

MODA E PIRATARIA : COMO AS MARCAS LEGÍTIMAS SÃO AFETADAS¹

Elisvania de Santana Marques²

Giovanna Conceição Peruci de Assis³

Elen Carla B. Maia⁴

RESUMO

A pirataria na indústria da moda tem se intensificado nos últimos anos, gerando grandes impactos econômicos, sociais e legais. Este estudo teve como objetivo investigar, por meio de uma revisão integrativa da literatura, os efeitos da pirataria nas marcas legítimas com foco nos últimos dois anos (2023 e 2024). A pesquisa analisou as consequências da reprodução não autorizada de *designs*, a comercialização de produtos falsificados e os desafios legais enfrentados pelas marcas para proteger suas criações. Através da metodologia qualitativa, foram discutidos os prejuízos financeiros, a perda de reputação e a dificuldade das marcas em manter sua exclusividade, além das implicações legais relacionadas aos direitos autorais e à proteção da propriedade intelectual. Este artigo destaca a importância da conscientização sobre os danos causados pela pirataria e a necessidade de uma abordagem legal eficaz para proteger a integridade do setor de moda.

PALAVRAS-CHAVES Pirataria. Indústria da moda. Marcas legítimas. Impactos econômicos. Direitos autorais.

1 INTRODUÇÃO

A moda vai além de roupas e acessórios, sendo um fenômeno cultural, econômico e social que reflete identidade, valores e tendências. Representa um agente de mudança social, unindo expressão pessoal e cultural, e desempenha um papel econômico muito importante ao impulsionar empregos e gerar receitas. No Brasil, o setor de confecção é o segundo maior empregador da indústria de transformação, com 1,34 milhões de empregos formais e R\$190 bilhões de faturamento anual em 2021. O país possui a maior cadeia têxtil completa do Ocidente e é destaque na produção de denim e malhas. (Opipari, 2023)

A partir do momento que surgiu a moda, ela foi identificada como uma maneira de expressar e distinguir as classes sociais, retratando os diferentes valores de cada época e refletindo nas diferentes culturas. Além de continuar como uma das mais lucrativas, poderosas e influentes entre as indústrias do mundo (Cunha, 2023).

¹ Artigo científico elaborado como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, pelo Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Campus Jaraguá do Sul. Apresentado dia 12 de fevereiro de 2025.

² Discente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Campus Jaraguá do Sul. E-mail: Elisvania2016marques@gmail.com

³ Discente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Campus Jaraguá do Sul. E-mail: giovannacpa2@gmail.com

⁴ Orientadora. Docente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Campus Jaraguá do Sul.

Por volta do século XV, no início do renascimento europeu surgiu a moda. Os nobres começaram a mudar com frequência o estilo de seus trajes para fugir da imitação dos burgueses. Neste momento se instituiu um ciclo de criação e cópia e a cada vez que as roupas dos nobres eram copiadas, criavam-se novos modelos. Atualmente, com a tamanha intensidade que ocorre a propagação de produtos pirateados, constata-se um crescimento preocupante que afeta diretamente a economia, a integridade das marcas nacionais e internacionais, a saúde do consumidor e a poluição do meio ambiente (Silva, 2023).

Para Silva (2023) a pirataria representa um dos desafios mais significativos enfrentados pela indústria da moda, com consequências diretas para marcas legítimas. A pirataria representa uma grave ameaça, gerando perdas de R\$345 bilhões em 2022, impactando empresas e arrecadação de impostos. Diante disso, a proteção jurídica é essencial para reduzir prejuízos e valorizar o trabalho criativo, garantindo a segurança do setor (Opirari, 2023).

A prática ilegal retrata um grande problema para proteção dos direitos autorais, com consumo indevido de produtos fabricados sem autorização, reproduzidos na intenção de copiar as grandes marcas e designers populares, assim causando impactos negativos aos produtores de marcas legítimas na indústria (Cunha, 2023). A motivação das pessoas em realizar a compra de produtos piratas, está ligada a diversas razões, mas a principal delas é a questão econômica. O desejo em consumir produtos de marcas famosas e serem limitados pelas condições financeiras levam o aumento da produção e consumo desenfreado de mercadorias falsificadas, distanciando a sociedade ainda mais de comprar algo legítimo (Sousa; Silva; Costa, 2024).

A delimitação deste tema se concentra nas consequências da pirataria, uma prática que, segundo Cunha (2023), se intensificou com a crescente demanda por produtos acessíveis, levando à reprodução não autorizada de *designers*. A problemática central desta pesquisa é investigar o que os estudos realizados nos últimos cinco anos revelam sobre o impacto da pirataria na moda. O objetivo geral é analisar as indicações dos estudos mais recentes sobre como a pirataria afeta as marcas de moda, enquanto os objetivos específicos incluem estudar os impactos socioeconômicos causados pela pirataria, descrever a forma como a disseminação de produtos pirateados afeta a reputação e os lucros das marcas, e investigar as questões legais relacionadas à produção e ao consumo de produtos falsificados.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 PIRATARIA NA MODA

Cunha (2023) estabelece que a moda é uma das indústrias mais desenvolvidas e lucrativas, com grande impacto na vida das pessoas. Sendo uma forma de expressão e identificação social, preservando valores e culturas de diferentes épocas. Atualmente, a moda continua a ser um importante meio de comunicação, transmitindo mensagens, ideias e estilos de vida. Porém, por trás de todo glamour das passarelas, vitrines, e tendências, há um grande problema que assombra a indústria: a pirataria na moda. O autor Silva (2023), afirma que a reprodução não autorizada de *designers*, a fabricação de produtos falsificados e a disseminação de imitações são práticas cada vez mais comuns, que colocam em risco a autenticidade e a integridade da indústria da moda.

Esse mercado atrai milhares de pessoas por diversos motivos: o preço mais baixo

das mercadorias falsificadas, a possibilidade de suprir a vontade de consumir produtos importados, o desejo de estar na moda e possuir o *status* que uma marca pode oferecer. Além disso, a falta de conhecimento dos compradores sobre os males da pirataria para a sociedade e o país, o fácil acesso a essas mercadorias, a incapacidade de distinguir produtos falsificados dos originais, as altas cargas tributárias que tornam muitos produtos originais inacessíveis para grande parte da população e o desejo de levar vantagem também contribuem para essa atração (Luppi, 2022). Essas são algumas razões do aumento da procura de produtos pirateados, citados pela autora. Nesse sentido, na sequência, serão apresentados o conceito de pirataria e suas ramificações.

Cunha (2023) define a pirataria como a reprodução não autorizada de produtos, geralmente com a intenção de imitar marcas e designs populares, sem pagar pelos direitos autorais. Esses produtos são comercializados como se fossem originais, e na verdade são réplicas que geralmente não possuem a mesma qualidade do produto original (Cunha, 2023).

Nesse processo, é importante esclarecer a diferença de cópia e falsificação, pois, apesar de estarem correlacionadas, existe uma distinção entre ambas as práticas. Sales (2010 *apud* Silva, 2023) é um dos estudiosos que esclarecem essa diferença. A pirataria envolve a tentativa de vender produtos que imitam o original, atraindo consumidores que desejam adquirir esses produtos e marcas de forma ilusória. As cópias são idênticas em modelo, marca, etiqueta, logomarca e monogramas, mas são feitas sem autorização para uso do nome da marca e da logomarca. Além disso, Sales menciona que os produtos falsificados são frequentemente chamados de réplicas para suavizar o termo "pirataria", especialmente no caso de falsificações de marcas de luxo.

Strehlau (2004 *apud* Silva, 2023) acrescenta que a falsificação inclui toda cópia não autorizada vendida como produto legítimo, distinguindo entre aquelas que enganam o consumidor e aquelas em que o consumidor está ciente da falsificação no momento da compra. Ele também classifica as falsificações em imitação pura, que é uma reprodução idêntica do produto original, e imitação reflexiva, que lembra o produto original mas possui características próprias (Silva, 2023).

Em geral, essas práticas são consideradas ilegais, e uma violação ética e intelectual, pois implica engano e desonestidade, podem acarretar consequências severas, incluindo, penalizações, descredibilidade às marcas originais, repercussões legais. Como exemplo, podemos tomar o que Cunha (2023) escreve sobre os impactos da pirataria:

Os efeitos da pirataria na indústria da moda são vastos e podem ser devastadores. Para o consumidor, a pirataria pode levar a produtos de baixa qualidade, que não atendem aos padrões de segurança e saúde, além de serem vendidos a preços mais baixos, mas ainda assim, mais caros do que o custo real de produção. Para o produtor, a pirataria pode levar a perda de vendas, lucros e prestígio, além de ameaçar a integridade de sua marca e design. Para o mercado em geral, a pirataria pode levar a uma perda de confiança dos consumidores, desestimular a inovação e prejudicar a economia (CUNHA, 2023, p.11).

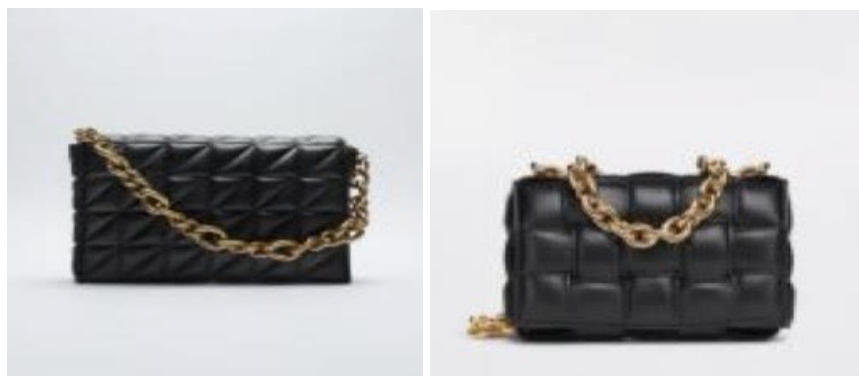
Dessa maneira, é importante considerar os limites entre plágio e falsificação na moda, considerando a vasta gama de produtos já existentes. A indústria da moda é caracterizada por uma constante renovação e inovação, onde *designers* e marcas criam novas peças e tendências a cada temporada. No entanto, essa criatividade incessante torna o setor especialmente vulnerável a práticas ilícitas, como o plágio e a falsificação.

Com base nessa questão, segundo Moura (2008) *apud* Alcazar (2022) aponta que a criação artística e o design de moda podem seguir duas vias: a primeira envolve inovação, significação e expressão, transcende o estilo, tendências passageiras e relações mercadológicas através do fluxo industrial e comercial. A segunda via se baseia na necessidade do consumidor contemporâneo, focando em atender à demanda associada ao capitalismo e consumismo. Kontic *apud* Alcazar (2022) complementa que a indústria da moda é marcada pela criação e atualização constante de produtos, baseados em design e tecnologia. O desenvolvimento sazonal das coleções coloca grandes empresas em um ambiente competitivo, necessitando de mão de obra qualificada para inovar e lançar novas tendências no mercado.

Alcazar (2022) também destaca a influência das *Fashion Weeks* no ciclo da moda, enfatizando que esses eventos semestrais, onde são apresentadas coleções de outono/inverno e primavera/verão, têm um papel crucial na definição e disseminação de novas tendências, como cores específicas, novos recortes em vestes e formatos de bolsas. É nesse contexto que as *fast fashion* entram em ação, lançando itens similares aos de marcas de luxo, mas a preços muito mais baixos. A autora enfatiza essa questão com um exemplo da empresa chinesa Shein, que produz em larga escala peças semelhantes às de outras marcas de luxo com preços acessíveis. No entanto, esse comportamento não é novo, pois marcas como Zara e C&A, entre outras lojas de departamento, sempre utilizaram a divulgação de tendências a seu favor, aproveitando o fácil acesso à informação para criar e vender produtos inspirados nas últimas tendências do mercado.

Com base nesse assunto, serão apresentados exemplos dessa prática ilustrados por pesquisadores do assunto. Na figura 1 abaixo, à esquerda, uma bolsa modelo “Cadeia” disponível no site da Bottega Veneta é comparada a uma bolsa semelhante vendida pela Zara à direita (Alcazar, 2022).

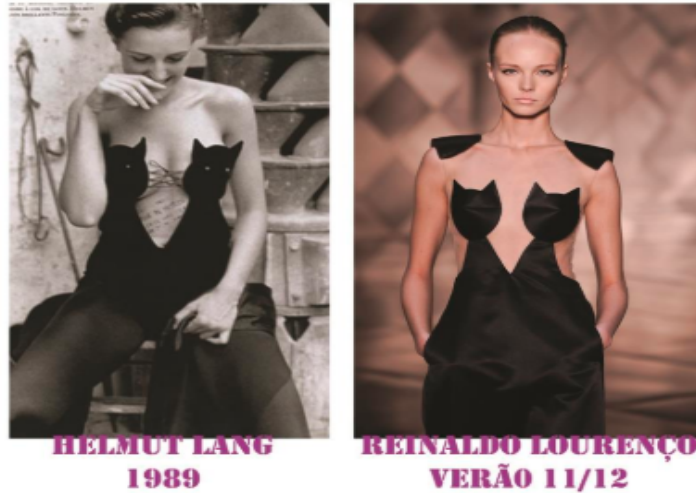
Figura 1: Bolsa no modelo “Cadeia” da marca Bottega e bolsa semelhante vendida pela Zara



Fonte: Bottega Veneta, 2021; Zara, 2021 *apud* Stochiero (2020)

Podemos perceber esse problema nas passarelas também, conforme o exemplo apresentado pela autora Isabela Stochiero (2020). No qual, o estilista austríaco Helmut Lang criou um maiô preto em formato de gato nos anos 1980, enquanto Reinaldo Lourenço desenvolveu um vestido e um macacão com busto e cor semelhantes para sua coleção de verão 2012. Lourenço afirma que não houve cópia, pois ambos se inspiraram na mesma fonte: uma foto do livro “Les Années 50”, de Anne Bony, o primeiro livro de moda que ele comprou.

Figura 2: Vestidos Helmut Lang e Reinaldo Lourenço.



Fonte: CPFW, 2011 *apud* Stochiero (2020)

Conforme apresentado, a linha entre cópia, tendência e inspiração na moda é tênue e muitas vezes difícil de distinguir. O que deve ser considerado é se a inspiração causa confusão ao consumidor; se isso ocorrer, a ação deve ser repreendida e o produto retirado do mercado para proteger tanto o consumidor quanto o criador original. Além disso, o conflito entre autor e mercado tem se intensificado devido à rapidez das reproduções e semelhanças, especialmente no contexto do *fast fashion* (Stochiero, 2020).

Dessa maneira, conclui-se que a colaboração entre marcas, governos e organizações internacionais é necessária para implementar estratégias eficazes de proteção e regulamentação. Somente através de um esforço conjunto será possível preservar a autenticidade e a inovação que fazem da moda uma indústria dinâmica e inspiradora.

2.2 OS IMPACTOS ECONÔMICOS

É imprescindível destacar a relevância econômica que a indústria da moda tem no mundo atualmente. A economia na indústria da moda tem um impacto significativo no cenário global, influenciando não apenas o consumo de roupas e acessórios, mas também a cadeia de abastecimento, o emprego e o desenvolvimento econômico em diversos países. É possível afirmar que a indústria da moda está em constante evolução e inovação. Reconhecida como um dos maiores motores econômicos do mundo, a indústria gera empregos em diversas áreas, desde a produção de matérias-primas até o varejo, sendo uma importante fonte de emprego em muitos países, especialmente para mulheres e jovens. Além disso, a moda impulsiona outros setores, como publicidade, logística e tecnologia, criando uma complexa rede de interdependências econômicas (Silva, 2023).

Luppi (2023) afirma que a prática da falsificação na indústria da moda tem um impacto devastador que representa uma ameaça significativa para a economia popular no Brasil e afeta negativamente diversas partes da sociedade. A autora exemplifica tal afirmação com a seguinte informação:

Segundo o balanço anual do Fórum Nacional contra a pirataria e ilegalidade (FNCP), em 2020, o Brasil teve um prejuízo de cerca de R\$ 287,9 bilhões

para o mercado ilegal, sendo que estima-se que R\$58,4 bilhões referem-se ao setor de vestuário (ILEGALIDADE, 2022 *apud* LUPPI 2023, P. 15).

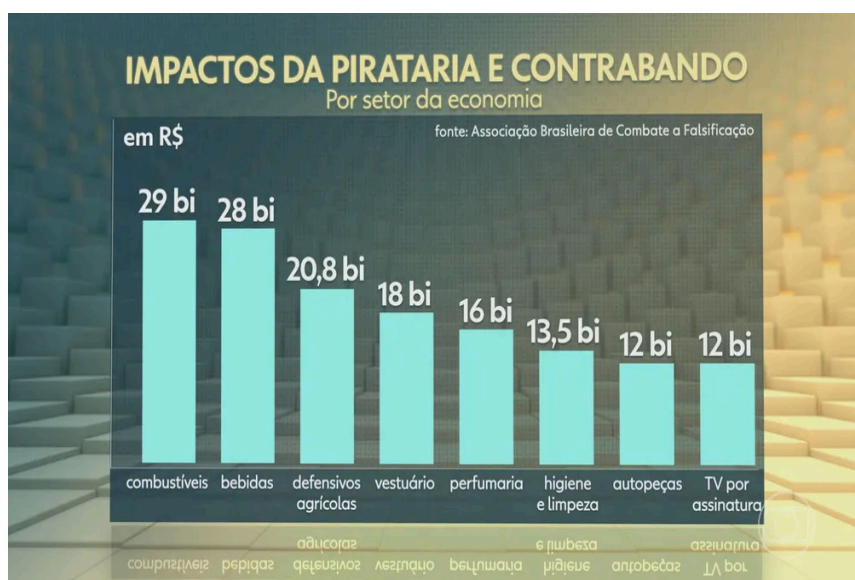
Além disso, Luppi menciona que essa atividade ilegal prejudica todo sistema da propriedade intelectual e impacta negativamente toda sociedade não apenas as empresas, mas também os consumidores, os trabalhadores, o meio ambiente e o Estado como um todo. Para Aires et al. (2024), o aumento da pirataria é atribuído à crise econômica, levando muitas pessoas a optar por produtos mais baratos.

Dessa forma, a pirataria na moda gera um prejuízo significativo para a economia, pois impede a arrecadação de impostos, contribui para o desemprego e compromete a segurança no trabalho. À vista disso, a autora salienta que ocorre roubo com a concorrência desleal, que afeta negativamente as empresas que operam de maneira legal e contribuem para o desenvolvimento econômico do país (Luppi, 2023).

Para Stochiero (2020), os crimes de falsificação podem ser divididos de duas maneiras: no plágio, como motivação social para ser reconhecido como autor da obra, e na contrafação, como a obtenção de vantagens econômicas. Ademais, a importação de produtos pirateados afeta negativamente a indústria nacional, eliminando oportunidades de emprego que poderiam ser criadas com a produção local. A produção local não apenas geraria empregos em diversos setores, mas também conscientizaria a população sobre a importância do pagamento de impostos (Silva, 2023).

Alves (2021) menciona que a utilização da pirataria tem relação direta com a mão de obra análoga à escravidão na indústria da moda ilícita, pois, ao optar por produzir peças de roupas que baixam os custos da produção, os direitos trabalhistas são negados e violados. Ela aponta que a Confederação Nacional da Indústria (CNI) estima que a pirataria impede a geração de 1,5 milhão de empregos, além de incentivar o trabalho exploratório e agregar para a geração de emprego no mundo do crime. Observa-se, Figura 3, como são preocupantes os riscos dos avanços dessas ações criminosas, que atingem a geração de empregos e vários setores da indústria brasileira (Alves, 2021).

Figura 3: Os setores mais prejudicados pela pirataria e o valor das perdas em 2022



Fonte: (GALVÃO, 2023)

Segundo Silva (2023), as marcas sobrevivem em meio à grande propagação do consumo de produtos piratas, lidando com as consequências de desvalorização da autenticidade e integridade, o que prejudica a manufatura e o futuro da marca. Nesse sentido, a pirataria dilui o valor da marca, reduzindo a exclusividade e o desejo dos consumidores pelos produtos originais (Luppi, 2023). Entende-se que os designers devem proteger o seu negócio com propriedade intelectual e leis de direitos autorais para combater a prática ilegal e proteger os direitos das empresas.

Stochiero (2020, p. 32) aponta que "o embate entre autor e mercado vem se acirrando pela velocidade das reproduções e semelhanças que dificultam a identificação de sua origem, sobretudo no atual contexto do *fast fashion*". A questão do consumo de produtos falsificados ou inspirados está, na maioria das vezes, interligada à realidade financeira e ao desejo dos consumidores. Conforme Silva (2023), a falta de informações claras causa impactos que afetam as escolhas dos consumidores na compra de produtos de marcas autorais. Então segundo Luppi (2023), cabe à indústria da moda conscientizar que a falsificação não é apenas um problema econômico, mas também uma questão de saúde pública e segurança do consumidor.

Stochiero (2020) afirma que o processo de comercialização é o causador de grandes perdas patrimoniais, que violam a economia, a moral e os direitos do proprietário legal da criação. O comércio ilegal é o maior responsável por utilizar imitação, usurpação e plágio de marcas. Com o cultivo dessas práticas de cópias, a sociedade se utiliza de produtos que infringem o direito de propriedade intelectual. Para Cunha (2023), a moda é um mercado rico e influente para a economia.

2.3 DIREITO NA MODA

Stochiero (2020) explica que o direito na moda surgiu na Roma antiga, entre os romanos, em que os cidadãos da época eram obrigados a vestir roupas que não se assemelhavam às roupas dos nobres. Foi a forma encontrada para estabelecer ordem e exclusividade entre a população. Silva (2023) aponta que a moda vem de uma história mais antiga e que o direito da moda é um campo desenvolvido recentemente com o objetivo de lidar com as questões legais que protejam os direitos da propriedade intelectual.

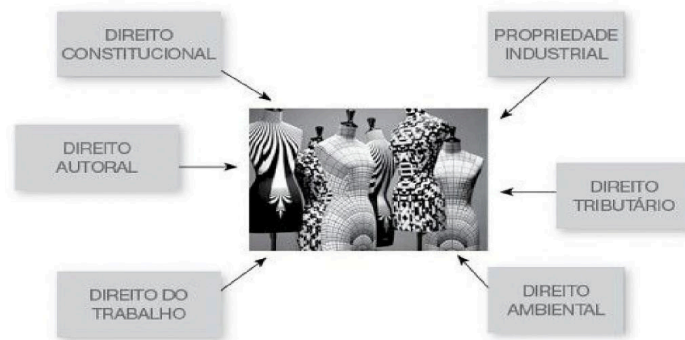
O surgimento do direito da moda é apontado por Silva (2023) como uma necessidade de proteger o bem imaterial dentro da indústria, para prevenir danos que podem afetar do sentimental ao econômico, protegendo os interesses das marcas e *designers*. Isso garante que a criatividade e a inovação na moda sejam devidamente reconhecidas e protegidas dentro dos limites da lei. Assim como se encontra o conteúdo de tal violação no dispositivo penal da Lei n. 9.279, de 14/05/1996 – Lei da Propriedade Industrial como violação da marca registrada:

Art. 189. Comete crime contra registro de marca quem: I - reproduz, sem autorização do titular, no todo ou em parte, marca registrada, ou imita-a de modo que possa induzir confusão; Art. 190. Comete crime contra registro de marca quem importa, exporta, vende, oferece ou expõe à venda, oculta ou tem em estoque: I - produto assinalado com marca ilicitamente reproduzida ou imitada, de outrem, no todo ou em parte (BRASIL, 1996 apud Stochiero 2020, p. 42).

Para Stochiero (2020), a indústria da moda compõe-se de vários segmentos que vão além do vestuário e que vivenciam infrações recorrentes. A manufatura de moda abrange

diversas áreas do direito, Figura 4, sendo fundamental inteirar-se de quais ramos do direito são aplicáveis à moda.

Figura 4: Ramos do direito que se aplicam à moda



Fonte: Mariot (2020)

Conforme Silva (2023), o direito da moda, ou *Fashion Law*, consiste em uma ampla gama de questões legais que envolvem direitos autorais, propriedade intelectual, questões trabalhistas, tributárias, empresariais e até criminais, visto que a moda é totalmente criativa, mas facilmente tem sua originalidade copiada. Segundo Cunha (2023), no ramo do direito autoral, a proteção das criações no setor da moda é indispensável para assegurar o direito à exclusividade e a valorização do trabalho dos criadores, abrangendo a proteção de designs, estampas, marcas e demais elementos distintivos que caracterizam uma coleção de moda.

De acordo com Stochiero (2020), o direito deve aplicar limites no ramo da moda que respeitem a importância do *Fashion Law* e todas as leis e direitos. Ela afirma que o processo de comercialização causa grandes perdas patrimoniais, violando a economia, a moral e os direitos do proprietário legal da criação. Ele aponta que a aplicação do direito penal na indústria é desrespeitada e ignorada (Stochiero, 2020).

Segundo Silva (2023), a relevância do direito da moda aumentou com a expansão global da indústria, enfrentando desafios como pirataria, plágio, comércio e direitos dos trabalhadores. O direito da moda desempenha um papel crucial na proteção dos interesses de marcas e *designers*, garantindo o reconhecimento e a proteção da criatividade e inovação no setor. O autor Cunha (2023) diz:

O Direito autoral e a propriedade intelectual são conceitos fundamentais na proteção da criatividade e da inovação na indústria da moda. O direito autoral protege a obra criativa de um autor, enquanto a propriedade intelectual abrange uma variedade de proteções de propriedade, incluindo patentes, marcas registradas e segredos comerciais. Ambos são importantes no âmbito da pirataria na indústria da moda. (CUNHA, 2023, p.19).

Stochiero (2020) afirma que é fundamental que os profissionais do setor de moda estejam cientes das normas jurídicas aplicáveis e atuem de forma ética e responsável dentro do mercado da moda.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O método de pesquisa classificou-se como qualitativo, visto que busca compreender em profundidade os diversos aspectos e impactos da pirataria na indústria da moda para marcas legítimas. Flick (2009) aponta a metodologia qualitativa como essencial na compreensão dos contextos sociais complexos, deixando qualquer análise mais relevante nas experiências e percepções individuais. Para o autor, a pesquisa é um método muito importante que permite explorar e interpretar fenômenos sociais em seus ambientes naturais.

A abordagem utilizada segundo Gil (2002) consiste em uma pesquisa descritiva que possui como objetivo principal a descrição de características do determinado fenômeno social econômico: a pirataria na moda. Este fenômeno é observado, registrado e analisado sem a manipulação de informações. Baseado nos acontecimentos atuais, esse problema já ocorre há décadas, mas serão examinados exclusivamente a disseminação de produtos falsificados que impactam os comportamentos de consumo, a construção da identidade dos consumidores e a dinâmica de status social associada às marcas de moda, dentro dos últimos cinco anos. Essa abordagem permite adquirir informações importantes em contexto e significado, essenciais para uma compreensão completa do tema.

O objetivo da análise é fazer uma revisão de literatura integrativa com pesquisas já existentes, com base em dados acadêmicos, em sua maioria retirados do Google Acadêmico, utilizando como palavra-chave de busca "pirataria na moda", predominantemente em língua portuguesa, e periódicos científicos. Teixeira et al. (2011) delimita a primeira fase dessa revisão em elaborar questões, que podem ser formuladas, do seguinte método: quais são as evidências científicas sobre "o tema em estudo" no Brasil, no período de 2023 a 2024. Dessa maneira, foi realizada uma investigação para trazer evidências, que estivessem ligadas no que diz respeito ao tema em foco.

Assim, trata-se de uma pesquisa bibliográfica, que segundo Gil (2002) em sua maioria utiliza a base de dados de pesquisa já produzidas em fontes como: Trabalhos de conclusão de curso, artigos e livros. Com base nesses estudos foram levantados dados com o propósito de informar como a prática da pirataria traz impactos econômicos, sociais e ambientais.

As buscas foram realizadas no mês de novembro de 2024, a fim de garantir todos os artigos relevantes para a pesquisa. Após a busca e a coleta inicial de artigos relacionados a pirataria na moda, foi dado início ao processo de refinamento, para garantir a qualidade e relevância das fontes utilizadas. Os artigos foram filtrados inicialmente por palavras-chaves: Pirataria na indústria da moda, Marcas legítimas, Impactos econômicos e Direitos autorais. O primeiro momento consistiu na exclusão de artigos que não atendiam aos critérios estabelecidos para a pesquisa.

No que diz respeito à classificação dos artigos para análise, foram considerados artigos com ligação com a indústria da moda, tendo relação com o tema específico da pesquisa.

Na segunda parte da análise, os artigos resultantes, foram examinados, quanto aos aspectos teóricos utilizados nesta pesquisa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Pesquisou-se inicialmente o tema "pirataria na moda", resultando em aproximadamente 406 artigos, na seguinte data: 10/ 11/ 2024. Com o objetivo de diluir o total de artigos resultantes na pesquisa e garantir um foco mais específico, aplicou-se filtros por palavras-chaves: Pirataria na indústria da moda, Marcas legítimas, Impactos econômicos e Direitos autorais. Reduzindo assim, o número de artigos para 26, conforme Apêndice A.

A partir desta etapa, foram excluídos 19 artigos, os motivos de exclusão incluíram artigos que apresentavam foco em diferentes indústrias sem ligação com a moda, artigos que não discutiam de forma específica ou relevante a indústria da moda, e que eram considerados irrelevantes para o contexto do tema específico da pesquisa. Restando 7, Quadro 1 que possuíam os critérios de inclusão dos artigos, sendo 5 deles publicados em 2023 e 2 em 2024, assim, servindo como base para a análise, pela presença das palavras chaves e evidências relevantes para o tema.

Quadro 1: Artigos selecionados com evidências, relevantes para o tema

TÍTULO DO ARTIGO	AUTORES	ANO	PALAVRAS-CHAVES
A pirataria na indústria da moda	CUNHA Israel Doudement de Albuquerque	2023	Pirataria, indústria da moda, Marcas legítimas, Impactos econômicos, Direitos autorais.
Fashion law: o impacto da proteção intelectual no mercado da indústria da moda	SOUSA Nadila Dourado de , SILVA Renan Gomes da , COSTA Júlia Feitosa	2024	Pirataria, indústria da moda, Marcas legítimas, Impactos econômicos, Direitos autorais
Fashion law: a pirataria das marcas de luxo e sua influência no mercado brasileiro	NASCIMENTO Luíza Rezende	2024	Pirataria, indústria da moda, Marcas legítimas, Impactos econômicos, Direitos autorais
Plágio e falsificação na indústria da moda: o impacto na imagem da marca	SILVA Pablo Henrique dos Santos	2023	Pirataria, indústria da moda, Marcas legítimas, Impactos econômicos, Direitos autorais
As criações de moda sob a perspectiva do direito de propriedade intelectual: limites entre plágio e inspiração	OPIPARI Mariane Darcadia	2023	Pirataria, indústria da moda, Marcas legítimas, Impactos econômicos, Direitos autorais
Criminal fashion law: Intervenção penal na indústria da moda	SOUZA Regina Alves Ferreira de	2023	Pirataria, indústria da moda, Marcas legítimas, Impactos econômicos, Direitos autorais
A propriedade intelectual e o acesso ao consumo: o princípio da adequação social aplicado aos crimes contra a propriedade intelectual na sociedade brasileira no século XXI	MIRANDA Isaque Moreira	2023	Pirataria, indústria da moda, Marcas legítimas, Impactos econômicos, Direitos autorais

Fonte: elaborada pelas próprias autoras (2024).

4.1 ANÁLISE DOS ARTIGOS

Visando contemplar os objetivos específicos desta pesquisa bibliográfica, foi realizada uma análise dos artigos, que revelou como ocorre a pirataria na indústria da

moda, destacando como as marcas legítimas são afetadas, discutindo os impactos econômicos causados e identificando a proteção dos direitos autorais contra a falsificação.

Quadro 1: Pontos em comum de relevância entre os autores sobre pirataria.

TÍTULO DO ARTIGO	AUTORES	ASSUNTO ABORDADO
A pirataria na indústria da moda	CUNHA Israel Doudement de Albuquerque	Pirataria na indústria da moda, análise de suas causas e impactos no mercado e na sociedade.
Fashion law: o impacto da proteção intelectual no mercado da indústria da moda	SOUSA Nadila Dourado de , SILVA Renan Gomes da , COSTA Júlia Feitosa	Proteção de marcas e outros direitos de propriedade intelectual influencia a inovação, a competição e o crescimento do setor da moda
Fashion law: a pirataria das marcas de luxo e sua influência no mercado brasileiro	NASCIMENTO Luíza Rezende	Fashion Law, propriedade intelectual e industrial, bem como perspectivas acerca de crimes de violação dos direitos autorais, patentes e marcas.
Plágio e falsificação na indústria da moda: o impacto na imagem da marca	SILVA Pablo Henrique dos Santos	Os impactos do plágio e a falsificação para as marcas, diminuindo a exclusividade percebida e prejudicando a reputação, mas também como a exposição a essas práticas pode aumentar a conscientização dos consumidores sobre a importância da autenticidade e valorizar as marcas genuínas.
As criações de moda sob a perspectiva do direito de propriedade intelectual: limites entre plágio e inspiração	OPIPARI Mariane Darcadia	Fashion law, Leis de Propriedade Industrial e Direito Autoral .
Criminal fashion law: Intervenção penal na indústria da moda	SOUZA Regina Alves Ferreira de	Criminal fashion law: Intervenção penal na indústria da moda
A propriedade intelectual e o acesso ao consumo: o princípio da adequação social aplicado aos crimes contra a propriedade intelectual na sociedade brasileira no século XXI	MIRANDA Isaque Moreira	A pirataria na sociedade brasileira e a aplicação do princípio da adequação social nos crimes contra a propriedade intelectual.

Fonte: elaborada pelas próprias autoras (2024).

4.1.1 PIRATARIA NA INDÚSTRIA DA MODA

Cunha (2023) destaca que a pirataria na indústria da moda, ocorre através da produção e vendas de produtos falsificados, que são comercializados de maneira ilegal, que visualmente parecem ser originais, mas são réplicas ou cópias produzidas de maneira ilícita, que tem o intuito de enganar o consumidor. No decorrer da sua pesquisa constatou-se que a maioria das marcas imitadas, são as marcas de luxo, fonte de desejo da maioria dos usuários de moda ilegítima. Em seu estudo apresentou que os produtos falsificados oferecem graves consequências para os consumidores, pelas circunstâncias que são produzidas, com os insumos de baixa qualidade e ausência de fiscalização necessária para o controle de qualidade de produtos originais.

Segundo os autores Sousa, Silva e Costa (2024) descreve em seu artigo a pirataria como um fenômeno que surgiu, há um vasto período de tempo, onde atualmente, foi constatado como um novo meio de mercado, desenvolvido para manufaturar e vender mercadorias adulteradas, como cópias e réplicas. Os autores trouxeram em seus estudos

um exemplo de pirataria envolvendo um brechó de New York, o Goes Around Comes Around. Onde a moda conhecida como sustentável, virou caso de justiça após uma marca entrar com uma ação contra o brechó, relatando pirataria na loja, com os seus produtos, que apresentavam a mesma logo e design da marca.

Os autores complementam, com a realização das vendas, dado que forneciam como original, um produto falso, essa prática de utilizar o nome da empresa, afeta negativamente a confiança dos consumidores da marca. A contrafação, entretanto, não só causa prejuízos financeiros, contudo igualmente afeta a imagem e a percepção de exclusividade de uma marca, a luta contra a pirataria e as imitações, tem como propósito a proteção das empresas no setor econômico e amplia a compreensão da qualidade e exclusividade, essenciais para ramo de luxo. A indústria da moda é elevadamente inovadora, mas com a pirataria, a criação de um produto original, tem tido seu direito autoral constantemente violado, com cópias que são capazes de atingir e diminuir o melhor êxito nas empresas (Silva, 2023).

4.1.2 IMPACTOS DA PIRATARIA EM MARCAS LEGÍTIMAS E NA ECONOMIA

Cunha (2023) destaca em seu estudo que o setor da indústria da moda, enfrenta um problema crescente que é a pirataria, causado pela busca de consumidores e empresas por produtos mais baratos, muitas vezes de origem duvidosa. Essa prática inclui a cópia de designs protegidos por direitos autorais e a comercialização de produtos falsificados, onde resultam em grandes prejuízos financeiros e danos à concessão das marcas. Esse setor além de ser bastante lucrativo é fundamental para a economia global, pois conta com geração de empregos, incentiva a inovação e colabora na maior parte das riquezas geradas atualmente, entre marcas internacionais e nacionais.

De acordo com os estudo realizado por Silva (2023), a falsificação e o plágio causam impactos as imagens das marcas, e com a disseminação de cópias não autorizadas trazem desafios para a autenticidade e integridade na indústria da moda, a falta de informações claras, podem causar impactos que afetam as escolhas dos consumidores. O autor afirma que as marcas enfrentam a grande barreira de lidar com o medo da perda e confiança dos consumidores, por causa da imitação de produtos de baixa qualidade oferecidos pela falsificação. O autor apresentou a forte carência de informações relacionados à compreensão de como os impactos prejudicam a capacidade das marcas e dificulta a tomar as melhores decisões, sendo capaz de impactar negativamente as escolhas dos seus consumidores.

Nascimento (2024), reforça que a pirataria é vista por alguns como fonte de sustento para muitas famílias, enquanto outros a associam ao hiperconsumo, onde pessoas mesmo sem condições financeiras, compram produtos falsificados para serem socialmente aceitas. Essa prática vai além da falsificação de produtos, abrangendo questões sociais e a manipulação midiática, que cria a necessidade de se adequar a padrões estabelecidos. Isaque Miranda (2023) aponta que, a pirataria tem causado grandes prejuízos à indústria nacional, com o crescimento do mercado ilegal sendo impulsionado pela alta tributação e a crise econômica, que afeta o poder aquisitivo da população. Embora haja a necessidade de respeitar os direitos autorais conforme a lei, observa-se uma aceitação crescente por parte da população em adquirir produtos piratas, evidenciando um conflito entre o cumprimento das normas e a realidade do consumo popular.

Segundo a autora Nascimento (2024), a população muitas vezes se compadece com trabalhadores informais que dependem da venda de produtos pirateados, sem perceber que

eles também são vítimas do sistema de hiperconsumo, assim como os consumidores. No entanto, essa atividade promove concorrência desleal, reduz a arrecadação do governo, elimina empregos formais e incentiva práticas criminosas, seja por desconhecimento ou por consciência da ilegalidade envolvida. O estudo apresentado pelos autores Sousa, Silva e Costa (2024) demonstra que as realizações de vendas ilegais na pirataria são ameaças consideradas prejudiciais às grandes marcas de renome, causando a desvalorização da integridade de seus produtos e prejudicando suas reputações. A falsificação por sua parte não só provoca perdas financeiras, além disso, afeta a imagem e a percepção de exclusividade de uma marca, de modo que a produção desses itens envolve condições antiéticas, como exploração de mão de obra e a degradação do meio ambiente. Com os desafios, que afetam os consumidores e produtores, ficou evidente a importância da proteção da sua propriedade intelectual, por meio de registros de marcas e do combate à cópia não autorizada, contando com o suporte de áreas especializadas com o *fashion law* (Cunha, 2023).

4.1.3 DIREITOS AUTORAIS E PROTEÇÃO CONTRA FALSIFICAÇÃO

Oipari (2023) afirma que, apesar das áreas do direito e da moda parecerem distantes uma da outra, através de um estudo detalhado obtemos muitas intersecções entre elas. Ao longo da história, normas jurídicas influenciaram a moda e as escolhas de vestimentas, restringindo peças específicas a determinadas classes sociais. A autora traz em evidência o exemplo do Egito Antigo, onde apenas as elites podiam usar sandálias. Já na Grécia e em Roma, leis determinavam quais roupas eram permitidas para cada classe, como as togas, exclusivas dos cidadãos romanos. Entre esses exemplos e diversos outros, que ocorreram ao longo da história, Oipari alega que o *Fashion Law* (Direito na moda) obteve mais relevância nos últimos anos, mais precisamente no ano de 2009, com Susan Scafidi sendo pioneira e fundadora do primeiro curso sobre o tema na Universidade de Fordham, nos EUA.

De acordo com Silva (2023), o direito da moda, ou *Fashion Law*, consiste em uma ampla gama de questões legais que envolvem direitos autorais, propriedade intelectual, questões trabalhistas, tributárias, empresariais e até criminais, visto que a moda é totalmente criativa, mas facilmente tem sua originalidade copiada. Segundo Cunha (2023), no ramo do direito autoral, a proteção das criações no setor da moda é indispensável para assegurar o direito à exclusividade e a valorização do trabalho dos criadores, abrangendo a proteção de designs, estampas, marcas e demais elementos distintivos que caracterizam uma coleção de moda. Quando é criado um produto que inova na indústria da moda, antes mesmo do registro da obra, o autor já possui o direito de autoria. No entanto, é fundamental a regulamentação da obra perante a Lei nº 9.610 de 1998 para a utilização e proteção da sua obra.

Segundo Silva (2023), para o direito do consumidor, é fundamental garantir que os produtos de moda respondem aos padrões de qualidade e segurança estabelecidos pelas normas vigentes, com informações claras e precisas sobre as características dos produtos, de modo a garantir seus direitos em caso de defeitos ou insatisfação. Miranda (2023), apresenta em sua pesquisa a Lei nº 9.279/1996, Lei de Propriedade Intelectual, que assegura a proteção dos direitos dos autores de obras intelectuais, tanto na esfera patrimonial quanto pessoal. Ela pune ações relacionadas à violação desses direitos, como a comercialização de obras sem autorização. O jurista Vicente Maggio (2015) mencionado por

Miranda, destaca que a pirataria envolve quem vende ou distribui obras ou fonogramas sem a devida licença. A violação dos direitos autorais é punida mais severamente quando há intenção de lucro, sendo um crime comum que só é configurado com dolo e o objetivo de obter vantagem financeira.

A proteção das criações de moda pelo direito autoral ainda é um tema controverso, pois a lei não reconhece explicitamente essas peças como protegíveis. Apesar disso, decisões judiciais já consideraram algumas criações como obras de arte, como uma tentativa de garantir seus direitos. No entanto, a moda enfrenta alguns desafios, já que suas criações têm um ciclo de vida curto e andam lado a lado com as tendências. Outras leis, como a de Propriedade Industrial, tentam impedir práticas como falsificação e uso indevido de marcas, mas as punições são vistas como leves e pouco eficazes. Todo este problema tem gerado debates e propostas para fortalecer a proteção legal e combater a pirataria no setor de moda (Souza, 2023).

O autor Silva (2023) acrescenta que o direito na moda realiza uma função essencial para a regularização das relações comerciais, no estabelecimento de padrões de qualidade e segurança, na proteção da propriedade intelectual e na garantia dos direitos dos consumidores e trabalhadores. Sousa, Silva e Costa (2024), reforça, como as leis são essenciais para evitar as práticas desleais no mercado, como a cópia não autorizada de produtos ou marcas, podem confundir os consumidores e prejudicar os titulares dos direitos. As leis de propriedade intelectual, como marcas registradas e direitos autorais, executam um papel primordial na proteção de elementos distintivos das marcas, essa proteção colabora para consolidar a confiança e a lealdade dos consumidores, aspectos essenciais para o sucesso sustentável das empresas (Sousa; Silva; Costa, 2024).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concluiu-se que os resultados fornecidos nesta pesquisa responderam com êxito à finalidade do objetivo proposto. Os resultados apresentaram os problemas ligados entre moda e pirataria, como as marcas legítimas são afetadas, com evidências das perdas financeiras no vestuário que ultrapassaram mais de 18 bilhões por ano. O intuito de incentivar a conscientização do consumidor relacionado a pirataria é o meio de promover transformações para um consumo consciente no setor da moda. Este estudo tem como objetivo mostrar a vulnerabilidade enfrentada por *designers* e marcas. A importância de conscientização do consumidor sobre os impactos causados.

A investigação em cima das questões legais referentes à produção e consumo de produtos falsificados, mostra-se os problemas enfrentados, com essa prática ilegal. Encontra-se dificuldades na fiscalização, pois é necessário uma participação maior, tanto dos governos nacionais como internacionais, com um maior reforço nas leis, e penalidades mais severas para quem fabrica, distribui e comercializa esses produtos, para assim solucionar um problema pertinente à esfera pública da sociedade.

A pirataria não gera prejuízos apenas para as marcas, a economia e o ambiente, mas também incentiva as pessoas consumirem produtos de baixa qualidade regularmente, sem se importar que não atendam aos padrões mínimos de segurança ou saúde. Dessa maneira, contribui para um grande índice de exploração de trabalhadores em condições precárias, prejudicando a geração de empregos formais na cadeia produtiva da moda. Com isso praticamente acabam financiando práticas ilegais que impactam os níveis da sociedade como um todo.

Considerando a intensidade que cresce a procura do consumidor por produtos piratas, evidencia a relevância de pesquisas mais detalhadas que esclareçam o impacto e a responsabilidade geral, de uma ameaça grave que traz perdas econômicas, danos as imagens das marcas. A falta de conscientização sobre os impactos da pirataria está diretamente ligada a questões de ética, sendo um grave problema, pois envolve o uso de trabalho escravo na fabricação de produtos falsificados.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, fonte de toda sabedoria e força, por nos abençoar com discernimento, perseverança e a oportunidade de trilhar este caminho. Sem sua presença em nossas vidas, nada disso seria possível. Às nossas famílias, que sempre estiveram ao nosso lado, oferecendo amor, apoio e compreensão em cada etapa desta jornada. Aos nossos pais, que nos ensinaram o valor do esforço e do aprendizado, e a toda a nossa família que, de diferentes formas, contribuiu para que este sonho se tornasse realidade.

Aos nossos companheiros, que foram porto seguro nos dias mais difíceis e dividiram conosco tanto as angústias quanto as conquistas deste processo. Obrigada por acreditarem em nós e por nos inspirarem a seguir em frente. À nossa querida coordenadora, Elen, que foi muito mais do que uma orientadora. Sua paciência, dedicação e incentivo constante nos guiaram em cada detalhe do desenvolvimento deste trabalho. Sua generosidade em compartilhar conhecimentos será para sempre lembrada com gratidão.

Agradecemos também a todos os professores, colegas e funcionários da faculdade, que direta ou indiretamente fizeram parte dessa jornada. Cada contribuição, palavra de incentivo e ensinamento nos ajudou a crescer, não apenas como profissionais, mas como pessoas. Por fim, queremos expressar nosso orgulho e gratidão por termos realizado este trabalho juntas. Esta parceria foi construída com muita dedicação, união e comprometimento, e cada esforço compartilhado nos trouxe até aqui. Sem dúvidas, foi um aprendizado único que marcou nossas vidas. A todos que acreditaram em nós, o nosso mais profundo e sincero obrigada. Este trabalho é um reflexo do apoio e do amor de cada um que esteve ao nosso lado.

Com gratidão, Giovanna Peruci e Elisvânia Marques

REFERÊNCIAS

AIRES, A. B. SOUZA, J. S.; ANTONACCI, A. C. M. **Pirataria de marcas de moda: consumo, identidade e inclusão**. Revista JRG de Estudos Acadêmicos, Brasil, São Paulo, v. 7, n. 14, p. e 14691, 2024. DOI: 10.5281/zenodo.8193520. Disponível em: <https://www.revistajrg.com/index.php/jrg/article/view/691>. Acesso em: 27 jul. 2024.

ALCAZAR, Larissa Cristina Braga. **Qual o limite entre plágio e inspiração no mundo da moda?**. 2022. Trabalho de Graduação Interdisciplinar (Bacharel em Direito) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

ALVES, Dayana Nayara. **Impactos sociais e econômicos da Pirataria na Indústria da moda**. 1º ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2021.

BAPTISTA, Joana Filipa Ribeiro. **Fashion law: os desafios de aplicação dos regimes de propriedade intelectual na moda e a sua relação com pirataria**. 2017. 47 f. Dissertação de (Mestrado de Especialização em Direito e Gestão) - universidade católica portuguesa, Lisboa, 2017.

CUNHA, Israel Doudement de Albuquerque;. **A pirataria na indústria da moda**: trabalho de conclusão de curso (bacharel em direito) - centro universitário do planalto aparecido dos santos. Gama-DF, 2023.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3º ed. Porto Alegre: Artmed editora, 2009.

GALVÃO, César. **Impactos da da pirataria e contrabando por setor da economia**.G1, 03 abr. 2023. Disponível em:
<https://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2023/04/03/exclusivo-brasil-perdeu-r-345-bilhoes-em-2022-por-causa-da-pirataria.ghtml>. Acesso em: 3 jun. 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4º ed. São Paulo: Atlas S.A, 2002.

LUPPI, Bianca Coutinho. **Pirataria na Indústria da moda**. 2022 Trabalho de Graduação Interdisciplinar (Bacharel em Direito) - Universidade presbiteriana mackenzie, São Paulo, 2022.

MARIOT, Gilberto. **Fashion Law-A moda nos tribunais**. Estação das Letras e Cores Editora, 2020.

OPIPARI, Mariane Darcadia. **As criações de moda sob a perspectiva do direito de propriedade intelectual: limites entre plágio e inspiração**. Trabalho de conclusão de curso (graduação em direito) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023.

SILVA, Pablo Henrique dos Santos. **Plágio e falsificação na indústria da moda**: o impacto na imagem da marca. trabalho de conclusão de curso (bacharel em direito)- centro universitário unidade de ensino superior dom bosco curso de direito. São Luís, 2023.

SOUSA, Nadila Dourado; SILVA, Renan Gomes da; COSTA, Júlia Feitosa. **Fashion law: o impacto da proteção intelectual do mercado da indústria da moda** . Revista *Facit Negócios e Tecnologia* , v. 1, n. 57, 2024.

SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira de. **Criminal fashion law: Intervenção penal na indústria da moda**. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 2023.

STOCHIERO. Isabela Figueiredo Andrade. **Infrações no direito da moda**: Plágio, contrafação e concorrência desleal aplicados na prática. 2020 monografia (Graduação em Direito) - Faculdade de ciências jurídicas e sociais, centro universitário de Brasília, Brasília, 2020.

TEIXEIRA, E. MEDEIROS, H. P. NASCIMENTO, M. H. M. SILVA, B. A. C. RODRIGUES, C. **Revisão Integrativa da Literatura passo-a-passo & convergências com outros métodos de revisão**. Rev bras enferm. [Internet]. 2011;64(6):1122-6. Disponível em: <https://revistas.ufpi.br/index.php/reufpi/article/view/1457/pdf> Acesso em: 28 jul. 2024.

MATHIAS, Camila de Souza. **PROTEÇÃO DE DIREITOS AUTORAIS DE MARCAS SLOW FASHION: FORMA DE SEGURANÇA JURÍDICA NO COMBATE À PIRATARIA NO MERCADO DA MODA**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) — Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

MIRANDA, Isaque Moreira. **A propriedade intelectual e o acesso ao consumo: o princípio da adequação social aplicado aos crimes contra a propriedade intelectual na sociedade brasileira do século XXI**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) — Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.

NASCIMENTO, Luíza de Rezende. **Fashion Law: a pirataria das marcas de luxo e sua influência no mercado brasileiro**. 2024. Artigo Científico (Graduação em Direito) — Faculdade de Direito de Vitória.

APÊNDICE A - Artigos selecionados

ORDEM DOS ARTIGOS	TÍTULOS DOS ARTIGOS	ANO	PALAVRAS-CHAVES	MOTIVOS DE INCLUSÃO	MOTIVOS DE EXCLUSÃO
1	A pirataria na indústria da moda	2023	Pirataria, indústria da moda, Marcas legítimas, Impactos econômicos, Direitos autorais.	Evidências, relevantes para o tema	
2	fashion law: o impacto da proteção intelectual no mercado da indústria da moda	2024	Pirataria, indústria da moda, Marcas legítimas, Impactos econômicos, Direitos autorais.	Evidências, relevantes para o tema	
3	Fashion law: a pirataria das marcas de luxo e sua influência no mercado brasileiro	2024	Pirataria, indústria da moda, Marcas legítimas, Impactos econômicos, Direitos autorais.	Evidências, relevantes para o tema	
4	Plágio e falsificação na indústria da moda: o impacto na imagem da marca	2023	Pirataria, indústria da moda, Marcas legítimas, Impactos econômicos, Direitos autorais.	Evidências, relevantes para o tema	
5	As criações de moda sob a perspectiva do direito de propriedade intelectual: limites entre plágio e inspiração	2023	Pirataria, indústria da moda, Marcas legítimas, Impactos econômicos, Direitos autorais.	Evidências, relevantes para o tema	
6	A pirataria e o seu impacto no mercado de jogos digitais no Brasil	2023	Pirataria, indústria, marcas, direitos autorais, impactos.		Foco em diferentes indústrias que não estão ligado a moda
7	Criminal fashion law: Intervenção penal na indústria da moda	2023	Pirataria, indústria da moda, Marcas legítimas, Impactos econômicos, Direitos autorais.	Evidências, relevantes para o tema	
8	A propriedade intelectual e o acesso ao consumo: o princípio da adequação social aplicado aos crimes contra a propriedade intelectual na sociedade brasileira no século XXI	2023	Pirataria, indústria da moda, Marcas legítimas, Impactos econômicos, Direitos autorais.	Evidências, relevantes para o tema.	

9	Propriedade intelectual, conflitos nos direitos autorais e desafios diante o direito sucessório	2023	Direitos autorais, pirataria, marcas.		Ausência de discussão sobre a pirataria indústria da moda.
10	Direito Intelectual: a proteção dos direitos autorais em obras musicais	2024	Pirataria na indústria, marcas, direitos autorais, impactos.		Foco em diferentes indústrias que não estão ligado a moda.
11	Análise da expansão da marca de uma varejista multinacional americana e de uma empresa de exportação de carnaúba do Brasil do estado do Ceará no comércio internacional.	2023	Direitos autorais, pirataria, marcas legítimas.		Irrelevância do tema específico
12	Utilização dos NFTs (non-fungible tokens) como ferramenta para assegurar o direito à propriedade intelectual para artistas do ecossistema de economia criativa.	2023	Impactos, indústria, econômicos, moda, marcas, direitos autorais.		irrelevância do tema específico
14	Copycats: A imitação no processo de inovação.	2023	Direitos autorais, moda, marcas, indústria, econômicos.		Ausência de discussão sobre a pirataria na indústria da moda.
15	Direito Autoral e Entretenimento: Novas Perspectivas Jurídicas.	2024	Marcas, direitos autorais, pirataria.		Ausência de discussão sobre a indústria da moda.
16	Direito Econômico do audiovisual: economia política e regime jurídico do cinema no Brasil.	2023	Direitos autorais, econômicos.		Irrelevância do tema específico.
17	A contrafação: O combate à criminalidade no processo da virtualização e das vendas online.	2023	Indústria, impactos, marcas, direitos autorais, moda, legítimas.		Ausência de discussão sobre a indústria da moda.
18	O controle e a repressão à biopirataria faunística e o tráfico de animais silvestres no bioma Pampa do Rio Grande Do Sul.	2024	Direitos autorais, marcas, impactos, econômicos, pirataria, legítimas, indústria da moda.		Foco em diferentes indústrias que não estão ligadas à moda.
19	Inteligência artificial e tecnologias inovadoras: A nova era da inteligência artificial.	2024	Marcas, direitos autorais, pirataria.		Foco em diferentes indústrias que não estão ligado a moda
20	Manual de propriedade intelectual.	2023	Marcas, direito autorais, econômicos, indústria.		Ausência de discussão sobre a indústria da moda
21	Tutela estatal da internet à luz da técnica.	2023	Direitos autorais, econômicos, impactos, indústria, moda, marcas, pirataria, legítimas.		Irrelevância do tema específico

22	Estrutura social, poder e linguagem: um estudo crítico dos CEOs das big techs.	2023	Impactos econômicos, indústria, legítimas, moda, marcas, direitos autorais, pirataria.		Ausência de discussão sobre a pirataria indústria da moda
23	Claudia nunes de castro	2024	Indústria, direitos autorais, moda, legítimas, impactos econômicos, pirataria.		Irrelevância do tema específico
24	Entre batons e livros : práticas de leitura literária nas redes sociais.	2024	Moda, direitos autorais, econômicos, impactos, indústria, pirataria.		Ausência de discussão sobre a indústria da moda
25	O Fantasma em Neo Tokyo: uma investigação transmidiática da ficção cyberpunk japonesa em contexto de transculturação.	2024	Marcas, indústria, impactos, moda, direitos, pirataria, econômicos.		Irrelevância do tema específico
26	Revista observatório 35	2023	Marcas, direitos autorais, impactos, indústria.		Foco em diferentes indústrias que não estão ligadas à moda.

Fonte: elaborada pelas próprias autoras (2024).