povos indígenas na indústria cultural**. São Paulo: Itaú Cultural: Iluminuras, 2012.

Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: I - as formas de expressão; II - os modos de criar, fazer e viver; III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas; IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico (BRASIL, 1988).

A ideia deste artigo é contemplar um conceito amplo do que seria a cultura, o que não inclui apenas objetos, mas sim todas as expressões externalizadas pelo povo brasileiro. Essa ideia é reforçada no parágrafo 1º do artigo 215, no qual indica que “o Estado protegerá as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo nacional” (Brasil, 1988).

Varella (2018 apud Balthazar, 2019) explica que:

“O que nasce com essa previsão constitucional não é simplesmente o reconhecimento jurídico definitivo da importância das expressões intangíveis da cultura, mas também: a consolidação do direito ao patrimônio imaterial como direito cultural fundamental; a responsabilidade compartilhada entre Estado e sociedade na preservação desse patrimônio; e a assimilação, pelo ordenamento jurídico de valores oriundos da cultura e que passam a ser imprescindíveis para a efetivação da norma, tais como a identidade e a diversidade culturais” (Varella<sup>15</sup>, 2018, p. 303 e 304 apud Balthazar, 2019, p. 99)

Deste modo, compreende-se que a proteção ao patrimônio imaterial na Carta Magna se apresenta como uma garantia dos interesses coletivos, uma vez que o direito ao patrimônio cultural constitui um direito cultural fundamental. Além disso, cria uma obrigação para o Estado e a sociedade como um todo, que seria: a proteção e preservação desse patrimônio.

## 4 APROPRIAÇÃO CULTURAL

### 4.1 SURGIMENTO E CONCEITUAÇÃO

A apropriação cultural surgiu quando povos economicamente dominantes passaram a utilizar os elementos culturais dos povos socialmente marginalizados. Um exemplo claro disso pode ser observado na África e entre os grupos indígenas.

Esse movimento começou a ocorrer após a Segunda Guerra Mundial, intensificando-se durante o processo de globalização. Como resultado, os elementos culturais de determinadas civilizações foram enfraquecidos e modificados. Assim, símbolos e vestimentas chegaram a outros países sem seus contextos

<sup>15</sup> Varella, Guilherme. O patrimônio imaterial no plano nacional de cultura. In: Soares, Inês Virginia Prado; Pragmácio, Mário. **Tutela jurídica e política de preservação do patrimônio cultural imaterial**. Salvador: Juspodvim, 2018, p. 303-304.

originais, o que facilitou sua aceitação e, em alguns casos, adoção (Lacordaire; Preto<sup>16</sup>, 2017, p. 77 *apud* Vieira; Santana, 2021, p. 50, tradução nossa<sup>17</sup>).

A internet fortaleceu ainda mais o processo de globalização, conectando diferentes culturas, disseminando e compartilhando novas tradições e conhecimentos. No entanto, quem mais se beneficiou desse 'intercâmbio cultural' foi o capitalismo, que patrocinou a cultura industrial como uma forma de aquecer o mercado. (Bortolozzo, 2017, p. 424 *apud* Vieira; Santana, 2021, p. 50, tradução nossa<sup>18</sup>).

Vicenzo (2022) entrevista Messias Basques, doutor em Antropologia pelo Museu Nacional da UFRJ, o qual afirma que:

Apropriação cultural ocorre quando tomamos para nós aquilo que originalmente pertencia ao mundo e ao dia a dia de outras pessoas. Mas sem que haja um interesse em ouvir, dialogar e aprender com essas mesmas pessoas sobre os usos e costumes relacionados às coisas que despertam o nosso interesse (Vicenzo, 2022).

Já o sociólogo e historiador de arte Marcos Horácio Gomes Dias, doutor em História Social, argumenta que a apropriação cultural seria uma forma de subjugar a "cultura do outro". Ele alude que "é quando se apropria de uma cultura e seleciona somente o que interessa. Com o tempo, aquilo parece que é de quem se apropriou, que por sua vez passa a inferiorizar quem era o real originário daquela cultura e tradição (Vicenzo, 2022).

Ocorre que a apropriação cultural seria o apoderamento, a usurpação, a ocupação, a tomada. Contudo, também pode ser a adequação ou a adaptação, ou seja, pode se manifestar de forma tanto positiva quanto negativa (Girelli; Kucera; José, 2022).

A forma positiva da apropriação ocorre quando os elementos culturais são utilizados por grupos socialmente equivalentes e sem hierarquia, nos chamados "intercâmbios culturais", nestes casos, as contribuições são feitas para o desenvolvimento de ambas as culturas. Outra forma de apropriação não ofensiva acontece quando o dominado adota elementos do dominante, o que é visto como consequência da própria colonização, prática essa conhecida como assimilação cultural. Por outro lado, há a forma

---

<sup>16</sup> Lacordaire, Mariana; Preto, Seila Cibele Sitta. Apropriação e a hibridização no universo da moda. VI Encontro Nacional de Estudos da Imagem, *Anais*, UEL, Londrina, 2017. Disponível em: <http://www.uel.br/eventos/eneimagem/2017/wp-content/uploads/2016/08/11-Publicidade-1.pdf#page=77>

<sup>17</sup> No original: During the Second World War many people migrated and took their culture with them, increasing the process of globalization, in which they had influences from new cultures, causing the cultures of these groups to be modified and weakened, seeing that the symbols and clothes left their contexts as a way of being accepted.

<sup>18</sup> No original: Globalization provides a slight pace of development that is driven by the internet, linking different cultures together, raising knowledge and teaching other cultural traditions, and, taking advantage of this moment, capitalism sponsors industrial culture as a way to warm up the market, in another way, it can devalue something that is sacred to a community, causing severe losses.

depreciativa da apropriação, praticada por grupos hierarquicamente superiores contra indivíduos historicamente marginalizados.

A apropriação de uma cultura pode ocorrer de várias formas, sendo uma delas a retirada de elementos específicos de seus contextos culturais originários e a atribuição de um significado totalmente diferente, e até mesmo contraditório, em relação ao original. Além disso, o uso desses elementos pode fragilizar a cultura e contribuir para a discriminação e o empobrecimento dos povos, já que esse uso é frequentemente transformado em aproveitamento econômico não consentido e sem a devida partilha dos benefícios. Ademais, viola direitos relacionados à propriedade intelectual que possam existir (Girelli; Kucera; José, 2022).

Agatha Kim (2019) entende que a cultura deve ser compartilhada, contudo, deve ser feita com respeito àqueles que a criaram: “Você pode apreciar uma cultura, sua comida, música e moda, mas se fizer sem reconhecer de onde ela vem, estará desrespeitando e se apropriando indevidamente de algo que não é seu”.

Neste sentido, há décadas o Ocidente aprende sobre culturas distintas através de relatos dos próprios ocidentais, pressupõem ainda que, para muitos, há certo conforto em ter uma pessoa ocidental traduzindo outras culturas, desta forma, tornando-a menos ameaçadora e transformando a sua suposta estranheza em emoção. Daí que vem a problemática, quando somos apresentados a uma nova cultura por pessoas que não a criaram, os conceitos podem ser modificados (Mishan, 2022, tradução nossa<sup>19</sup>), com o fim de se enquadrarem melhor naquilo que é aceito pela nossa comunidade.

#### 4.2 APROPRIAÇÃO NA INDÚSTRIA DA MODA

Ter consciência de que usar certa roupa não se resume apenas ao ato de se vestir, mas também de se comunicar e se posicionar, é de extrema importância (Marques; Estevão, 2024).

Para ilustrar essa consideração, podemos citar o *hijab*, um item cheio de bagagem social, política e, acima de tudo, religiosa. Mas, no universo da moda, há uma linha tênue entre a apreciação e a apropriação no uso deste véu (Marques; Estevão, 2024).

Nos últimos anos, o termo “apropriação cultural” tem sido muito presente na indústria da moda, devido ao envolvimento constante de grandes marcas em questões jurídicas relacionadas a esse tema.

---

<sup>19</sup> No original: For hundreds of years, the West learned of other cultures through the reports of its own emissaries, and the market for “exotic” goods still presupposes that there is comfort, for many, in having a white person translate another culture — to make it less threatening, or to play up its supposed strangeness for a thrill.

De acordo com Balthazar (2019), os conflitos em torno da apropriação cultural surgem da dificuldade de os direitos de propriedade intelectual abrangerem obras criadas por comunidades tradicionais.

Dentro da indústria da moda, símbolos que possuem grande significado para determinadas culturas são frequentemente utilizados de forma indevida, desrespeitando e ofendendo aqueles que conceberam essas obras e lhes atribuíram um significado importante (Vieira; Santana, 2021, p. 49, tradução nossa<sup>20</sup>).

Rodney William (2019) preleciona que:

Cultura implica pertencimento, logo não pode ser considerada domínio de todos. Porém, na lógica do colonizador, uma vez expropriado de seu território, um povo perderia também a propriedade de sua cultura. O capitalismo representa a continuidade dessa lógica e muitas vezes se apropria dos elementos de uma cultura, produzindo-os em larga escala, comercializando e obtendo lucros extraordinários sem reverter absolutamente nada aos integrantes dessa cultura, como bem mostram os inúmeros exemplos da indústria da moda (William, 2019, p. 19).

A difusão de elementos culturais que são constantemente inferiorizados, principalmente em se tratando das culturas negra e indígena, se dá, em grande parte, pela indústria da moda, impulsionada pelo sistema capitalista. Grandes grifes, celebridades, produções cinematográficas ou de televisão e empresas de comunicação, praticam e estimulam essa prática. Desta forma, é impossível separar os temas raça e apropriação cultural. Podemos verificar que essa estrutura, que busca constantemente atender às suas necessidades consumeristas, encontra no racismo um pilar de extrema importância para executar a sua prática. Qualquer que seja a sua natureza, a apropriação tende a viabilizar a manutenção de estereótipos e estigmas (William, 2019, p. 37).

O designer brasileiro Augusto Glüher, que desenvolveu a sua tese de mestrado buscando compreender a apropriação cultural, afirma que:

Intenção, empatia e respeito são fundamentais neste caso. Este limiar é confuso mesmo para o mais experiente dos profissionais. Grandes marcas de Moda têm por hábito enviar as suas equipas criativas para outros países com o intuito de pesquisar e trazer elementos de estilo. Contudo, é necessário que este seja um olhar empático e reverencioso, de engajamento com as minorias e de intenções que vão além da exploração comercial. Aprender através dos 'olhos de outro' é envolver-se com as suas expressões culturais e artísticas, respeitando tudo aquilo que transcende o material e a Moda: a sua linguagem, identidade e história (Chitas, 2019).

Assim, dentro dessa indústria, é ideal encontrar um equilíbrio entre a apreciação e a apropriação.

---

<sup>20</sup> No original: Cultural appropriation is a term that is very spread in recent decades, as it depicts when a culture follows elements characteristic of another culture, such as: symbols, images, ideas, sounds, objects or behavioral issues that, when subtracted from their native cultural circumstances, they may adopt discrepant connotations, by the way, with a sense of domination and exploitation.

#### 4.2.1 Caso Zara, Anthropologie e Patowl

A marca Zara, rede espanhola de varejos e calçados, assim como as marcas Anthropologie e Patowl, foram acusadas pelo governo mexicano de se apropriarem de conceitos dos povos indígenas do país. O Ministério da Cultura do México, em várias cartas direcionadas às marcas, exigiu explicações públicas, além de compensações para as comunidades criativas responsáveis pelas técnicas de bordado e estampas presentes nas peças (Hills, 2021).

Um exemplo citado pelo Ministério da Cultura é um vestido midi azul bordado, produzido pela Zara, que utiliza símbolos ancestrais e o formato 'huipil', criações dos povos Mixtec de San Juan Colorado, que levam, em média, um mês para serem confeccionadas. A proprietária da marca alega ter “o mais alto respeito pelo Ministério da Cultura e pelas comunidades mexicanas” e acrescenta que “o design em questão não foi de maneira alguma emprestado ou influenciado pela arte do povo Mixtec do México”, em nota enviada à CNN (Hills, 2021).

Outro item mencionado é um short bordado da Anthropologie, no qual o governo mexicano afirma que estão presentes símbolos utilizados pela comunidade Mixe de Santa Maria Tlahuitoltepec (Hills, 2021).

O Ministério da Cultura mexicano finaliza afirmando que é necessário “prevenir o plágio de empresas nacionais e transnacionais”, bem como “proteger os direitos de povos nativos que são historicamente desprezados” (Hills, 2021). Respeito e consideração aos povos originários devem ser sempre bem-acolhidos.

#### 4.2.2 Caso Ipek Irgit e Solange Ferrarini

A empresária turca Ipek Irgit registrou como seu um modelo que teria comprado da brasileira Solange Ferrarini, na praia de Trancoso, na Bahia. O ano era 2013, a turca Ipek, naturalizada americana, estava passando as suas férias no Brasil e em um de seus dias na praia, comprou um biquíni de Solange Ferrarini. Com a peça em sua posse, criou um protótipo na China e, através da sua marca Kiini, lançou um modelo com o mesmo design da brasileira (Migalhas, 2023).

Anos após esse ocorrido, Solange descobriu que sua peça seria extremamente popular nas redes sociais, mas não como uma criação dela. Determinada a fazer valer os seus direitos e com a ajuda de uma equipe jurídica americana, Solange demandou a empresa na justiça americana, exigindo desculpas públicas. Além disso, registrou o biquíni como uma criação sua desde 1998 através do US Copyright Office (Migalhas, 2023).

Infelizmente, o processo foi arquivado, sob justificativa de que a denúncia deveria ter sido feita até o ano de 2016, mas foi feita somente em 2019. Por meio de uma entrevista para o site Migalhas (2023),

Solange lamenta: “Nenhuma das pessoas que copiaram o meu biquíni entrou em contato comigo nem para agradecer”.

#### 4.2.3 Caso Vogue Arábia

O lançamento da revista *Vogue* na Arábia, em 2017, gerou críticas por uma evidente apropriação cultural. Na capa, a modelo Gigi Hadid apareceu usando um véu, enquanto o público esperava a presença de uma mulher mais representativa da comunidade do Oriente Médio (Srivastava, 2021, tradução nossa<sup>21</sup>).

Mulheres muçulmanas ao redor do mundo constantemente enfrentam discriminação e discursos de ódio pelo uso do *hijab*. Por esse motivo, a modelo foi duramente criticada ao utilizar o véu apenas como um acessório em sua aparição na capa (Srivastava, 2021, tradução nossa<sup>22</sup>).

#### 4.2.4 Caso Marc Jacobs

Nos desfiles do estilista Marc Jacobs, é extremamente comum observar casos de apropriação cultural. O seu desfile de primavera/verão de 2017 foi marcado por isso, contando com modelos brancas com penteados de *dreadlocks* falsos. O estilista foi amplamente criticado, dado o histórico de discriminação enfrentado por mulheres negras que utilizam esse penteado (Srivastava, 2021, tradução nossa<sup>23</sup>).

Menos de um ano depois, no desfile de primavera/verão de 2018, o estilista repetiu o erro. Dessa vez, modelos brancas usavam turbantes. O cabeleireiro responsável pela caracterização, afirmou ter se inspirado nos anos 1970, mas não fez referência à verdadeira origem do turbante, que era historicamente utilizado como símbolo de identidade coletiva por milhões de mulheres negras escravizadas (Srivastava, 2021, tradução nossa<sup>24</sup>).

---

<sup>21</sup> No original: In March 2017, Vogue Arabia launched their very first issue featuring a veiled Gigi Hadid. The much-awaited launch provoked cries of cultural appropriation from the audience. They expected a woman more relevant to the Middle East community on the cover.

<sup>22</sup> No original: Muslim women across the globe face violence, hate, and discrimination for wearing a hijab. Consequently, fans called out Gigi for using hijab as a mere fashion accessory for the shoot.

<sup>23</sup> No original: When it comes to Marc Jacobs, cultural appropriation in fashion shows is nothing new. He is constantly under the spotlight for his serious affair with appropriating cultures. The Spring/Summer 2017 show featured mainly white models like Karlie Kloss, Gigi and Bella Hadid, Kendall Jenner swarmed across the runway in faux dreadlocks hairdo. Most likely, Marc was unaware that black women get fired from jobs and discriminated against at work for wearing their ethnic styles, including dreadlocks. It caused havoc on the internet as the upset communities called out the designer for using their lifestyle as a trend.

<sup>24</sup> No original: Not even a year later, the designer made another blunder at his Spring/Summer 2018 show. This time it was the head wraps, again, on white models. Viewers were quick to call him out, as the hairstylist for the collection cited the 70s as the inspiration but made no reference to the head wrap's origins. To clarify, head wraps have served as a uniform for the collective identity of millions of enslaved women.

## 5 O PATRIMÔNIO CULTURAL ENQUANTO OBJETO DE PROTEÇÃO AUTORAL

O patrimônio cultural surge como uma resposta contrária ao rápido e contínuo processo de desterritorialização e padronização cultural. Ao serem aplicadas medidas cautelares e de conservação a esses bens, preservam-se a identidade, os valores, os testemunhos e os sentimentos dos seres humanos que os criaram. Sem dúvida, o intercâmbio cultural, econômico e produtivo, resultante da globalização, assim como a constante busca por inovação, faz com que, em um cenário onde muito já foi materializado, frequentemente ocorra a violação de limites éticos e morais. Isso leva, muitas vezes, à exploração das tradições culturais com o objetivo de enriquecimento (Soares, 2019). Assim,

As manifestações culturais, como grafismos produzidos por indivíduos pertencentes a povos ancestrais não possuem apenas uma função estética e para embelezamento de um ambiente, mas constituem autêntico e legítimo instrumento para memorização das experiências coletivas e individuais no seio do mencionado povo (Soares, 2019, p. 406).

Diante desse entendimento, é necessário concluir que a estética evidenciada por essas obras não deve ser reduzida a uma mera mercadoria descartável, voltada exclusivamente para o lucro e a expansão de mercado. Essas obras retratam experiências e memórias vivenciadas, preservando a identidade dos povos que as criaram (Soares, 2019, p. 406).

A indumentária (vestimenta) tem o poder de definir a identidade de um indivíduo, assim como de um povo ou de uma comunidade. Por essa razão, a exploração imoral e ilícita das riquezas imateriais pertencentes a um grupo, vai além de questões individuais ou autorais, comprometendo a visibilidade e a própria existência dos indivíduos em suas coletividades (Soares, 2019).

É impossível não classificar essas obras como bens artísticos, considerando a profundidade e a complexidade dos elementos que as constituem. Cada detalhe presente nelas carrega uma simbologia rica, que transcende o simples valor estético. Elas não apenas expressam sentimentos individuais, mas também possuem um significado coletivo profundo para aqueles que as materializam, servindo como uma manifestação das vivências e identidades culturais de um povo. Assim, a arte cumpre sua função de questionar, representar e provocar reflexões sobre a condição humana e a coletividade, dando visibilidade às identidades.

### 5.1. A PROTEÇÃO DOS CONHECIMENTOS TRADICIONAIS

A Constituição Federal e as emendas constitucionais, admitem a cultura no rol de direitos e deveres que contemplam o exercício da cidadania. No art. 215 da Carta Magna é expresso que “o Estado garantirá a

todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional”, além disso, a ele incumbirá “resguardar as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional”, ainda dispõe acerca da “fixação de datas comemorativas de alta significação para os diferentes segmentos étnicos nacionais” (Brasil, 1988).

Posteriormente, a Emenda Constitucional nº 48 (2005) assegurou a “integração das ações do poder público em defesa e valorização do patrimônio cultural brasileiro”; a “produção, promoção e difusão de bens culturais”; o “respeito à diversidade étnica e regional”; a “formação de pessoal qualificado para a gestão da cultura e suas múltiplas dimensões”, por fim a “democratização do acesso aos bens culturais” (Pelegri; Funari, 2008, p. 66).

A valorização do patrimônio cultural contribui para o reconhecimento dos conhecimentos tradicionais, através dos bens culturais materiais e imateriais, e potencializa a identidade coletiva dos povos, contribuindo para o desenvolvimento social e econômico deles (Pelegri; Funari, 2008).

A arte não deve ser interpretada como uma simples mercadoria, especialmente quando incorpora a história ou a identidade de um povo ou nação, assumindo o valor de um bem cultural. Nesse contexto, o Estado tem a obrigação de preservá-la, garantindo sua conservação para as gerações futuras. Conforme Miranda<sup>25</sup> (2006 *apud* Sousa; Azevedo-Netto; Oliveira, 2019, p. 34), “a proteção do patrimônio cultural e dos conhecimentos tradicionais beneficia toda a sociedade, vez que preserva seus valores e possibilita sua transmissão às futuras gerações”. Esse processo contribui para a construção e fortalecimento das identidades coletivas, assegurando a continuidade de suas tradições e memórias.

## 6 FORMAS DE PROTEÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL NA INDÚSTRIA DA MODA

A indústria da moda caracteriza-se por sua intensa competitividade, na qual as tendências são passageiras e as inovações escassas. Na busca constante por novidade e lucro, estilistas e grandes marcas frequentemente recorrem a inspirações variadas, inclusive a elementos oriundos de culturas tradicionais e objetos de profundo significado para determinados grupos. Esses elementos possuem uma forte carga cultural, permitindo a criação de diversas peças. Entretanto, essa apropriação cultural muitas vezes ocorre de forma arbitrária, com o único intuito de lucro, sem preocupação com a representação correta ou respeito à cultura envolvida.

Nesses casos, a responsabilidade dos criadores e das empresas é imprescindível, pois uma retratação inadequada pode gerar estigmatização social das pessoas ou povos representados, além de transformar

---

<sup>25</sup> Miranda, M.P.S. **Tutela do patrimônio cultural brasileiro**. Belo Horizonte: Del Rey, 2006.

preceitos culturais significativos em meros objetos de consumo. Muitas vezes, quem idealiza essas peças não busca compreender o verdadeiro significado dos elementos utilizados, demonstrando não apenas desrespeito, mas também uma possível percepção de superioridade cultural. Esse comportamento reflete a apropriação de símbolos que, se fossem pertencentes à própria cultura do criador, certamente seriam tratados com maior cautela. Além disso, é crucial que se assegure a devida compensação financeira aos detentores dos direitos culturais e criadores originais, respeitando assim, os princípios legais de propriedade intelectual e cultural, e garantindo que os lucros obtidos não resultem em exploração injusta.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da exposição realizada, é possível compreender que apesar da Lei de Direitos Autorais, em tese, não abranger os itens de moda, por serem objetos funcionais e utilitários (que não são compreendidos pelo art. 7º da Lei 9.610/1998), é extremamente comum que artefatos de moda sejam contemplados por essa Lei nos Tribunais. Isso ocorre porque a Lei não veda a finalidade utilitária do item, apenas exige que também haja uma finalidade estética. Outro ponto a se destacar é que as peças idealizadas pela indústria da moda não são somente objetos de uso, mas também podem ser classificadas como itens artísticos, dada a chamada “emoção estética” que podem causar muitas vezes. Ainda buscam expressar identidade, além de ser uma forma de se posicionar socialmente.

Neste aspecto, também podemos citar as obras idealizadas por povos socialmente marginalizados, conhecidas como patrimônio cultural ou bens culturais. As criações idealizadas por esses indivíduos não podem ser vistas puramente como mercadoria, com o único intuito de gerar lucro. Tais obras buscam demonstrar toda a construção social de um povo, outrossim, podem incorporar conceitos culturais, históricos e, muitas vezes, até religiosos. Tendo essa compreensão em mente, é forçoso concluir que é extremamente desrespeitoso utilizar esses elementos de forma banal e sem nenhum conhecimento sobre o seu real significado.

Muitas vezes, os apropriadores utilizam apenas aquilo que lhes convém, o que eles imaginam que ficaria mais estético ou o que causaria mais impacto. Cumpre ressaltar que, é comum não serem dados créditos a quem originalmente criou e, mesmo que sejam dados, em determinado momento, aquilo passa a ser visto como obra daquele que se apropriou.

Claramente, essa ideia de que é de bom tom utilizar elementos culturais alheios está atrelado ao racismo e à xenofobia. Acreditar que os conceitos e significados de determinado povo não são relevantes o suficiente, a ponto de poderem ser utilizados sem qualquer cautela, traz consigo um ar de extrema superioridade e este sentimento em relação a determinado povo ou país representa preconceito.

Em alguns casos, os apropriadores tentam justificar a sua arbitrariedade sob o preceito de homenagem, mas não existe tributo sem que seja dado o devido reconhecimento a aqueles que conceberam a ideia. Ademais, a remuneração deveria ser considerada nestes casos, pois nós não vemos ninguém utilizando propriedade intelectual alheia sem que haja a devida contraprestação, então, nesses casos não poderia ser diferente.

Sendo assim, seria justo que as comunidades responsáveis pelas criações de elementos utilizados na indústria da moda fossem não só “homenageadas”, mas que elas estivessem cientes, informadas dessa utilização e fossem devidamente pagas pela criatividade aplicada às obras.

A moda é uma das formas mais comuns que as pessoas utilizam para se expressar em seus meios sociais e transmitir a sua própria diversidade cultural. Entretanto, a partir do momento que são utilizados símbolos e tradições sem o mínimo conhecimento acerca daqueles que os originaram, aquilo que deveria ser expressão/celebração, pode se tornar uma forma de exploração.

## REFERÊNCIAS

BALTHAZAR, Luiza Silva. **Proteção à moda como patrimônio cultural e propriedade intelectual**. 2019. Dissertação (Mestrado em Direito Comercial) - Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo – USP, 2018. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2132/tde-24072020-135201/pt-br.php>. Acesso em: 15 maio 2024.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil promulgada em 05 de outubro de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, 2024. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 18 set. 2024.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Brasília: Senado Federal, 2024. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/Ccivil\\_03/leis/L9610.htm](https://www.planalto.gov.br/Ccivil_03/leis/L9610.htm). Acesso em: 28 abr. 2024.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Brasília: Presidência da República, 2024. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9279.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm). Acesso em: 28 abr. 2024.

\_\_\_\_\_. **Emenda Constitucional n.º 48, de 10 de agosto de 2005**. Acrescenta o § 3º ao art. 215 da Constituição Federal, instituindo o Plano Nacional de Cultura. Brasília, Presidência da República, 2024. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/emendas/emc/emc48.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc48.htm). Acesso em: 22 out. 2024.

CHITAS, Irina. **Apropriação cultural: onde está a linha que separa a apreciação da apropriação?** Vogue Portugal, 08 fev. 2019. Disponível em: <https://www.vogue.pt/apropriacao-cultural>. Acesso em: 02 out. 2024.

GIRELLI, Camile Serraggio; Kucera, Nathália Castro; José, Thaielly. **Direito da moda: Introdução ao Direito da Moda**. Porto Alegre: Justa Moda, 2020 (e-book).

HILLS, Megan C. **México acusa Zara e outras marcas de apropriação cultural**. CNN Brasil, 01 jun. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/mexico-acusa-zara-e-outras-marcas-de-apropriacao-cultural/>. Acesso em: 22 ago. 2024.

IBAIXE, João Junior; Sabóia, Valquíria. **Caso Christian Louboutin contra Yves Saint Laurent: Nascimento do Direito da Moda**. Migalhas, 10 set. 2019. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/203478/caso-christian-louboutin-contra-yves-saint-laurent-nascimento-do-direito-da-moda>. Acesso em: 22 ago. 2024.

KAWAMURA, Yuniya; Jong, Jung-Whan Marc de. **Cultural Appropriation in Fashion and Entertainment**. London; New York: Bloomsbury Publishing, 2022 (e-book).

KIM, Agatha. **Apropriação cultural ou apreciação cultural?** Meio&mensagem. 12 maio 2019. Disponível em: <https://sxsxw.meioemensagem.com.br/noticias2019/2019/03/12/apropriacao-cultural-ou-apreciacao-cultural/>. Acesso em: 23 maio 2024.

KOLSUN, Barbara; Jimenez, Guillermo C. **Fashion Law: A Guide for Designers, Fashion Executives, and Attorneys**. 2. ed. New York: Bloomsbury Academic, 2014 (e-book).

LINO, Larissa Pereira *et al.* **Fashion Law: o direito aplicado à moda**. Migalhas, 11 set. 2019. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/310653/fashion-law--o-direito-aplicado-a-moda>. Acesso em: 26 ago. 2024.

MARQUES, Júlia; Estevão, Ilca Maria. **Apropriação cultural na moda: qual é o limite dos influencers?** Metrôpoles, 17 fev. 2024. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/apropriacao-cultural-na-moda-ate-onde-vai-o-limite-dos-influencers>. Acesso em: 26 ago. 2024.

MARIOT, Gilberto. **Fashion Law: a moda nos tribunais**. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2016 (e-book).

MIGALHAS. **Criação de biquíni de crochê baiano acaba em briga judicial nos EUA**. Migalhas, 15 maio 2023. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/386273/criacao-de-biquini-de-croche-baiano-acaba-em-briga-judicial-nos-eua>. Acesso em: 22 ago. 2024

MISHAN, Ligaya. **What Does Cultural Appropriation Really Mean?** The New York Times, 30 set. 2022. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2022/09/30/t-magazine/cultural-appropriation.html>. Acesso em: 09 set. 2022.

MENDONÇA, Kívia Raíssa Florêncio de. **A proteção das expressões culturais indígenas frente à apropriação cultural pela indústria da moda à luz do ordenamento jurídico brasileiro**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/46327>. Acesso em: 22 ago. 2024.

MONTE, Martina Farias Saldanha. **Integridade cultural e autodeterminação: uma análise sobre a propriedade intelectual como sistema de proteção às expressões culturais tradicionais**. 2023. Trabalho

de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/57202>. Acesso em: 23 ago. 2024

MOTA, Maria Luiza de Espíndola. A dificuldade de realização da tutela jurídica dos agentes que atuam no ambiente da moda. **Portal de Trabalhos Acadêmicos**, [S. l.], v. 12, n. 2, 2022. Disponível em: <https://revistas.faculdedamas.edu.br/index.php/academico/article/view/2006>. Acesso em: 12 set. 2024.

ODY, Lisiane Feiten Wingert. Relações entre Fashion Law e o Direito da Arte, do autor proteção de patrimônio cultural. **Direito Hoje**. v. 6, p. 1329-1367, set, 2022. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/255055>. Acesso em: 28 abr. 2024.

OLIVEIRA, Cíntia Bell de; Bruch, Kelly Lissandra. Fashion law e propriedade intelectual: uma análise dos métodos de proteção de ativos oriundos da indústria da moda. **Revista de Propriedade Intelectual Direito Contemporâneo e Constituição - PIDCC**, Aracaju, v. 12, n. 1, p. 001-029, fev. 2018. Disponível em: <http://pidcc.com.br/br/component/content/article/2-uncategorised/294-fashion-law-e-propriedade-intelectual-uma-analise-dos-metodos-de-protecao-de-ativos-oriundos-da-industria-da-moda>. Acesso em: 05 set. 2024

PARANAGUÁ, Pedro; Branco, Sérgio. **Direitos Autorais**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009 (e-book).

PELEGRINI, Sandra C. A.; Funari, Pedro Paulo. **O que é patrimônio cultural imaterial**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2008.

SRIVASTAVA, Akarshi. **Cultural Appropriation in Fashion**. Shilpa Ahuja.com, 21 jun. 2021. Disponível em: <https://shilpaahuja.com/cultural-appropriation-in-fashion/>. Acesso em: 01 out. 2024.

SOARES, Renata Domingues Balbino Munhoz. **Fashion Law: Direito da Moda**. São Paulo: Almedina, 2019 (e-book).

SOUSA, Rosilene Paiva Marinho de; Azevedo-Netto, Carlos Xavier; Oliveira, Bernardina Maria Juvenal Freire de. A efetividade dos mecanismos de proteção do patrimônio cultural na preservação da memória coletiva. **InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, Ribeirão Preto, v.9, n. 2, p. 27 - 47, set. 2018/fev. 2019. Disponível em: <https://revistas.usp.br/incid/article/view/138351>. Acesso em: 12 set. 2024.

VICENZO, Giacomo. O que é apropriação cultural? Conceito tangencia do colonialismo ao nazismo. **UOL**, São Paulo, 22 jan. 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/ecoa/ultimas-noticias/2022/01/22/o-que-e-apropriacao-cultural-conceito-tangencia-do-nazismo-ao-colonialismo.htm>. Acesso em: 09 set. 2024

VIEIRA, Alexandre Pires. **Direito Autoral na Sociedade Digital**. 2. ed. São Paulo: Montecristo Editora, 2018. (ebook)

VIEIRA, Tereza Rodrigues; Santana, Natan Galves. Cultural appropriation of minority typical costumes. globalization, loan or exploitation? **Revista Brasileira de Direito Animal**, Salvador, v. 16, n. 3, p. 44-63, set/dez. 2021.

WILLIAM, Rodney. **Apropriação cultural**. São Paulo: Pólen, 2019.

**FASHION LAW AND CULTURAL HERITAGE: THE EXPLORATION OF SYMBOLS AND CULTURAL APPROPRIATION IN THE FASHION INDUSTRY**

**ABSTRACT:** Fashion Law aims to resolve existing conflicts within the fashion industry, regardless of the nature of the dispute involved. Currently, there is still no specific legislation that regulates the issues of this sector, notably about intellectual property. Although the Copyright Law, in theory, does not cover fashion items because of their functional and utilitarian purpose, there are numerous judicial precedents that recognize the "copyright infringement" in cases related to this segment. This understanding stems from the fact that the legislation does not prevent the utilitarian purpose of the objects but requires that they also have an aesthetic purpose. In addition, the same reasoning applies to cultural goods, which can be the object of copyright protection, since their aesthetics, in many cases, provokes sensations and emotions that frame them as artistic works, and, consequently, subject to protection as intellectual property. Also, one must consider the phenomenon of cultural appropriation, very present in the fashion industry. In this context, elements with meaning for certain cultures are used without due care, which can offend or disrespect the communities of origin. Such conduct results in significant economic benefit for companies/brands, to the detriment of the history and social values of these cultures. The appropriate thing, in these circumstances, would be to seek the prior consent of these groups before the use of their symbols and expressions, in addition to considering remuneration. The use of works without the prior authorization of the author and without the financial consideration constitutes a violation of the precepts established by copyright legislation.

**KEYWORDS:** Copyright; Cultural heritage; Culture appropriation; Fashion law.

**DERECHO DE LA MODA Y PATRIMONIO CULTURAL: LA EXPLORACIÓN DE SÍMBOLOS Y APROPIACIÓN CULTURAL EN LA INDUSTRIA DE LA MODA**

**RESUMEN:** El Derecho de la Moda tiene como objetivo resolver los conflictos existentes dentro de la industria de la moda, independientemente de la naturaleza de la disputa involucrada. Actualmente, todavía no existe una legislación específica que regule las cuestiones de este sector, especialmente en lo que respecta a la propiedad intelectual. Aunque la Ley de Derechos de Autor, en teoría, no cubre los artículos de moda debido a su finalidad funcional y utilitaria, existen numerosos precedentes judiciales que reconocen la "violación de derechos de autor" en casos relacionados con este segmento. Esta interpretación se debe al hecho de que la legislación no impide la finalidad utilitaria de los objetos, sino que exige que estos también posean una finalidad estética. Además, el mismo razonamiento se aplica a los bienes culturales, que pueden ser objeto de protección por derechos de autor, ya que su estética, en muchos casos, provoca sensaciones y emociones que los enmarcan como obras artísticas y, en consecuencia, sujetos a protección como propiedad intelectual. Asimismo, debe considerarse el fenómeno de la apropiación cultural, ampliamente presente en la industria de la moda. En este contexto, elementos con significado para determinadas culturas son utilizados sin el debido cuidado, lo que puede ofender o faltar al respeto a las comunidades de origen. Dichas prácticas generan un beneficio económico significativo para empresas y marcas, en detrimento de la historia y los valores sociales de estas culturas. Lo adecuado, en tales circunstancias, sería obtener el consentimiento previo de estos grupos antes de utilizar sus símbolos y expresiones, además de considerar una remuneración. El uso de obras sin la autorización previa del autor y sin la correspondiente contraprestación económica constituye una violación de los preceptos establecidos por la legislación sobre derechos de autor.

**PALABRAS CLAVE:** Derechos de autor; Patrimonio cultural; Apropiación cultural; Derecho de la moda.