

Mercado da moda chega ao Judiciário com mais frequência

IstockPhoto

O mercado da moda movimenta bilhões de dólares no mundo e envolve diversos profissionais e empresas de diversos ramos, inclusive o jurídico. Um desfile, por exemplo, acontece depois da assinatura de muitos contratos — de direito de imagem, de exclusividade, de propriedade intelectual, publicidade. No país, os litígios relacionados a este mercado têm crescido substancialmente nos últimos anos.

O chamado *Fashion Law* já ganhou destaque nos Estados Unidos e na Europa, onde é possível encontrar escritórios de advocacia especializados e também centro de estudo interdisciplinares, como a [Fordham Law de Nova York](#), primeira instituição de ensino a oferecer o curso de *Fashion Law*. Lá, há um instituto para aproximar o mundo fashion do mundo jurídico, com a participação de designers, estilistas e advogados.



No Brasil, **Mariana Valverde** deixou as passarelas para solucionar juridicamente os conflitos. Fundadora do Valverde Advogados, explica que esse mercado envolve Direito Publicitário, Regulamentar, Propriedade Intelectual e Concorrencial. “Não existe uma área específica, e sim uma série delas, que juntas formam o *Fashion Law*. O mercado *fashion* não é só o mercado de luxo, ele engloba tanto as grandes grifes, quanto as menores. Ou seja, tanto uma *Louis Vuitton* quanto uma do bom retiro precisam tomar certos cuidados.”

O mercado de moda brasileiro tem uma particularidade: a maior parte dos contratos exige exclusividade. Ou seja, se uma modelo faz um comercial de shampoo, ela não pode fazer propaganda para produtos de marca concorrente dentro do prazo estipulado no acordo. Mariana explica que muitas vezes os produtos ficam estocados, e são postos à venda após o prazo regulamentado pela cláusula contratual. Nesse caso, cabe ao fornecedor do produto controlar as remessas de produtos enviadas, para evitar um processo por uso indevido da imagem.

Outro problema frequente nesse meio é em relação ao direito de imagem. Em um caso defendido por Mariana, a Mob Studio de Fotografia pedia indenização da Infinity Comunicação (Esbelt) e o reconhecimento de danos morais, alegando que o contrato previa a veiculação no território nacional, por um período de um ano. Em meados de 2010, a autora tomou conhecimento de que o material publicitário estava sendo veiculado na Colômbia e na internet, sem prévia autorização e remuneração dos titulares do direito de imagem.



Na [sentença](#), o juiz Antonio Carlos Negreiros entendeu que estavam “caracterizados, portanto, o desautorizado uso das imagens e a culpa da anunciante. Já que a lei assegura a preservação da imagem, com expressa previsão legal do direito à indenização pela sua desautorizada exploração comercial (CC, art. 20). O dano pode afetar tanto o direito à personalidade (bem imaterial) como patrimonial.” Comisso, o juiz condenou a Esbelt a pagar R\$ 80 mil ao fotógrafo, pelo uso abusivo de sua imagem.

A advogada **Michelle Hamuche**, sócia de Mariana Valverde, recomenda atenção na assinatura de contratos. “Eles precisam ser bem avaliados para evitar problemas futuros. Hoje, o mercado está mais preocupado em cumprir as exigências legais.”

Em abril de 2011, o francês Christian Louboutin, especialista em calçados de luxo, decidiu entrar na Justiça francesa contra a prestigiada grife Yves Saint Laurent depois de ver na vitrine da concorrente um sapato com o solado vermelho, sua marca registrada. Inspiração? Releitura? Louboutin entendeu que era uma cópia descarada.

Segundo reportagem da *Vejinha Rio de Janeiro* do último sábado (14/1), os próprios estilistas assumem que essa é uma prática comum no mercado: 75% reclamam que tiveram peças imitadas por concorrentes e 58% admitem já ter clonado modelos de outras grifes. Eles ainda contam que saem às compras e visitam lojas pelo menos uma vez ao mês para uma rápida espionada no que os rivais andam fazendo.

A advogada Mariana Valverde explica que esse assunto entra na seara da proteção da criação, voltada aos direitos autorais. O Brasil não tutela esse tipo de produção, mas algumas coisas são marcas registradas, como, por exemplo, o jacarezinho da Lacoste, ou o F da Fórum. O que é proibido no país é tentar se fazer passar pela marca, o que permite a aplicação da legislação antipirataria.

Esta semana acontece a Fashion Rio, evento que pede atenção dos advogados ligados a este mercado, para verificar o cumprimento de contratos. Mas Mariana diz que a maioria dos contratos é firmada antes do evento e a procura pelos profissionais de Direito nessa hora gira em torno de obter alvará autorizando as modelos menores de 18 anos de darem seus passinhos na passarela.

Aos interessados em advogar nessa área é importante saber que a maioria das agências de modelo e publicidade tem seu time de profissionais para garantir que a imagem de seus modelos esteja sendo devidamente utilizada.

Date Created

21/01/2012