



**A INFLUÊNCIA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO MUNDO DA MODA:
UMA NOVA ERA DE PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL**

**THE INFLUENCE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE WORLD OF
FASHION: A NEW ERA OF INTELLECTUAL PROPERTY PROTECTION**

ELAINE CRISTINA PARDI DOMINGUES Elaine¹

GABRIELA CARDOSO NOGUEIRA²

Recebido 22.01.2026

Aceito: 30.06.2026

DOI: 10.23925/2596-3333.v1n1.72620

RESUMO

A inteligência artificial (IA) tem revolucionado diversos setores, e a moda não é exceção. Assim, o presente artigo pretende demonstrar como a IA vem transformando a indústria da moda, desde o design até sua produção e comercialização. A inteligência artificial pode impactar a inovação no mundo da moda, mas de que forma as marcas podem se proteger contra plágios resultantes do uso dessa tecnologia por designers? De outro modo, deve ser considerada a importância da IA na proteção da propriedade intelectual, destacando-se como as tecnologias avançadas estão sendo utilizadas para detectar e prevenir a pirataria e a falsificação de produtos. A pesquisa também inclui estudos de caso de empresas que implementaram soluções de IA com sucesso, demonstrando os benefícios e desafios dessa integração. Ao final, conclui-se que a IA não só impulsiona a inovação e a eficiência na moda, mas também oferece novas ferramentas para a proteção dos direitos autorais e marcas registradas, inaugurando uma nova era de segurança e criatividade no setor.

¹ Doutora em Filosofia do Direito pela PUC/SP. Mestra em Direito Empresarial pela PUC/SP. Especialista em Direito Empresarial pela PUC/SP. Advogada. Professora Titular de Direito Empresarial da Universidade Paulista – UNIP.

² Bacharel em Direito e pós-graduanda em *Fashion Law*, Propriedade Intelectual e Direito da Inovação pela PUC/MG. Assistente jurídica, integra a Comissão de Direito da Moda da OAB/SP e está cursando registro de marcas pela Escola de Propriedade Intelectual.



Palavras-chave: Inteligência artificial; Propriedade intelectual; Direito da moda; Plágios em designs.

ABSTRACT

Artificial intelligence (AI) has revolutionized several sectors, and fashion is no exception. Thus, this article aims to demonstrate how AI is transforming the fashion industry, from design to production and marketing. Artificial intelligence can impact innovation in the fashion world, but how can brands protect themselves against plagiarism resulting from the use of this technology by designers? Furthermore, the importance of AI in protecting intellectual property should be considered, highlighting how advanced technologies are being used to detect and prevent product piracy and counterfeiting. The research also includes case studies of companies that have successfully implemented AI solutions, demonstrating the benefits and challenges of this integration. Ultimately, it is concluded that AI not only drives innovation and efficiency in fashion but also offers new tools for protecting copyright and trademarks, ushering in a new era of security and creativity in the sector.

Keywords: Artificial Intelligence; Intellectual Property; Fashion Law; Design Plagiarism.

1. INTRODUÇÃO

O avanço acelerado da tecnologia tem redesenhado o mundo moderno, e a inteligência artificial (IA) ocupa um papel central nesse processo de transformação. No setor da moda, um dos campos mais dinâmicos e competitivos da economia global, a IA surge como uma ferramenta revolucionária, afetando desde a criação de novas coleções até a experiência final do consumidor. Aplicações de IA permitem prever tendências, personalizar produtos e automatizar processos de design e produção, resultando em um mercado mais eficiente e responsivo às demandas contemporâneas.

Contudo, essa revolução digital impõe desafios únicos ao Direito, especialmente no que tange à proteção da propriedade intelectual (PI). No contexto tradicional, a PI protege criações oriundas do intelecto humano, assegurando aos criadores o direito de exploração exclusiva de suas obras, porém, quando máquinas e algoritmos participam do processo criativo, surge uma questão essencial: quem detém a autoria e os direitos sobre essas criações? Além disso, a facilidade com que a IA pode replicar designs complexos e



marcas gera novos riscos de plágio e falsificação, afetando diretamente o mercado e os titulares de direitos.

Este artigo propõe uma análise sobre o impacto da inteligência artificial na moda, explorando como essa tecnologia desafia os limites do Direito da Propriedade Intelectual e, ao mesmo tempo, oferece novas possibilidades para a proteção de criações originais. Ao longo deste estudo, será discutida a adequação do arcabouço jurídico atual para lidar com as inovações promovidas pela IA buscando compreender de que maneira o Direito pode se adaptar para garantir tanto a segurança jurídica quanto o incentivo à inovação no setor de moda. Com base em estudos de caso e na análise das legislações, o artigo visa contribuir para uma melhor compreensão sobre as interseções entre moda, tecnologia e Direito.

2. PROPRIEDADE INTELECTUAL (PI) E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA)

2.1. Conceito de propriedade intelectual

Segundo a definição da Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI)³, a propriedade intelectual refere-se às criações da mente, invenções, obras literárias e artísticas, símbolos, nomes, imagens, desenhos e modelos utilizados no comércio. A propriedade intelectual abrange duas grandes áreas: Propriedade Industrial (patentes, marcas, desenho industrial, indicações geográficas e proteção de cultivares) e Direito Autoral (obras literárias e artísticas, programas de computador, domínios na Internet e cultura imaterial).

Pela propriedade intelectual, os criadores ou responsáveis por qualquer produção do intelecto (seja nos domínios industrial, científico, literário e/ou artístico) terão garantido, por um determinado período, a possibilidade de recompensa pela própria criação (Barbosa, 2013).

A Propriedade Intelectual é o conceito relacionado com a proteção legal e o reconhecimento de autoria da produção intelectual que garante ao autor o direito, por um determinado período, de explorar economicamente sua própria criação.

³ Guia prático de introdução à propriedade intelectual desenvolvido pela AUSPIN – Agência USP de Inovação. Disponível em: https://www.inovacao.usp.br/wp-content/uploads/sites/300/2017/10/CARTILHA_PI_bom.pdf. Acesso em: 20 de jun. 2025.



2.2. A Importância da Propriedade Intelectual

A análise a seguir abordará os principais aspectos da propriedade intelectual (PI), destacando sua relevância no Brasil e no mundo, com ênfase na legislação, nos desafios e nas perspectivas futuras.

A propriedade intelectual (PI), como conjunto de direitos que protegem as criações do intelecto humano, desempenha um papel fundamental no desenvolvimento econômico e social, fomentando a inovação e a competitividade.

A Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/1996), em seu artigo 2º, inciso I, abrange a propriedade industrial como "as patentes de invenção e de modelo de utilidade; os registros de desenho industrial; as marcas; as indicações geográficas; as repressões à concorrência desleal e a concessão de registro para jogos eletrônicos que foi incluída pela Lei nº 14.852, de 2024)".

Art. 2º A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante:

- I - concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade;
- II - concessão de registro de desenho industrial;
- III - concessão de registro de marca;
- IV - repressão às falsas indicações geográficas; e
- V - repressão à concorrência desleal.
- VI – concessão de registro para jogos eletrônicos.

Complementando essa visão, o artigo 5º, inciso XXVII, da Constituição Federal de 1988, assegura aos autores "os direitos autorais, patrimoniais e morais, sobre a obra que criarem".

A proteção da moda, por exemplo, enfrenta desafios específicos nesse contexto.

Segundo Barbosa (2016, p. 52), "a indústria da moda, caracterizada pela sua rápida obsolescência e pela constante busca por novidades, encontra na propriedade intelectual um importante instrumento para proteger suas criações e garantir sua competitividade no mercado".

A propriedade intelectual, no panorama global, configura-se como um ativo estratégico para a inovação e o desenvolvimento econômico. Países com sistemas



robustos de proteção à propriedade intelectual tendem a atrair mais investimentos em pesquisa e desenvolvimento, gerando novas tecnologias e impulsionando o crescimento econômico.

O Brasil, nesse contexto, tem buscado fortalecer seu sistema de proteção à propriedade intelectual, alinhando-se aos padrões internacionais e adaptando sua legislação às novas realidades do mercado global. A Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/1996) e a Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.610/1998) representam os pilares da proteção da propriedade intelectual no país.

Contudo, desafios como a pirataria, a falsificação e a morosidade nos processos judiciais ainda persistem, demandando esforços contínuos para aprimorar o sistema e garantir a efetiva proteção dos direitos dos criadores.

A perspectiva comparada entre o Brasil e o cenário internacional revela a necessidade de intensificar a cooperação internacional e o intercâmbio de experiências para o aprimoramento dos sistemas de proteção à propriedade intelectual. A participação em fóruns internacionais, como a Organização Mundial de Propriedade Intelectual, e a realização de acordos bilaterais e multilaterais são instrumentos importantes para promover a harmonização das normas e o combate à pirataria e à falsificação em escala global.

O Brasil é signatário de importantes tratados internacionais, como o Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (TRIPS)⁴, conforme Decreto Lei nº 1.355, de 30 de dezembro de 1994, o que demonstra o compromisso do Brasil com a proteção da propriedade intelectual (PI) em um contexto global.

⁴ Decreto-lei nº 1.355/1994. Ata Final que Incorpora aos Resultados da Rodada Uruguai de Negociações Comerciais Multilaterais do GATT, assinada em Marraquexe, em 12 de abril de 1994. O Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio (Acordo TRIPS) estabelece padrões mínimos de proteção a serem observados pelos Membros, com relação a direito autoral, marcas, indicações geográficas, desenhos industriais, patentes, circuitos integrados e informação confidencial. Ele incorpora os principais dispositivos substantivos da Convenção de Paris para a Proteção da Propriedade Intelectual e da Convenção de Berna para a Proteção de Trabalhos Literários e Artísticos (com exceção dos direitos morais), ambos negociados no âmbito da OMPI. Além do estabelecimento de padrões de proteção substantivos, o Acordo TRIPS ainda contém dispositivos sobre procedimentos domésticos e instrumentos para o “*enforcement*” de direitos de propriedade intelectual. Conflitos entre Membros da OMC envolvendo o cumprimento das obrigações de TRIPS estão sujeitos ao mecanismo de solução de controvérsias da OMC. O Conselho de TRIPS, o qual normalmente se reúne três vezes ao ano, é responsável pelo monitoramento da implementação do Acordo, e, em particular, pela maneira como os Membros observam suas obrigações sob este Acordo.



Além disso, a promoção da educação e da conscientização sobre a importância da propriedade intelectual é crucial para a construção de uma cultura de respeito à criatividade e à inovação, tanto no Brasil quanto no mundo.

No cenário internacional, a PI tem ganhado cada vez mais destaque, impulsionada pela globalização e pelo avanço tecnológico. Organizações internacionais, como a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), desempenham um papel crucial na harmonização das leis de PI e na promoção da cooperação entre os países.

Contudo, desafios como a pirataria e a falsificação, especialmente no ambiente digital, exigem novas estratégias de combate e uma maior conscientização sobre a importância da propriedade intelectual.

2.3. Conceito e definição de inteligência artificial (IA)

Existem diferentes conceitos para IA. Russell e Norvig (2009, p. 44) apresentam oito diferentes abordagens, sendo agrupadas em dois tipos: as que se relacionam com processos mentais e raciocínio, e as que se relacionam com comportamento, conforme demonstrado no quadro de definições para inteligência artificial abaixo:

Quadro - Conceitos distintos para Inteligência Artificial (IA)

Pensando como um humano	Pensando racionalmente
“O novo e interessante esforço para fazer os computadores pensarem (...) <i>máquinas com mentes</i>, no sentido total e literal.” (Haugeland, 1985) “[Automatização de] atividades que associamos ao pensamento humano, atividades como a tomada de decisões, a resolução de problemas, o aprendizado...” (Bellman, 1978)	“O estudo das faculdades mentais pelo uso de modelos computacionais.” (Charniak e McDermott, 1985) “O estudo das computações que tornam possível perceber, raciocinar e agir.” (Winston, 1992)
Agindo como seres humanos	Agindo racionalmente
“A arte de criar máquinas que executam funções que exigem inteligência quando executadas por pessoas.” (Kurzweil, 1990) “O estudo de como os computadores podem fazer tarefas que hoje são melhor desempenhadas pelas pessoas.” (Rich and Knight, 1991)	“Inteligência Computacional é o estudo do projeto de agentes inteligentes.” (Poole <i>et al.</i>, 1998) “AI... está relacionada a um desempenho inteligente de artefatos.” (Nilsson, 1998)

Fonte: Russel e Norvig (2009).



O conceito desenvolvido propriamente por Russel e Norvig (2009, p. 1.196) enxerga a IA como “agentes inteligentes capazes de perceber seu meio ambiente e de realizar ações com a expectativa de selecionar uma ação que maximize seu desempenho”.

A inteligência artificial pode, então, ser conceituada em termos de recursos de modelos computacionais que se baseiam em uma arquitetura tecnológica.

As ferramentas de inteligência artificial são úteis para tornar as máquinas de previsão eficazes. Para McCarthy (2006, p. 2), inteligência artificial “é a ciência e engenharia de criar máquinas inteligentes, especialmente programas de computador inteligentes [...], mas a inteligência artificial não precisa se limitar a métodos biologicamente observáveis”, conforme denomina Kaufman (2019, p. 19):

A inteligência artificial refere-se a um campo de conhecimento associado à linguagem e à inteligência, ao raciocínio, à aprendizagem e à resolução de problemas. A IA propicia a simbiose entre o humano e a máquina ao acoplar sistemas inteligentes artificiais ao corpo humano (prótese cerebral, braço biônico, células artificiais, joelho inteligente e similares), e a interação entre homem e máquina como duas “espécies” distintas conectadas (homem-aplicativos, homem-algoritmos de IA). (Kaufman, 2019, p. 19)

Cada conceito oferece uma visão única e contextualizada de acordo com o autor sobre o que é a IA e como ela pode ser aplicada, mas a principal distinção é que cada um enfatiza aspectos específicos da tecnologia, tendo sempre como perspectiva a interação fundamental entre humano e máquina.

Pode-se compreender que a IA é o uso de algoritmos complexos e técnicas estatísticas, que permitem que as máquinas aprendam e melhorem a sua performance ao longo do tempo. Isso significa que as máquinas são capazes de aprender a partir de dados coletados, de forma a tomar decisões mais precisas e eficientes, por meio de técnicas de aprendizado de máquina, como o aprendizado profundo.

No Brasil, a partir da análise do Projeto de Lei (PL) nº 21/2020, pode-se afirmar que não houve um consenso inclusive nas posições sobre qual seria a melhor abordagem para definir a IA em um documento regulatório. Houve sugestão de revisão dos termos da proposta no PL nº 21/2020, a fim de garantir uma definição clara e precisa de IA.

Sendo assim, foi criado o Projeto de Lei (PL) nº 2.338/2023, no Senado Federal, que alterou a definição proposta pelo PL nº 21/2020. Uma abordagem possível para



definir a IA, que não foi mencionada por nenhum dos projetos em análise, seria considerar a natureza da tarefa a ser executada, em vez da técnica utilizada. Nessa perspectiva, um sistema seria considerado IA quando substituíssem ações que requerem decisão humana.

A diferença entre os dois projetos está na abrangência e no nível de autonomia dos sistemas de IA; enquanto o PL nº 21/2020 tem seu foco na capacidade do sistema em cumprir objetivos definidos pelo ser humano, o PL nº 2.338/2023 reconhece a presença de diferentes graus de autonomia e a utilização de abordagens avançadas, como aprendizado de máquina e representação do conhecimento, para atingir objetivos específicos.

Definir inteligência artificial não é fácil, o campo é tão vasto que não pode ficar restrito a uma área específica de pesquisa; é um programa multidisciplinar. Se sua ambição era imitar os processos cognitivos do ser humano, seus objetivos atuais são desenvolver autômatos que resolvam alguns problemas muito melhor que os humanos, por todos os meios disponíveis (Nunes; Marques, 2018).

Sendo assim, diante das várias vertentes que fazem parte da IA, é possível conceituá-la como uma área do conhecimento, que tem, inclusive, o seu nascimento paralelo com a própria ciência da computação. Então, quando se discute os problemas da IA, é preciso entender que se está tentando dar definições a uma área do conhecimento muito ampla, que vai se materializar de maneira multiforme com diferentes usos, adotando diferentes técnicas. Nessa perspectiva, pode-se definir e considerar a IA um sistema, ao substituir ações que requerem decisões humanas, sendo que esses sistemas recebem o nome de algoritmos. (Nunes; Marques, 2018).

3. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA) COMO CRIADORA NO MUNDO DA MODA

3.1. Aplicação da inteligência artificial no mundo da moda

A inteligência artificial (IA) tem se tornado uma ferramenta essencial na transformação digital da indústria da moda, impactando desde o design até a experiência do consumidor. No design, a IA é utilizada para prever tendências e auxiliar na criação de novas coleções. Segundo divulgação internacional de “Ideias Recentes”, por



McKinsey & Company⁵, a análise de dados em larga escala permite que as empresas de moda antecipem tendências e ajustem suas coleções de acordo com as preferências dos consumidores. Essa capacidade de previsão é crucial em um setor onde a rapidez e a adaptação são fundamentais para o sucesso.

Segundo Haco (2024), o diretor executivo (CEO) de uma grande empresa de soluções integradas para identificação de marca mais completa do mercado nacional da moda, existente há quase 100 (cem) anos, define que a IA está revolucionando a personalização de produtos. As ferramentas de design assistidas por IA permitem que os consumidores personalizem roupas de acordo com suas preferências individuais, aumentando a satisfação do cliente e reduzindo o desperdício.

A personalização em massa é uma das grandes promessas da IA na moda, permitindo que as marcas ofereçam produtos únicos em grande escala. Observa-se, por exemplo, o fato de a moda ser considerada democrática e permitir alavancar a circulação de bens de mercado, voltada, inclusive, para questões de ordem econômica, podendo ser destacadas à moda *plus size*, moda agênera, moda da terceira idade, moda sustentável, dentre tantas outras e nas quais reverberam diferentes corpos-consumidores (Castilho, 2004).

O aumento do consumo promoveu movimentos como o *Fashion Revolution*, diante dos elevados custos sociais decorrentes de grupos econômicos que promoveram o *low cost* e o *fast fashion* (Domingues, 2019).

A fusão entre moda e IA vem transformando a maneira como o setor de vestuário cria, personaliza e entrega seus produtos. Com o uso de algoritmos avançados e grandes volumes de dados, as marcas de moda estão desenvolvendo coleções de roupas de forma inovadora, alinhando a estética ao comportamento de consumo. Conforme enfatiza Haco (2024), essa nova abordagem traz uma revolução silenciosa, mas poderosa, que influencia desde o design até a experiência final do cliente.

3.2. A ascensão da inteligência artificial no *design*

⁵ *McKinsey & Company* é uma empresa global de consultoria de gestão, fundada em 1926 e reconhecida por suas análises rigorosas e *insights* estratégicos. Disponível em: <https://www.mckinsey.com.br/our-insights/all-insights>. Acesso em: 13 de jun. de 2025.



O design de moda, tradicionalmente centrado na criatividade, pesquisa e intuição dos estilistas, vem sendo impactado pela integração de IA. Ferramentas com algoritmos de aprendizado analisam tendências de mercado, cores, padrões e até preferências dos consumidores em tempo real. Com isso, designers têm acesso a *insights* valiosos que ajudam a prever o que será sucesso nas passarelas e nas lojas (Haco, 2024).

A IA também é capaz de gerar ideias criativas com base em dados históricos. Segundo Haco (2024), ao analisar bilhões de imagens de moda e dados de venda, a tecnologia pode sugerir novas combinações de cores, texturas e estilos que se alinham com as expectativas do público.

A *Tommy Hilfiger*, marca de moda americana, já usa algoritmos de IA no processo criativo. Com o jogo *FashionVerse*⁶, os usuários estilizam avatares realistas com roupas tridimensionais e participam de desafios de estilo, competindo e votando (Halliday, 2023).

De acordo com Halliday (2023), os jogos de moda estão se tornando cada vez mais importantes e isso significa o envolvimento de grandes nomes no negócio. Em janeiro de 2023, a *Hilfiger Ventures*, cofundada por Tommy Hilfiger e Joe Lamastra, uniram-se à grande editora global de jogos *Tilting Point* para lançar o que dizem ser um jogo de moda móvel interativo “inovador”. Denominado *FashionVerse*, o jogo estará disponível para iOS, Android e Netflix. Os 247 milhões de membros deste último terão o *FashionVerse* incluído nas suas assinaturas através da aplicação móvel Netflix, o que dá uma escala instantânea ao jogo. Como esperado dos jogos de moda, os jogadores enfrentarão desafios de design “para criar conjuntos de moda perfeitamente selecionados no modo *Stylist* ou painéis de humor.

3.3. Inteligência artificial e transparência em todas as etapas de criação e consumo da moda

A indústria da moda vem passando por uma transformação radical em virtude das novas tecnologias. O setor, tradicionalmente baseado em processos manuais e cadeias de produção complexas, agora se reinventa com o uso de Inteligência Artificial (IA), Realidade Aumentada, impressão 3D e inovações sustentáveis (Chalegra, 2024). Todas

⁶ HALLIDAY, Sandra. **Tommy Hilfiger vai lançar um jogo de moda com base em IA**. Disponível em: <https://br.fashionnetwork.com/news/Tommy-hilfiger-vai-lancar-um-jogo-de-moda-com-base-em-ia,1588575.html>. Acesso em: 10 jul. 2025.



essas mudanças alteram a forma como as roupas são criadas, comercializadas e consumidas, oferecendo uma nova experiência para os consumidores e impulsionando a adoção de práticas mais sustentáveis.

Aduz Chalegra (2024, p. 1) que as marcas de moda têm utilizado inteligência artificial generativa, o que possibilita:

Interpretar grandes volumes de dados, identificar tendências em tempo real e permitir que a experiência de compra seja altamente personalizada. Ferramentas como assistentes virtuais e recomendações personalizadas oferecem sugestões de produtos adaptadas às preferências de estilo de cada consumidor, criando uma experiência de compra mais interativa. A Inteligência Artificial também ajuda a automatizar processos criativos, o que permite aos designers desenvolverem mais variações de produtos e personalizar ofertas para os consumidores com maior eficiência (Chalegra, 2024, p. 1).

Provavelmente, o uso da Inteligência Artificial generativa e *blockchain* deve mudar por completo o modelo de negócios do setor de moda, acelerando a criação de novos produtos e permitindo que as marcas ofereçam uma experiência cada vez mais personalizada para o consumidor.

4. NOÇÕES SOBRE *FASHION LAW* NO BRASIL

4.1. Conceito e elementos do *Fashion Law*

A inteligência artificial (IA) tem sido uma ferramenta essencial na indústria da moda, transformando desde o design até a experiência do consumidor. No Brasil, a aplicação da IA no setor da moda é analisada sob a perspectiva do *Fashion Law*, que busca reunir elementos legais e tecnológicos para proteger e promover a inovação (Soares, 2019).

O *Fashion Law*, ou Direito da Moda, é um campo jurídico relativamente novo que aborda as questões legais específicas da indústria da moda. No Brasil, esse ramo do direito tem ganhado importância à medida que o setor se expande e se torna mais complexo. Nesse sentido, Soares (2019, p. 10), destaca que: "o *Fashion Law* abrange uma ampla gama de questões legais, desde a proteção de propriedade intelectual até contratos de



trabalho e práticas comerciais justas". Essa abrangência é essencial para garantir que as empresas de moda operem de maneira ética e legal.

A proteção da propriedade intelectual é um dos pilares do *Fashion Law*. No Brasil, a proteção de marcas, desenhos industriais e designs é fundamental para assegurar que as criações originais dos designers sejam respeitadas e valorizadas.

Ainda enfatiza Soares (2019, p. 15-16), que "a proteção de propriedade intelectual é crucial para a inovação na moda, pois garante que os criadores possam colher os frutos de seu trabalho sem o risco de cópia ou apropriação indevida". Isso inclui o registro de marcas e a proteção de designs únicos, que são ativos valiosos para as empresas de moda.

Além da propriedade intelectual, o *Fashion Law* também lida com questões contratuais. Contratos de trabalho, acordos de licenciamento e parcerias comerciais, que são aspectos críticos que exigem atenção legal especializada.

4.2. Moda e Direito Intelectual: a Lei nº 9.279/96 e o benefício do registro no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI)

O Direito da Propriedade Intelectual visa garantir a propriedade ou a exclusividade derivada da atividade intelectual, nos mais diversos campos, seja ele industrial, científico, literário ou até mesmo artístico. Deste modo, veda que terceiros, que não participaram do processo de criação, copiem, reproduzam ou utilizem o produto para fins comerciais, sem a autorização do proprietário intelectual.

A propriedade intelectual é gênero do qual são espécies o direito autoral e o direito industrial. A indústria da moda é amparada pela Lei da Propriedade Industrial, nº 9.279/1996, que desempenha um papel de extrema relevância ao proteger as criações deste ramo, desde os croquis e inovações tecnológicas de produção até o produto finalizado para o consumidor.

Os direitos autorais estão amparados pela Lei nº 9.610/1998, que garante ao autor a proteção das obras por ele criadas, na esfera dos direitos patrimoniais e morais. Além disso, aquele que utilizar a obra deve exibir a verdadeira autoria, respeitando a qualidade e a integridade do autor e de sua obra. Também é possível que seja vedada a propagação do que foi produzido, salvo se houver autorização prévia e expressa do criador (Labrunie, 2007).



O Instituto da Propriedade Industrial (INPI) é o órgão responsável pela concessão da patente e do registro dos bens da propriedade industrial, sendo encarregado de analisar as condições legais de obtenção ou requisitos de validade exigidos pela Lei nº 9.279/1996.

Os direitos do autor concernentes à sua invenção estão assegurados constitucionalmente, pois o inciso XXIX do artigo 5º da Constituição Federal, dentro das garantias fundamentais, contempla a questão da proteção à criação:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

[...]

XXIX – 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.

Os desenhos de moda ou croquis podem ser protegidos pelo direito autoral, enquanto os elementos específicos de um *design* de moda, como estampas ou padrões, recebem a proteção como desenho industrial, conforme estabelece o artigo 95 da Lei da Propriedade Industrial nº 9.279/1996:

Art. 95. Considera-se desenho industrial a forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial.

A Lei nº 9.610/1998 protege obras intelectuais, incluindo desenhos e esboços, desde que sejam originais e criativos, e a Lei nº 9.279/1996 permite o registro como desenho industrial, abrangendo a forma e a ornamentação dos produtos, como peças de roupas e similares.

A propriedade do desenho industrial se adquire pelo registro. Deste modo, os designers de moda podem obter o registro de seus croquis, onde estão contidos o esboço com características de suas peças. Garantindo, por conseguinte, uma maior proteção de todo o seu processo criativo e inovador. Cumpre salientar que só podem ser registrados



aqueles croquis que tiverem o objetivo de desenvolver um produto para comercialização, pois os que forem puramente artísticos não são contemplados pela possibilidade de serem registrados. Porquanto, as criações meramente artísticas são protegidas pela Lei de Direitos Autorais nº 9.610/1998.

A função do registro é proteger as criações e invenções com o fito de vedar de forma temporária que terceiros se utilizem dos direitos protegidos, fazendo com que o criador tenha exclusividade em todos os atos atinentes à sua criação. Deste modo, o criador tem como garantir o retorno financeiro, recompensando o que foi dispendido em tempo de pesquisa e custo de materiais para o desenvolvimento do seu produto.

4.3. *Trade-dress*, moda e direito

Trade-dress, também denominado conjunto-imagem, representa os aspectos visuais de uma marca ou produto. Em outras palavras, é o conjunto de detalhes que podem individualizá-los e diferenciá-los dos demais, ou seja, é a identidade visual distintiva.

Na visão de Manara (2008, p. 1), o *trade-dress* ou conjunto-imagem pode ser conceituado “como um conjunto de características peculiares capazes de identificar um produto, serviço e/ou estabelecimento comercial, e individualizá-la no mercado”.

O conceito de *trade-dress* surgiu nos Estados Unidos, onde existe uma lei que trata do tema, o Ato Lanham. No Brasil, como ainda não há legislação, o mais comum é processar o imitador por concorrência desleal, por tratar-se de configuração diferenciada, conforme estabelece Manara (2008, p.1):

Essa configuração diferenciada contempla a reunião e combinação de cores, formatos, desenhos, fontes, tamanhos e disposição de letras, rótulos, embalagens, ambientes internos e externos de estabelecimentos comerciais, propagandas e demais elementos distintivos de produtos e serviços que tragam individualização junto ao mercado consumidor (Manara, 2008, p.1).

Apesar de o *trade dress* não possuir uma legislação específica, possui amparo legal em diversos ramos do direito, conforme aduz Rodrigues (2024), pois a composição do conjunto-imagem permite sua proteção. A marca, por sua vez, está relacionada aos elementos que possibilitam sua identificação e que liga o produto ao consumidor, formando a tríade produto-marca-consumidor. A proteção à marca está baseada no artigo 5º, XXIX, da Constituição Federal e no art. 129 da Lei nº 9.279/1996:



Art. 129. A propriedade da marca adquire-se pelo registro validamente expedido, conforme as disposições desta Lei, sendo assegurado ao titular seu uso exclusivo em todo o território nacional, observando quanto às marcas coletivas e de certificação o disposto nos arts. 147 e 148.

No Brasil, o registro de marcas é regulamentado pela Lei da Propriedade Industrial, concedido pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), com validade de 10 anos, podendo ser prorrogado indefinidamente.

O *trade dress* está diretamente relacionado à marca, pois é entendido como o referido conjunto de elementos, sendo, portanto, o conjunto-imagem que permite a identificação do produto ou serviço.

A 4ª turma do Superior Tribunal de Justiça, ao julgar o REsp. 1778910/SP, que se tratava de uma ação de concorrência desleal, na qual uma empresa alegava que outra utilizou indevidamente o *trade dress* de suas embalagens de geleia, causando confusão entre os consumidores, a Relatora, Ministra Maria Isabel Gallotti, entendeu que:

O conjunto-imagem é complexo e formado por diversos elementos. Dados a ausência de tipificação legal e o fato de não ser passível de registro, a ocorrência de imitação e a conclusão pela concorrência desleal deve ser feita caso a caso. Imprescindível, para tanto, o auxílio de perito que possa avaliar aspectos de mercado, hábitos de consumo, técnicas de propaganda e marketing, o grau de atenção do consumidor comum ou típico do produto em questão, a época em que o produto foi lançado no mercado, bem como, outros elementos que confirmam identidade à apresentação do produto ou serviço. (STJ - REsp: 1778910 SP 2016/0185736-0, Relator.: Ministra MARIA ISABEL GALLOTTI, Data de Julgamento: 06/12/2018, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJe 19/12/2018 RT vol. 1003 p. 534).

Em outra oportunidade, a 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça, no julgamento do REsp. nº 1.843.339/SP, cujo propósito recursal era definir se a utilização da embalagem do medicamento POSDRINK, pela recorrente, violava ou não o *trade dress* do fármaco ENGOV, fabricado pela recorrida, manteve acórdão que concluiu pela impossibilidade de convivência no mercado entre os medicamentos, por entender que a embalagem do produto fabricado pela recorrente viola o conjunto-imagem daquele produzido pela recorrida.



O STJ também já decidiu que não havia violação do *trade dress* em peças de vestuário íntimo feminino, por considerar que não basta ao titular simplesmente comprovar que utiliza determinado conjunto-imagem, sendo necessária a observância de alguns pressupostos para garantia da proteção jurídica, conforme se verifica na ementa da decisão:

RECURSO ESPECIAL. PROPRIEDADE INTELECTUAL E CONCORRÊNCIA DESLEAL. AÇÃO DE ABSTENÇÃO DE USO E INDENIZATÓRIA. PEÇAS DE VESTUÁRIO ÍNTIMO FEMININO. POSSIBILIDADE, EM TESE, DE INCIDÊNCIA DA LEI 9.610/98. DIREITO AUTORA. AUSÊNCIA DE VIOLAÇÃO. ORIGINALIDADE NÃO CONSTATADA. CONCORRÊNCIA DESLEAL. VIOLAÇÃO DE TRADE DRESS. DISTINTIVIDADE. AUSÊNCIA. CONFUSÃO NO PÚBLICO CONSUMIDOR NÃO VERIFICADA. SÚMULA 211/STJ. SÚMULA 284/STF. SÚMULA 7/STJ. 1. Ação ajuizada em 11/5/2017. Recurso especial interposto em 11/3/2021. Autos conclusos ao gabinete da Relatora em 22/6/2021. 2. O propósito recursal consiste em definir se a recorrida deve se abster de comercializar peças de vestuário que se assemelham à linha de produtos fabricada pelas recorrentes, bem como se tal prática é causadora de danos indenizáveis. 3. São passíveis de proteção pela Lei 9.610/98 as criações que configurem exteriorização de determinada expressão intelectual, com ideia e forma concretizadas pelo autor de modo original. 4. O rol de obras intelectuais apresentado no art. 7º da Lei de Direitos Autorais é meramente exemplificativo. 5. O direito de autor não toma em consideração a destinação da obra para a outorga de tutela. Obras utilitárias são igualmente protegidas, desde que nelas se possa encontrar a exteriorização de uma "criação de espírito". Doutrina. 6. Os arts. 95 e 96 da Lei 9.279/96 não foram objeto de deliberação pelo Tribunal de origem, de modo que é defeso o pronunciamento desta Corte Superior quanto a seus conteúdos normativos (Súmula 211/STJ). Ademais, as recorrentes sequer demonstraram de que modo teriam sido eles violados pelo acórdão recorrido, o que atrai a incidência da Súmula 284/STF. 7. A despeito da ausência de expressa previsão no ordenamento jurídico pátrio acerca da proteção ao *trade dress*, é inegável que o arcabouço legal brasileiro confere amparo ao conjunto-imagem, sobretudo porque sua imitação encontra óbice na repressão à concorrência desleal. Precedentes. **8. Para configuração da prática de atos de concorrência desleal derivados de imitação de *trade dress*, não basta que o titular, simplesmente, comprove que utiliza**



determinado conjunto-imagem, sendo necessária a observância de alguns pressupostos para garantia da proteção jurídica (ausência de caráter meramente funcional; distintividade; confusão ou associação indevida, anterioridade de uso). 9. Hipótese concreta em que o Tribunal de origem, soberano no exame do conteúdo probatório, concluiu que (i) há diferenças significativas entre as peças de vestuário comparadas; (ii) o uso de elementos que constam da linha estilística das recorrentes revela tão somente uma tendência do segmento da moda íntima feminina; e (iii) não foi comprovada a prática de atos anticoncorrenciais que pudessem ensejar confusão no público consumidor. 10. Não sendo cabível o revolvimento do acervo fático e das provas produzidas nos autos em sede de recurso especial, a teor do entendimento consagrado na Súmula 7/STJ, é de rigor o desacolhimento da pretensão recursal. RECURSO ESPECIAL PARCIALMENTE CONHECIDO E NÃO PROVIDO. (STJ - REsp: 1943690 SP 2021/0177329-5, Relator.: Ministra NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 19/10/2021, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 22/10/2021). Os negritos não são do original.

Embora o *trade dress* não esteja previsto no ordenamento jurídico brasileiro, pode ser protegido pelo direito autoral, quando o conjunto-imagem for original e criativo, pelo direito industrial, ao se tratar de marca ou desenho industrial e, também, por meio de ações de concorrência desleal. No caso da decisão supracitada, a recorrente alegava concorrência desleal, porém, entendeu o tribunal que não foram comprovados os requisitos do art. 195, III, da Lei nº 9.279/1996, que caracterizam a concorrência desleal.

No setor da moda, a regulação do *trade dress* pode ser uma forma de igualar o jogo entre os estilistas. A cópia é uma forma de concorrência desleal, pois na medida em que rompe com o ideal de exclusividade, gera uma aversão sobre a peça original, fazendo com que o produto se torne ultrapassado mais rapidamente. Além disso, com a vida útil do produto interrompida, o responsável pela criação pode não recuperar os investimentos realizados, o que gera prejuízos e desgaste (Araújo, 2018).

Com o avanço das novas tecnologias de IA, a definição de concorrência desleal é desafiadora, pois está relacionada à honestidade comercial, ou seja, pode se apresentar sob os mais variados aspectos, com o intuito de atingir o industrial, o comerciante, confundindo o cliente, causando prejuízos, entre outros.



4.4. A proteção legal à criatividade

Entre os profissionais há um consenso de que a cópia de suas criações desvaloriza o seu trabalho e impacta negativamente seus resultados financeiros. No setor da moda, onde a exclusividade é sinônimo de status e valor de mercado, a pirataria representa uma ameaça ainda maior. A globalização e a informação em tempo real ampliam esse problema, tornando a proteção da propriedade intelectual um desafio constante (Moreira, 2022, p. 82).

Para que as empresas possam inovar e crescer, a proteção da propriedade intelectual é essencial. Ao mesmo tempo, é preciso garantir que essa proteção não seja um obstáculo para o avanço científico e tecnológico.

Paralelamente, a indústria da moda tem testemunhado um crescente interesse em produtos "inspirados" em designs de grandes marcas de luxo. Essas peças, que reinterpretem modelos clássicos, geram debates sobre a fronteira entre a homenagem e a cópia. Afinal, até que ponto uma criação pode ser inspirada em outra sem infringir direitos autorais? De acordo com Maia (2010), produtos inspirados não configuram necessariamente uma violação de direitos autorais, uma vez que se trata de uma nova obra que utiliza um modelo existente como ponto de partida. Essa prática, segundo a autora, pode ser vista como uma forma de homenagear o *design* original e de oferecer ao público opções mais acessíveis e personalizadas.

No mundo da moda, onde o estímulo à criatividade é fortemente desenvolvido, espera-se que a aplicabilidade da inteligência artificial como criadora traga uma visão diferenciada do padrão realizado pelos designers e eficiência ao serviço pretendido. Neste sentido, a Audaces, multinacional ítalo-brasileira no cenário global de soluções para a indústria da moda, anunciou o lançamento de solução da Inteligência Artificial, prometendo transformar radicalmente a criação e o desenvolvimento de peças de roupa que serão desenvolvidas no Audaces360⁷, a principal multiplataforma para criação e produção digital de confecção de moda na América Latina.

A Audaces revoluciona a forma como os designers criam estampas, com um simples texto, é possível gerar designs exclusivos e personalizados, impulsionando a

⁷ O Audaces360 é uma multissolução criada para integrar as etapas criativa e produtiva no setor da moda. Essa tecnologia integra todos os processos da cadeia de valor da moda, objetivando à redução dos custos e a aceleração do processo produtivo. Disponível em: <https://audaces.com/pt-br/blog/audaces360>. Acesso em: 17 de jul. de 2025.



criatividade e a inovação no setor da moda. Além disso, a ferramenta permite transformar esses designs em imagens foto-realistas, oferecendo um visual mais real e profissional para as coleções.

Essa ferramenta de inteligência artificial, lançada em 2022, representa um marco na história da Audaces e demonstra o compromisso da empresa em oferecer soluções tecnológicas que atendam às necessidades dos profissionais da moda. Com investimento de R\$ 1 bilhão, previsto para os próximos anos, a Audaces busca consolidar sua posição como líder global em soluções para a indústria da moda.

A inteligência artificial revolucionou a forma como as marcas se relacionam com seus clientes. Através da análise de dados, a IA permite a criação de experiências de compra altamente personalizadas. Desde a sugestão de produtos até a otimização de buscas, a IA oferece uma experiência mais eficiente e satisfatória, fortalecendo o relacionamento entre marca e consumidor.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A inteligência artificial no mundo da moda trouxe transformações profundas, permitindo inovação no design, personalização de produtos e otimização de processos. Contudo, essa nova realidade desafia o Direito da Propriedade Intelectual, que enfrenta a tarefa de proteger adequadamente as criações realizadas com o auxílio da IA, sem comprometer a originalidade e os direitos dos criadores humanos.

A indústria da moda está sendo impulsionada pela inovação e criatividade, trazidas pelo avanço das novas tecnologias de Inteligência Artificial que tem remodelado o mercado da moda.

Desde a concepção de designs até a personalização da experiência do consumidor, a IA se tornou uma ferramenta indispensável para marcas e estilistas. A personalização em massa surge como uma das grandes promessas da IA, permitindo a criação de produtos únicos em larga escala e atendendo às demandas individuais dos consumidores. No entanto, a velocidade dessas transformações tecnológicas expõe uma lacuna crucial, a inadequação da legislação atual de Propriedade Intelectual para proteger criações geradas ou auxiliadas por IA.

A autoria, elemento essencial do direito autoral, torna-se nebulosa quando a criatividade humana se funde com a capacidade de processamento de um algoritmo. A



questão é: quem realmente detém os direitos sobre uma obra gerada por IA? O programador, o usuário que a treinou ou a própria máquina? Estas são questões complexas que demandam uma revisão urgente do marco legal. Além disso, a facilidade de replicação e a velocidade da inovação no mundo da moda, potencializadas pela IA, intensificam o risco de concorrência desleal e plágio automatizado. A proteção contra cópias é vital para o retorno dos investimentos em pesquisa e desenvolvimento. Dessa forma, torna-se imperativo que o Direito da Moda se adapte à era da IA construindo um novo arcabouço legal a partir das particularidades dessa tecnologia, para buscar um equilíbrio entre a proteção dos direitos autorais e o incentivo à inovação.

A definição clara da autoria em criações assistidas por IA, o estabelecimento de critérios de originalidade para obras geradas por algoritmos e o fortalecimento dos mecanismos de combate à concorrência desleal são passos essenciais para garantir um ambiente jurídico justo, transparente e que promova o desenvolvimento sustentável da indústria da moda. Somente assim, será possível assegurar a proteção da criatividade humana e, ao mesmo tempo, fomentar o potencial transformador da Inteligência Artificial no universo da moda.

Pode-se concluir, portanto, que a legislação atual necessita de atualizações para se alinhar às especificidades trazidas pela IA. Questões como a autoria de criações assistidas por algoritmos e a proteção contra o plágio automatizado demonstram a urgência de um marco legal da Inteligência Artificial adaptável e inovador.

REFERÊNCIAS

Doutrinas

ABREU, Lígia. Coutinho, Francisco. **Direito da moda**. Lisboa: ASPRINT, 2019. v. 1.

ARAÚJO, Cristiano Reis. Desenho industrial e direito autoral: a possibilidade de dupla proteção do design de moda no ordenamento jurídico brasileiro. *In*: ROSINA, Mônica Setffen Guise; CURY, Maria Fernanda (Coord.). **Fashion law: direito e moda no Brasil**. São Paulo: Thomson Reuters, 2018.

ARBIX, Glauco. “Algoritmos não são inteligentes nem têm ética, nós temos”: a transparência no centro da construção de uma ia ética. *In*: COZMAN, Fabio; PLOSNKI,



Guilherme Ary; NERI, Hugo. **Inteligência Artificial: avanços e tendências**. São Paulo: Instituto de Estudos Avançados, 2021.

BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual**. 2 ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2013.

BARBOSA, Mafalda Miranda. Responsabilidade civil pelos danos causados por entes dotados de inteligência artificial. *In: NETTO, Felipe Braga et al. (Coord.). Direito digital e inteligência artificial: diálogos entre Brasil e Europa*. Indaiatuba, São Paulo: Editora Foco, 2021.

BASSO, M. **O direito internacional da propriedade intelectual**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2000.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.

CASTILHO, Kathia. **Moda e linguagem**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

COZMAN, Fábio G.; GAGLIARDI *et al.* (Ed.). **Inteligência artificial: avanços e tendências**. São Paulo: Universidade de São Paulo, Instituto de Estudos Avançados, 2021.

DOMINGUES, Juliana Oliveira. **Fashion Law: O Direito está na Moda**. 1. ed. São Paulo: Singular, 2019.

FIDALGO, Sónia. "A utilização de inteligência artificial no âmbito da prova digital - direitos fundamentais (ainda mais) em perigo". *In: RODRIGUES, A. M. A Inteligência Artificial no Direito Penal*. Coimbra: Almedina, 2021, p. 129-161.

JUNQUILHO, Tainá Aguiar. **Inteligência Artificial no Direito: Limites Éticos**. São Paulo: Juspodivm, 2022.

KAUFMAN, Dora. **A inteligência artificial irá suplantará a inteligência humana?** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2019.

LABRUNIE, Jacques. Requisitos básicos para a proteção das criações industriais. *In: JABUR, Wilson Pinheiro; SANTOS, Manoel J. Pereira dos (Coord.). Propriedade intelectual: criações industriais, segredos de negócio e concorrência desleal*. São Paulo: Saraiva, 2007 (Série GVLaw).



LURIE, Alison. **A linguagem das Roupas**. Tradução Ana Luiza Dantas Borges. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MAIA, Livia Barboza. **A proteção da Moda pela Propriedade Intelectual**. nº 141. Rio de Janeiro, 2016.

MANARA, Cecília. **A proteção jurídica do “trade dress” ou “conjunto-imagem”**. Propriedade Intelectual em perspectiva. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

MCCARTHY, John; MINSKY, M. L.; ROCHESTER, N.; SHANNON, C.E. **A proposal for the dartmouth summer research project on artificial intelligence**, august 31, 1955. AI Mag. 2006, 27, 12.

MORAES, Ana Luisa Zago de; BARBOSA, Lutiana Valadares Fernandes; GROSSI, Viviane Ceolin Dallasta Del. **Inteligência artificial e direitos humanos**: aportes para um marco regulatório no Brasil. São Paulo: Dialética, 2022.

MOREIRA, Amanda Oliveira da Câmara. **Fashion Law**: Proteção da propriedade intelectual na perspectiva do direito internacional. 2. ed. Curitiba: Editorial Casa, 2022.

NETTO, Felipe Braga; FALEIROS JÚNIOR, José Luiz de Moura. A atividade estatal entre o ontem e o amanhã: Reflexos sobre os impactos da inteligência artificial no Direito Público. In: NETTO, Felipe Braga *et al.* (Coord.). **Direito digital e inteligência artificial**: diálogos entre Brasil e Europa. Indaiatuba, São Paulo: Editora Foco, 2021.

NUNES, Dierle; MARQUES, Ana Luiza Pinto Coelho. Inteligência artificial e direito processual: vieses algorítmicos e os riscos de atribuição de função decisória às máquinas. **Revista de Processo**, Brasília – DF, v. 285, nov. 2018.

PINHEIRO, Patrícia Peck. **Direito Digital**. 3. ed. Rio de Janeiro: Saraiva, 2009.

RUSSELL, Stuart J.; NORVIG, Peter. **Artificial Intelligence**: a modern approach. Upper Saddle River, NJ: Pearson, 2009.

SOARES. Renata Domingues Munhoz. **Fashion Law Direito da Moda**. São Paulo: Almedina, 2019.

TEPEDINO, Gustavo; SILVA, Rodrigo da Guia. Inteligência Artificial e Elementos da Responsabilidade Civil. In: FRAZÃO, A; MULLHOLLAND, C. (Coord.). **Inteligência Artificial e direito**: ética, regulação e responsabilidade. 2. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Thomson Reuters, 2020.



VIEIRA, W. C. **Propriedade intelectual**: uma perspectiva histórica. Livro Negociações Internacionais e propriedade intelectual no agronegócio. Viçosa – MG: DER/UFV. 2001.

XAVIER, Luciana Pedroso; SPALER, Mayara Guibor. Patrimônio de afetação: uma possível solução para os danos causados por sistemas de inteligência artificial. *In*: FRAZÃO, A; MULLHOLLAND, C. (Coord.). **Inteligência Artificial e direito**: ética, regulação e responsabilidade. 2. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Thomson Reuters, 2020.

Legislação

BRASIL. (Constituição [1988]). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 10 jun. 2024.

BRASIL. **Lei nº 9.279 de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm. Acesso em: 10 jun. 2024.

BRASIL. **Lei nº 9.610 de 19 de fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm. Acesso em: 08 nov. 2024.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 21, de 2020**. Estabelece fundamentos, princípios e diretrizes para o desenvolvimento e a aplicação da inteligência artificial no Brasil; e dá outras providências. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/151547>. Acesso em: 18 jun. 2025.

BRASIL. Senado Federal. **Projeto de Lei nº 2338, de 2023**. Dispõe sobre o uso da Inteligência Artificial. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233>. Acesso em: 18 jun. 2025.

Consultas eletrônicas

ANTUNES, Henrique Sousa. Inteligência artificial e responsabilidade civil: Enquadramento. **Revista de Direito da Responsabilidade**, ano 1, 2019, p. 152.



Disponível em: <https://revistadireitoresponsabilidade.pt/2019/inteligenciaartificial-e-responsabilidade-civil-enquadramento/>. Acesso em: 12 de jul. de 2025.

BAIÃO, Kelly Sampaio; GONÇALVES, Kalline Carvalho. A garantia da privacidade na sociedade tecnológica: um imperativo à concretização do princípio da dignidade da pessoa humana. **Civilistica.com**, Rio de Janeiro, a. 3, n. 2, jul./dez. 2014. Disponível em: <http://civilistica.com/a-garantia-da-privacidade-na-sociedade-tecnologica-um-imperativo-a-concretizacao-do-principio-da-dignidade-da-pessoa-humana/>. Acesso em: 15 maio 2025.

BARBOSA, Fernanda Nunes; CASTRO, Thamís Dalsenter Viveiros de. Dilemas da liberdade de expressão e da solidariedade. **Civilistica.com**, Rio de Janeiro, a. 6, n. 2, 2017, p. 3. Disponível em: <http://civilistica.com/dilemas-da-liberdade-de-expressao/>. Acesso em: 06 jun. 2025.

BARBOSA, Tales Schmidke. Decisão Judicial com o uso de Inteligência Artificial e suas barreiras constitucionais. **Anais do I Colóquio Nacional do IEDC**. Direito e Tecnologia – Grupos de Trabalho. Organizadores: Fábio D’Ávila e Maria Eduarda Amaral. 1. ed. Maio de 2022. Disponível em: https://institutoeduardocorreia.com.br/arquivos/direito_e_tecnologia_anais_coloquio_nacional_iedc.pdf. Acesso em: 09 jun. 2025.

CARVALHO, André Carlos Ponce de Leon Ferreira de. Inteligência Artificial: riscos, benefícios e uso responsável. **Estudos Avançados**, [S.L.], v. 35, n. 101, p. 21-36. Disponível em: <https://revistas.usp.br/eav/article/view/185020>. Acesso em: 09 de jul. de 2025.

CHALEGRA, Jéssica. Como a Inteligência Artificial está transformando a indústria da moda. **Revista Consumidor Moderno**, out. 2024. Disponível em: <https://consumidormoderno.com.br/revolucao-inteligencia-artificial-moda/>. Acesso em: 17 jul. 2025.

HACO. Tais. **Moda e IA**: roupas criadas com algoritmos e Big Data. Disponível em: <https://haco.com.br/blog/moda-e-ia-roupas-criadas-com-algoritmos-e-big-data>. Acesso em: 10 jun. 2025.

HALLIDAY, Sandra. **Tommy Hilfiger vai lançar um jogo de moda com base em IA**. Disponível em: <https://br.fashionnetwork.com/news/Tommy-hilfiger-vai-lancar-um-jogo-de-moda-com-base-em-ia,1588575.html>. Acesso em: 13 jul. 2025.



INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Informação tecnológica**: guia para empresas e instituições. Rio de Janeiro, RJ: INPI. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br>. Acesso em: 14 jun. 2025.

MACEDO, C. S. Direito fundamental à proteção de dados pessoais: necessário reprimir a normatividade tecnológica da economia digital. **Revista Jurídica da Presidência**, Brasília, v. 24, n. 134, set./dez. 2022. Disponível em: <https://revistajuridica.presidencia.gov.br/index.php/saj/article/view/2793>. Acesso em: 14 jul. 2025.

RODRIGUES, Débora Lobato De Oliveira. et al. Fashion law: Fashion law from the perspective of intellectual property and trade dress. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 10, n. 6, p. 3801–3823, 2024. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/13738>. Acesso em: 18 de jun. de 2025.

e-Book

TEIXEIRA, João Fernandes. **O que é inteligência artificial**. 3. ed. São Paulo: E-galáxia, 2019. E-book Kindle.

Jurisprudência

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (STJ). **Recurso Especial. 1.778.910-SP**. Concorrência desleal. Conjunto-imagem (Trade Dress). Mera comparação de fotografias. Insuficiência. Produção de prova técnica. Necessidade. Rel. Min. Maria Isabel Gallotti, por unanimidade, julgado em 06/12/2018, DJe 19/12/2018. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/stj/860356253/inteiro-teor-860356263>. Acesso em: 17 de jul. 2025.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 1.843.339/SP**, Relatora Ministra Nancy Andrighi, Data de Julgamento: 03/12/2019, Terceira Turma, Data de Publicação: 03/12/2019. Disponível em: https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201903093178. Acesso em: 17 de jul. 2025.

BRASIL. Superior Tribunal Justiça (STJ) - **Recurso Especial nº 1943690/SP**, Relator.: Ministra NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 19/10/2021, T3 - TERCEIRA



Revistas Fronteiras Interdisciplinares do Direito

Interdisciplinary Boundaries of Law Journal

TURMA, Data de Publicação: DJe 22/10/2021). Disponível em:
<https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/stj/1480587994/inteiro-teor-1480588238>.
Acesso em: 17 de jul. 2025.