



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE - UFCG  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS - CCJS  
UNIDADE ACADÊMICA DE DIREITO E SERVIÇO SOCIAL  
CURSO DE BACHARELADO EM DIREITO**

**EMILEYNNE DA SILVA FREIRE**

**TENDÊNCIAS LEGAIS NA MODA: FASHION LAW, PROPRIEDADE  
INTELECTUAL, METAVERSO E NFTS**

**SOUSA-PB**

**2023**

EMILEYNNE DA SILVA FREIRE

**TENDÊNCIAS LEGAIS NA MODA: FASHION LAW, PROPRIEDADE INTELLECTUAL, METAVERSO E NFTS**

Trabalho monográfico apresentado ao Curso de Direito do Centro de Ciências Jurídicas e Sociais da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em ciências jurídicas e sociais.  
Orientador: Prof. Dr. André Gomes de Sousa Alves

**SOUSA/PB**

**2023**

F866t

Freire, Emileynne da Silva.

Tendências legais na moda: fashion law, propriedade intelectual, metaverso e NFTS / Emileynne da Silva Freire. – Sousa, 2023.  
49 f.

Monografia (Bacharelado em Direito) – Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Ciências Jurídicas e Sociais, 2023.

"Orientação: Prof. Dr. André Gomes de Sousa Alves".

Referências.

1. Propriedade Intelectual. 2. Indústria da Moda – Sistema Jurídico.  
3. Fashion Law. 4. Metaverso. 5. Patentes. I. Alves, André Gomes de Sousa. II. Título.

CDU 347.77(043)

*“A moda sempre foi uma repetição de ideias. O que faz nova é a forma como você a compõe”  
Carolina Herrera*

## AGRADECIMENTOS

Sem dúvida, essa seja a parte mais complexa deste trabalho de conclusão de curso, ficando atrás até mesmo da escolha do look da apresentação, representando um fim de uma longa jornada de 7 anos, a enfim conclusão de uma grande etapa da minha vida, o fim de um ciclo que foi essa jornada de graduação, mas também o início de uma nova etapa em minha vida. Adianto a mais assustadora até o presente momento.

Essa breve seção neste trabalho definitivamente não abarca a profundidade da minha gratidão por pessoas que, inquestionavelmente, desempenharam papéis significativos e imprescindíveis em minha jornada, não apenas no âmbito acadêmico, mas também no meu desenvolvimento pessoal até este ponto. Eles foram fundamentais ao fornecer o apoio que me permitiu chegar até aqui.

Primeiramente, expresso minha gratidão a Deus, pois sem Suas misericórdias, Sua graça e suas doces consolações, nada do que alcancei teria sido possível. "O próprio Senhor irá à sua frente e estará com você, Ele nunca o deixará, nunca o abandonará. Não tenha medo! Não se desanime!" Deuteronômio 31:8.

Desejo expressar meus sinceros agradecimentos aos meus queridos pais, Marilene e Edilson, em especial ao meu pai, um dos principais responsáveis pela minha formação, não apenas acadêmica, mas como a mulher que sou. Obrigada, meu pai, você sempre fez o possível e o impossível pela minha formação e por me proporcionar tudo que conquistei até então. Seguramente, esse caminho foi possível por todo o seu apoio e parceria. Você é meu maior exemplo, e não poderia pedir a Deus uma família melhor.

Não posso esquecer da minha irmã, Madleyne, que vem me apoiando e amando incondicionalmente desde que nasci, especialmente nessa reta final, com muito apoio e orações.

Agradeço, ainda, à minha tia Marileide (tia neném), à minha avó Maria do Bode e ao meu avô Antônio, que sempre depositaram todas as suas expectativas positivas na minha formação. Aos meus queridos sobrinhos Muryllo, Miguel e Gustavo, titia os ama profundamente e almeja ser sempre um modelo de força e coragem em cada fase das suas vidas.

Também devo agradecimentos à minha avó, Hozana, que sempre esteve ao meu lado nos bons e grandes eventos da minha vida. Mesmo não estando mais entre nós, vovó, sei o quanto a senhora sonhava em me ver conquistando coisas boas. Sem dúvida, era sua neta predileta, e a senhora está presente em nossos corações.

A essas pessoas que tive o prazer de tê-las comigo, inicialmente colegas de Sousa e hoje, bons amigos: Érica Carla, Evanise Figueiredo, Cheva Mylena, Paulo Júnior, João Tavares, Mabel Costa e Cinthia Marques. Vocês foram meu apoio em Sousa desde sempre.

Para minha amiga Laura Sobral, que do início ao fim do curso, foi meu exemplo de foco e dedicação, agradeço sua paciência amiga, pois tornou a minha vida acadêmica muito mais leve.

Aos meus amigos Ana Julia Alexandre, Francisco Neto, Josué Brito, Kleyton Queiroz, Michely Lima, Renata Longo, Vinicius Grangeiro, entre outros que estão no meu coração, vocês foram e são partes essenciais em minha trajetória.

Agora, chego a vez de agradecer a mais duas pessoas que também foram amigas cuja o curso de Direito me presenteou, mas precisava mencioná-las em um parágrafo apartado. Elaine Machado e Ionara Oliveira a relação que construímos com a convivência morando juntas foi algo realmente construtivo em minha vida, certamente, os meus 2 anos finais em Sousa só foram possíveis graças a vocês.

Por fim, os meus sinceros agradecimentos ao meu professor, orientador e conterrâneo André Gomes Alves. Obrigada por todo o suporte prestado para que fosse possível a conclusão deste trabalho. Certamente, um profissional como você eleva o nível de qualquer faculdade.

## RESUMO

Este estudo investiga as interações entre o metaverso, a indústria da moda e o sistema jurídico, com foco nas implicações legais, culturais e sociais decorrentes desse cenário dinâmico e em constante evolução. O objetivo geral é analisar como o metaverso está reconfigurando a moda e desafiando o sistema legal, examinando questões como direitos autorais, marcas registradas, privacidade e proteção de dados. A metodologia envolve revisão bibliográfica abrangendo o período de 2016 a 2023 e análise crítica, com ênfase na legislação brasileira e internacional. A abordagem adotada é exploratória. O primeiro capítulo introduz o conceito de metaverso, destacando sua natureza tridimensional e compartilhada, bem como seu impacto nas interações sociais e econômicas. O segundo capítulo explora as interseções entre o metaverso, a moda e o direito, examinando como a indústria da moda se adapta a esse novo ambiente virtual e os desafios legais que surgem. O terceiro capítulo se concentra na importância das patentes no contexto da propriedade intelectual e sua relevância na proteção da inovação no metaverso. Os resultados destacam a necessidade de adaptação das estruturas legais e regulatórias para refletir as complexas dinâmicas desse novo paradigma, equilibrando a promoção da criatividade com a proteção de direitos e interesses legais nesse contexto dinâmico.

**Palavras-chave:** Moda, Fashion Law, Propriedade Intelectual, Metaverso.

## **ABSTRACT**

This study investigates the interactions between the metaverse, the fashion industry and the legal system, focusing on the legal, cultural and social implications arising from this dynamic and constantly evolving scenario. The overall goal is to analyze how the metaverse is reshaping fashion and challenging the legal system, examining issues such as copyright, trademarks, privacy and data protection. The methodology involves a bibliographic review covering the period from 2016 to 2023 and critical analysis, with an emphasis on Brazilian and international legislation. The approach adopted is exploratory. The first chapter introduces the concept of metaverse, highlighting its three-dimensional and shared nature, as well as its impact on social and economic interactions. The second chapter explores the intersections between the metaverse, fashion and law, examining how the fashion industry adapts to this new virtual environment and the legal challenges that arise. The third chapter focuses on the importance of patents in the context of intellectual property and their relevance in protecting innovation in the metaverse. The results highlight the need to adapt legal and regulatory structures to reflect the complex dynamics of this new paradigm, balancing the promotion of creativity with the protection of legal rights and interests in this dynamic context.

**Keywords:** Fashion, Fashion Law, Intellectual Property, Metaverse.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	8
<b>1 FASHION LAW E PROPIEDADE INTELECTUAL</b> .....	10
1.1 PROPRIEDADE INTELECTUAL NO BRASIL .....	12
1.2 HISTÓRIA DO DIREITO AUTORAL .....	15
1.3 MODA, CRIAÇÃO E PROTEÇÃO JURÍDICA .....	19
<b>2 INTERAÇÕES ENTRE METAVERSO, MODA E DIREITO</b> .....	25
2.1 ASPECTOS CONCEITUAIS ENTRE METAVERSO, MODA E DIREITO .....	26
2.2 O METAVERSO E SUAS IMPLICAÇÕES PARA A INDÚSTRIA DA MODA .....	28
2.3 EXPLORANDO A IMPORTÂNCIA DAS PATENTES NO CONTEXTO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL .....	31
<b>3 NFTS, MODA E O DIREITO</b> .....	34
3.1 NON-FUNGIBLE TOKENS (NFTS).....	35
3.2 INTERAÇÕES SOCIAL, ECONÔMICA E QUESTÕES LEGAIS NO METAVERSO DA MODA.....	38
3.3 PATENTE NFT: A INOVAÇÃO DO MERCADO DA MODA DE LUXO PARA PROTEGER A PROPRIEDADE INTELECTUAL NO METAVERSO .....	41
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	43
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	45

## INTRODUÇÃO

A indústria da moda é um dos pilares da cultura contemporânea, influenciando não apenas o que vestimos, mas também a forma como nos expressamos, identificamos e nos relacionamos com o mundo que nos rodeia. Esta pesquisa investiga uma área crucial e complexa que orbita em torno da moda: o Fashion Law, a interseção entre a moda e o direito.

A moda não se resume apenas a roupas; é um ecossistema dinâmico que engloba design, cultura, negócios e criatividade. Os elementos visuais e estéticos que definem a moda são frequentemente protegidos por leis de propriedade intelectual, tais como direitos autorais, marcas registradas e desenhos industriais. A proteção desses ativos é essencial para garantir a inovação e a integridade criativa na indústria da moda.

O Fashion Law é uma área de crescente importância no contexto jurídico e comercial, pois as complexidades inerentes à proteção da propriedade intelectual na moda tornam-se cada vez mais evidentes. Os desafios legais de equilibrar a proteção dos criadores e designers com a efemeridade e a natureza cíclica das tendências da moda exigem uma análise aprofundada. Além disso, o surgimento de novas tecnologias, como o metaverso e os NFTs (Non-Fungible Tokens), amplia o escopo das questões legais envolvendo a moda.

O objetivo geral deste trabalho é analisar de maneira abrangente as interações entre o Fashion Law e a Propriedade Intelectual, com foco na proteção das criações na indústria da moda. Além disso, pretende-se explorar as complexas questões legais que emergem com a introdução do metaverso e da moda virtual, e, por fim, examinar as implicações do uso de NFTs na moda, identificando e abordando os desafios legais que surgem com essa inovação tecnológica. Por meio desses objetivos, este trabalho busca contribuir para um entendimento mais aprofundado das questões legais e conceituais no contexto dinâmico e multifacetado da indústria da moda.

Nesse contexto, a metodologia utilizada para esta pesquisa foi uma análise bibliográfica. A abordagem adotada foi exploratória, visando investigar e compreender as complexidades do Fashion Law e sua interação com a Propriedade Intelectual. A pesquisa baseou-se em uma ampla revisão bibliográfica abrangendo o período de 2016 a 2023. A abordagem exploratória permitiu uma análise aprofundada das tendências, desenvolvimentos e mudanças significativas no campo do Fashion Law.

Os procedimentos de coleta e análise de dados compreenderam a seleção de fontes bibliográficas relevantes, a leitura crítica e a síntese das informações coletadas

Contudo, esta monografia será estruturada em três capítulos que abordarão aspectos fundamentais da intersecção entre moda e direito.

No primeiro capítulo, o foco reside na intersecção entre Fashion Law e Propriedade Intelectual na indústria da moda contemporânea. Esta seção aborda a importância da proteção legal para a criatividade e inovação na moda, com destaque para a Propriedade Intelectual, incluindo direitos autorais e marcas registradas. O Fashion Law, como campo jurídico especializado, desempenha um papel crucial na proteção de designs e marcas, além de lidar com as complexidades das tendências em constante mutação e as crescentes preocupações éticas na indústria da moda.

No segundo capítulo, a pesquisa concentra-se na análise da intersecção entre o metaverso, a moda e o direito. O metaverso, um ambiente virtual tridimensional moldado por tecnologias como realidade virtual, realidade aumentada e inteligência artificial, transcende as fronteiras da realidade física e tem um impacto significativo na indústria da moda. No metaverso da moda, os participantes têm a capacidade de criar avatares virtuais e roupas digitais únicas, redefinindo a forma como os consumidores exploram estilos e tendências. No entanto, essa transformação traz desafios legais em relação a direitos autorais, marcas registradas, apropriação cultural, contratos digitais e privacidade de dados.

No terceiro capítulo deste trabalho, a pesquisa se concentra na intersecção entre Non-Fungible Tokens (NFTs), a indústria da moda e o direito. Os NFTs representam ativos digitais únicos e indivisíveis que estão transformando a economia digital, proporcionando autenticidade e singularidade em um ambiente virtual. Isso tem implicações significativas na indústria da moda, à medida que os consumidores exploram roupas digitais e as marcas de moda expandem sua presença no metaverso. No entanto, esse cenário também traz desafios legais complexos relacionados à propriedade intelectual, contratos digitais, regulamentação financeira e jurisdição. O capítulo explora essas interações, destacando implicações legais, éticas e culturais e a necessidade de soluções jurídicas inovadoras para equilibrar a criatividade e a proteção de direitos na moda neste contexto em constante evolução.

## 1 FASHION LAW E PROPIEDADE INTELECTUAL

A indústria da moda é um dos setores mais dinâmicos e influentes do mundo contemporâneo, responsável por moldar a cultura, a identidade e a expressão pessoal. De acordo com Domingues *et al.*, (2020) é um universo que vai além das roupas que vestimos, envolvendo elementos de arte, design, cultura e negócios. No entanto, por trás dessa aparente efemeridade e criatividade, existe um intrincado sistema legal que desempenha um papel crucial na proteção das criações e designs únicos que impulsionam essa indústria. Este tópico explorará a interseção entre o Fashion Law e a Propriedade Intelectual, demonstrando como esses campos se conectam e se entrelaçam na proteção dos interesses da indústria da moda.

A Propriedade Intelectual, como campo jurídico, engloba uma ampla variedade de ativos, incluindo inovações, patentes, marcas, desenhos, indicações geográficas e criações artísticas. Desta forma, conforme expõe Zoratto e Efing (2021) o objetivo principal da Propriedade Intelectual é proteger o trabalho intelectual e criativo de indivíduos e organizações, concedendo-lhes direitos exclusivos sobre suas criações por um período determinado. Esse sistema legal confere aos autores, designers e empresas da moda o direito exclusivo de explorar economicamente suas obras e designs, incentivando, assim, a inovação e a criatividade no setor.

O Fashion Law, por sua vez, é um campo jurídico especializado que se concentra nas questões legais relacionadas à indústria da moda. De acordo com Lorenzon (2019), envolve uma série de áreas, desde contratos e direito comercial até propriedade intelectual e regulamentações de mercado. Uma das principais preocupações do Fashion Law é garantir que os designers e empresas da moda possam proteger seus designs e marcas, bem como evitar infrações de propriedade intelectual. É um campo que está em constante evolução devido à rápida mudança das tendências da moda, às inovações tecnológicas e às crescentes preocupações com sustentabilidade e ética na indústria.

No contexto da Propriedade Intelectual, a indústria da moda se beneficia principalmente da proteção de marcas e desenhos industriais. Segundo Brito (2023) as marcas desempenham um papel fundamental ao diferenciar os produtos e serviços de uma empresa dos oferecidos pelos concorrentes. Elas têm a capacidade de instilar confiança no consumidor, estabelecendo critérios para suas escolhas com base na reputação associada à marca. Além disso, a proteção por meio de desenhos

industriais é particularmente relevante na moda, pois está intrinsecamente ligada à estética e à forma ornamentada dos produtos, o que a torna adequada para essa indústria.

No entanto, a aplicação da Propriedade Intelectual na moda não está isenta de desafios. Um dos principais dilemas é encontrar o equilíbrio certo entre a proteção da propriedade intelectual e a natureza efêmera e cíclica da moda. Conforme as palavras de Vieira e Moraes (2023) as tendências na moda tendem a desaparecer e ressurgir ao longo dos anos, frequentemente sendo modificadas para se adequar à nova realidade, mas ainda tendo como base criações anteriores. Isso levanta questões sobre o grau de originalidade necessário para que uma criação na moda seja considerada uma obra autoral passível de proteção. Em um ambiente onde as influências históricas e as referências são comuns, definir o limite entre a inspiração legítima e a cópia é um desafio importante. Nesta perspectiva os autores discorrem:

as tendências se retroalimentam de forma cíclica, com movimentos verticais, horizontais e rizomáticos por contágio. Desta forma, uma tendência nasce, percorre seu ciclo de vida, passando pelas fases de introdução, crescimento, maturidade e declínio. E, após um determinado tempo ela ressurgem em forma de releitura, reconstruindo o espírito do tempo de um período que é atualizado e reinterpretado para integrar-se novamente na sociedade atual (VIEIRA; MORAES, 2023, p. 213)

Além disso, a natureza funcional dos produtos da moda também representa um desafio à proteção por Propriedade Intelectual. Enquanto a proteção autoral é concedida a obras que não possuam caráter utilitário e funcional, muitos produtos de moda são concebidos para cumprir uma função específica, como vestir e proteger o corpo. Isso os diferencia de obras de arte ou literárias, que têm como principal objetivo expressar uma mensagem criativa. Portanto, a delimitação do que pode ser considerado uma criação autoral na moda e o que se enquadra como um produto funcional pode ser um desafio complexo.

Para enfrentar esses desafios, os profissionais do Fashion Law trabalham em estreita colaboração com designers, empresas e criativos da moda para garantir que suas criações estejam devidamente protegidas. Isso envolve aconselhamento jurídico sobre registro de marcas e desenhos industriais, elaboração de contratos, resolução de litígios por infração de propriedade intelectual e muito mais. O Fashion Law desempenha um papel essencial na sustentação da inovação e na preservação da integridade criativa na indústria da moda.

Deste modo, este capítulo, abordará três subtemas essenciais relacionados à interseção entre Fashion Law e a Propriedade Intelectual. Inicialmente, discutiremos o cenário da Propriedade Intelectual no Brasil, destacando as principais leis e regulamentos que regem a proteção de direitos autorais e marcas na indústria da moda. Em seguida, exploraremos a evolução histórica do Direito Autoral e como esse campo jurídico se desenvolveu ao longo do tempo, adaptando-se às mudanças na sociedade e na tecnologia. Por fim, analisaremos a aplicação prática da Propriedade Intelectual na indústria da moda, examinando como os princípios e regulamentos são aplicados para proteger marcas, designs e inovações na moda.

## 1.1 PROPRIEDADE INTELECTUAL NO BRASIL

A propriedade intelectual é um campo jurídico de crescente relevância, relacionado à proteção e ao reconhecimento legal das criações intelectuais. Segundo Buainan (2019), a propriedade intelectual engloba uma ampla variedade de ativos, incluindo inovações, patentes, marcas, desenhos, indústrias, indicações geográficas e criações artísticas. Essa proteção legal confere ao autor ou criador o direito exclusivo de explorar economicamente sua obra por um período determinado.

De acordo com Oliveira (2020), a garantia do direito à exploração, protegida de forma exclusiva, constitui um instrumento fundamental para possibilitar a busca de recompensas diante do árduo esforço dedicado à inovação, que engloba não apenas as horas de trabalho árduo, mas também os substanciais recursos financeiros investidos em pesquisa e desenvolvimento. Além disso, essa salvaguarda desempenha um papel crucial na prevenção da comercialização por parte de concorrentes de produtos idênticos, que compartilham da mesma tecnologia, promovendo, assim, a contínua motivação para a produção de novas criações e a manutenção de um ambiente propício ao progresso econômico e tecnológico.

De acordo com o artigo 124 da Lei nº 9.279/1996, estabelece-se que somente o detentor dos direitos de uma marca está legalmente capacitado a impedir que um concorrente comercialize um produto que ostente uma marca similar à sua própria. Essa disposição legal, além de cumprir a importante função de promover a inovação, também se erige como um meio eficaz para a criação de condições propícias ao desenvolvimento de novos produtos e tecnologias. Este mecanismo, assim, contribui para a dinâmica e o progresso contínuo no setor industrial, incentivando a

concorrência e aprimorando a qualidade dos produtos disponíveis no mercado (BRASIL, 1996).

É crucial enfatizar que o ato de registrar a propriedade industrial constitui uma medida efetiva para a preservação de uma criação, seja ela individual ou pertencente a uma entidade empresarial, de acordo com as disposições estabelecidas na Lei nº 9.279/1996. Essa ação legal assegura a proteção dos direitos e interesses dos criadores e detentores de propriedade intelectual.

Em 1967, foi estabelecida a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) com o objetivo primordial de fomentar, por meio da cooperação internacional, a criação, disseminação, utilização e proteção das obras resultantes da capacidade intelectual humana. O propósito subjacente a essa cooperação internacional é promover o progresso econômico, cultural e social por meio do estímulo à inovação e à disseminação das conquistas intelectuais (SANTOS, 2022):

Desse modo, em um sentido amplo, pode-se dizer que o objeto do Direito da Propriedade Intelectual compreende as “criações humanas”, segmentando-se, ainda, de maneira mais restrita, em duas espécies: o direito autoral, voltado para o desenvolvimento científico e cultural, que protege os chamados bens de criação ou criações de espírito, e a propriedade industrial, voltada ao desenvolvimento tecnológico e empresarial, que protege os bens de invenção ou criações industriais (SANTOS, 2022, p. 19-20).

Desta maneira, a ciência jurídica passou a estabelecer normas relativas às criações humanas, conferindo-lhes proteção legal como meio de fomentar novas iniciativas criativas. Essa proteção legal visava garantir que as criações intelectuais fossem preservadas, evitando assim a apropriação indevida de inovações alheias.

Conseqüentemente, esse enfoque na proteção legal de criações deu origem a uma distinção fundamental no direito de propriedade. Partindo desse aspecto, Santos (2023) afirma que esse distinto delineamento compreende o direito de propriedade sobre bens materiais, que são tangíveis e corpóreos, e o direito de propriedade intelectual, no qual estão incluídos os produtos das criações intelectuais humanas. Essa diferenciação legal proporciona a base para a proteção de uma ampla gama de ativos intangíveis, como obras artísticas, inovações tecnológicas e marcas comerciais, e desempenha um papel fundamental na promoção da criatividade e da inovação em diversas esferas da sociedade.

O Direito de Propriedade Intelectual é assegurado como um direito fundamental, tendo sua base de garantia na Constituição Federal do Brasil. Isso é claramente demonstrado no artigo 5º, inciso XXVII, que estabelece:

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: [...] XXVII - aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar (BRASIL, 1988).

A instituição da propriedade intelectual no Brasil teve como marco crucial a promulgação da Lei nº 5.648/1970, que estabeleceu as bases para a criação do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). O INPI, por sua vez, é reconhecido como uma autarquia federal, vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, responsável por regulamentar e administrar questões relacionadas à propriedade industrial em território brasileiro (RIBEIRO, 2022).

Essa legislação e a criação do INPI foram passos significativos no desenvolvimento e na organização do sistema de propriedade intelectual no Brasil. Eles proporcionaram as estruturas e os mecanismos necessários para a proteção legal de criações intelectuais e inovações, contribuindo, assim, para a promoção da criatividade, do desenvolvimento tecnológico e da competitividade no cenário nacional e internacional (RIBEIRO, 2022).

O INPI desempenha o papel fundamental de executar e fiscalizar as normas que regulamentam a propriedade industrial em todo o território nacional. Recentemente, um marco importante foi alcançado no cenário internacional relacionado à propriedade intelectual, mais especificamente ao registro de marcas, com a ratificação no Brasil, por meio do Decreto Legislativo 49/19, do Protocolo de Madri.

O Protocolo de Madri é reconhecido como um dos mais significativos instrumentos internacionais para o registro e a proteção de marcas em nível global. Sua ratificação pelo Brasil demonstra o compromisso do país em alinhar sua legislação e práticas com os padrões internacionais e facilitar o registro e a proteção de marcas no âmbito internacional. Neste contexto, Maia (2020, p. 236) afirma que:

A adesão ao Protocolo permite uma grande redução dos custos, pois não será necessária a contratação de representantes ou advogados em países nos quais se pretende registrar uma marca. Com prazos mais curtos e bem definidos para análise do registro de marcas, haverá mais previsibilidade ao processo. Além disso, qualquer pessoa, física ou jurídica, com domicílio em um país signatário, poderá requerer o registro de sua marca por este procedimento.

Essa iniciativa foi considerada uma das prioridades da agenda legislativa do setor industrial, uma vez que o Protocolo simplifica e agiliza os procedimentos de proteção internacional de marcas, além de reduzir os custos associados a esses processos. Dessa forma, a ratificação do protocolo contribui para melhorar o ambiente de negócios, promover a internacionalização de empresas brasileiras e fortalecer a competitividade no mercado global (MAIA, 2020).

Em síntese, o contexto da propriedade intelectual no Brasil reflete a importância crescente da proteção e promoção das criações intelectuais em um mundo cada vez mais orientado pela inovação e pela tecnologia. As bases legais estabelecidas na Constituição Federal e nas leis específicas, aliadas à atuação do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), têm desempenhado um papel crucial na salvaguarda dos direitos dos criadores e na estimulação da criatividade e da pesquisa. Além disso, a ratificação do Protocolo de Madri sobre registro de marcas ressalta o compromisso do Brasil com a harmonização das práticas globais e a facilitação dos processos de registro internacional. Portanto, o cenário da propriedade intelectual no país se revela como um elemento vital para o desenvolvimento econômico, cultural e tecnológico, promovendo a inovação, a competitividade e a disseminação do conhecimento em benefício da sociedade como um todo.

## 1.2 HISTÓRIA DO DIREITO AUTORAL

O direito autoral tem raízes que remontam aos primórdios da antiguidade e, ao longo dos séculos, sofreu diversas metamorfoses, particularmente com a introdução de normas legais que conferiam ao autor seus direitos. Nesse contexto, o direito autoral é concebido como um conceito abstrato, desprovido de existência autônoma, dependendo, portanto, da manifestação criativa humana para se materializar. Em virtude dessa natureza, os autores reconhecem a importância do respeito devido às suas obras, como destacado por Araújo (2022, p. 12):

Nas épocas mais distantes era tão difícil, trabalhosa e antieconômica a reprodução, por exemplo, de uma obra de arte ou de um manuscrito, que praticamente não se pensava na proteção dos aspectos autorais ou mesmo da utilização prática, comercial, desses trabalhos. Ou, ao menos, a solução da necessidade dessa proteção não era considerada prementes, as sanções praticamente inexistentes e o plágio era objeto de reprovação pública, por outro lado, como recompensa material, os autores e artistas tinham apenas a consagração pública ou os favores e prêmios dos poderosos mecenas.

De acordo com Santos (2022) um dos primeiros registros relacionados ao direito autoral ocorreu no período moderno, quando foi introduzido pelo alemão Guttemberg por volta de 1439. Esse período histórico é notório por ser considerado a época da revolução dos Direitos Autorais, cuja ocorrência se deu devido à possibilidade de reprodução em larga escala das obras. Essa revolução, por sua vez, resultou na perda de controle sobre tais obras por parte dos autores, sendo uma consequência direta da maior facilidade de disseminação das obras, viabilizada pela inovação trazida pelo mencionado invento de Guttemberg.

Inicialmente, é válido salientar que, em seus primórdios, a proteção das criações artísticas e autorais era predominantemente encarada como uma oportunidade de exploração econômica desses trabalhos. Nesse contexto, o valor dessas criações muitas vezes estava intrinsecamente ligado à sua capacidade de gerar lucros e benefícios econômicos para seus criadores (SANTOS, 2022).

Conforme delineado no artigo 18 da Lei de Direitos Autorais (LDA), a autoria de uma obra não se vincula à necessidade de registro formal para a comprovação da titularidade, nem exige tal registro como requisito para a defesa dos direitos do autor. Segundo Pimenta (2021) isso significa que, desde que uma obra seja criada e possa ser comprovadamente atribuída a seu autor, os direitos autorais são automaticamente concedidos, independentemente de qualquer processo de registro. Essa disposição legal tem por objetivo assegurar que os autores tenham pleno controle sobre suas criações, independentemente de formalidades burocráticas.

Por outro lado, conforme expressa Morais (2023) é importante ressaltar que uma das distinções fundamentais entre a proteção dos direitos autorais e a propriedade industrial reside no fato de que a primeira não requer registro formal, enquanto a segunda exige que os direitos de propriedade industrial, como marcas, patentes e indicações geográficas, sejam devidamente registrados junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) para obter proteção legal. Essa diferença reflete-se na necessidade de registro de marcas, patentes e indicações geográficas para a sua proteção, de acordo com a Lei nº 9.279/1996, como meio de comprovar a

titularidade desses ativos intangíveis e, ao mesmo tempo, garantir seus direitos legais de exclusividade.

É relevante observar que o dispositivo legal que trata da desnecessidade de registro autoral não abrange o campo específico do Fashion Law. Isso ocorre porque o Fashion Law, com sua ênfase no setor industrial da moda, requer frequentemente a formalização de direitos de propriedade intelectual, como o registro de marcas e designs, para uma defesa eficaz dos direitos de criação. Nesse contexto, a legislação vigente, como a Lei nº 9.279/1996, estabelece a obrigatoriedade do registro como meio de prova da titularidade de marcas, patentes e indicações geográficas, sendo um elemento-chave para a proteção adequada desses direitos no contexto da moda e do Fashion Law (MORAIS, 2022).

É legítimo que as criações intelectuais sejam objeto de comercialização, conferindo ao autor o direito de licenciar, conceder ou utilizar qualquer outro meio de transferência permitido no âmbito dos direitos patrimoniais. Essa transferência pode ser total, desde que seja estipulada por meio de um contrato escrito, conforme previsto no artigo 49, inciso II, da Lei de Direitos Autorais (LDA). No entanto, é importante ressaltar que a transferência dos direitos morais do autor é expressamente proibida, independentemente da modalidade de transferência, uma vez que os direitos morais são considerados personalíssimos, como estipulado no artigo 49, inciso I, da mesma lei. Neste sentido Souza e Shintaku (2021, p. 29) discorrem:

Na leitura do artigo 49 e seguintes, percebe-se que não há uma distinção clara das três modalidades de transferência de direitos patrimoniais do autor. Nesse sentido, algumas peculiaridades devem ser observadas, considerando a necessidade de aplicar o direito autoral, a solução prevista na norma ao caso concreto. Isto porque busca-se compreender a quais casos a norma pode ser aplicada, delimitando seu alcance, bem como interpretá-la enquanto norma dispositiva, para que se possa compreender seu sentido.

A comercialização de criações intelectuais é um aspecto fundamental do direito autoral. Autores e criadores têm o legítimo direito de explorar economicamente suas obras. Essa exploração pode ocorrer por meio da licença, concessão ou outros meios de transferência, conforme estabelecido nos direitos patrimoniais previstos no artigo 49, inciso II, da Lei de Direitos Autorais (LDA) (SOUZA; SHINTAKU, 2021).

A transferência total dos direitos patrimoniais pode ocorrer por meio de contratos escritos, proporcionando um meio transparente de formalizar os acordos entre o autor e terceiros. Segundo Treider (2023) essa flexibilidade permite que os

autores colaborem com outros profissionais ou empresas para a exploração de suas obras, seja na indústria da moda, na música, nas artes visuais ou em qualquer outro campo criativo.

No entanto, é crucial ressaltar que a transferência dos direitos morais do autor é expressamente proibida, independentemente da modalidade de transferência. Segundo Do Amaral e Boff (2021) os direitos morais são considerados personalíssimos, como estipulado no artigo 49, inciso I, da mesma lei. Esses direitos conferem ao autor o controle sobre sua obra, permitindo-lhe reivindicar a autoria, opor-se a distorções, zelar pela integridade e autenticidade da obra, entre outros aspectos. Portanto, enquanto os direitos patrimoniais podem ser objeto de transferência, os direitos morais permanecem inalienáveis e intransferíveis.

Essa distinção entre direitos patrimoniais e morais é fundamental para garantir que os autores mantenham o controle sobre a integridade de suas criações, independentemente de como suas obras são exploradas comercialmente. No contexto da moda, essa distinção se torna particularmente relevante, uma vez que as criações, designs e coleções de moda frequentemente são resultado de colaborações entre designers, marcas e outros profissionais da indústria (DO AMARAL; BOFF, 2021).

Dentro da indústria da moda, o direito autoral assume uma importância ainda maior, uma vez que as criações e designs são frequentemente o cerne do negócio. Marcas de moda criam coleções exclusivas, designs de roupas, estampas e acessórios que são valiosos ativos comerciais. O direito autoral desempenha um papel crucial na proteção dessas criações, garantindo que as marcas possam explorá-las comercialmente, enquanto os criadores mantenham o reconhecimento e a integridade de seu trabalho (DO AMARAL; BOFF, 2021).

Além disso, os direitos autorais na moda também envolvem questões complexas relacionadas à cópia não autorizada, plágio e contrafação. Com o crescimento do comércio eletrônico e da globalização, a proteção contra a replicação não autorizada de designs de moda tornou-se uma preocupação significativa. A implementação eficaz do direito autoral na moda exige não apenas o reconhecimento de criações individuais, mas também a capacidade de fazer valer esses direitos nos mercados nacionais e internacionais. Neste contexto Stochiero (2020, p. 22) argumenta que:

As obras que possuem valor intelectual são protegidas pelo direito autoral, uma vez que são a materialização da criatividade expressada pelo autor. Estão aqui incluídas as obras de todos os âmbitos produzidas pelo intelecto humano, sejam elas literárias, artísticas, científicas, entre outras. Além disso, estão incluídos também os projetos e desenhos dos estilistas que não tenham sido objeto de registro como desenho industrial ou marca, ou qualquer outra forma possível prevista na Lei de Propriedade Industrial.

Nesse contexto, o campo do Direito da Moda, caracterizado por sua abordagem interdisciplinar que integra aspectos da moda e do direito, desempenha um papel de extrema relevância na análise e solução das complexas questões jurídicas que permeiam a indústria da moda, com foco particular nos aspectos relacionados aos direitos autorais. O Direito da Moda não se limita a ser apenas um guardião da integridade das criações na moda, mas, de forma mais profunda, atua como um guia fundamental para marcas e designers, oferecendo diretrizes nítidas e orientações cruciais. Seu papel transcende a simples proteção, pois não apenas assegura a autenticidade e originalidade das expressões na moda, mas também serve como um estímulo para a inovação e a criatividade, capacitando o setor a se renovar e prosperar dentro do amplo âmbito da legislação.

### 1.3 MODA, CRIAÇÃO E PROTEÇÃO JURÍDICA

A propriedade intelectual, segundo Bail e Wechinewsky (2022) é uma forma de salvaguarda que surge a partir da expressão criativa e do trabalho humano. É importante observar que a Convenção que estabeleceu a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) não fornece uma definição precisa desse conceito, apresentando, em vez disso, um conjunto não exaustivo de direitos relacionados a ele.

O propósito primordial da propriedade intelectual é proteger as criações individuais contra a exploração não autorizada por terceiros, permitindo, assim, que seus criadores obtenham retorno econômico. Nesta perspectiva, Melo (2023) afirma que essa proteção visa recompensar o criador pelo tempo, esforço e recursos financeiros investidos na concepção e desenvolvimento de sua obra, permitindo que ele explore exclusivamente o resultado de seu trabalho dentro de um período de tempo determinado por lei, sujeito a limitações expressas ou não.

No contexto da indústria da moda, aponta Cunha (2023), a proteção de alguma forma se faz necessária, pois a exclusividade é altamente valorizada nesse setor. Quanto mais exclusivo um produto, mais valioso ele se torna para o consumidor final.

Isso propicia um cenário em que a inspiração, réplica e cópia de produtos são comuns. Portanto, é fundamental proteger os produtos da exploração não autorizada por terceiros, de modo a recompensar o criador pelo tempo, esforço e recursos financeiros investidos em sua criação, considerando o aspecto da exclusividade. Diante desse aspecto o autor ressalta que:

Nesse cenário, os produtos piratas novamente surgem como uma alternativa mais viável para aqueles que buscam replicar o visual exclusivo e aspiracional de determinadas marcas, mesmo que isso signifique adquirir produtos ilegais. No entanto, é importante ressaltar que a exclusividade não é apenas sobre a estética, mas também sobre os valores e a autenticidade transmitidos pelas marcas originais, aspectos que os produtos piratas não conseguem capturar de forma legítima. Portanto, a busca por exclusividade na moda não justifica a compra de produtos piratas, uma vez que compromete os direitos autorais, a qualidade e a integridade da indústria (CUNHA, 2023, p. p. 34).

As inspirações, conhecidas como "produtos inspired" na moda, não têm a intenção de enganar o consumidor, pois se trata apenas de releituras de itens icônicos. De acordo com Matos (2022) as réplicas, por outro lado, visam tornar os produtos mais acessíveis, utilizando materiais mais econômicos. As cópias, por sua vez, têm a intenção de confundir o público, sendo comercializadas como se fossem produtos originais. Nos casos de produtos de luxo, as cópias geralmente apresentam qualidade significativamente inferior, tornando fácil distinguir entre o original e a imitação. Neste segmento a autora salienta que:

Os produtos inspired surgem a partir da inspiração de outros produtos originais, os quais geralmente são objetos de desejo, muitas vezes, em aspecto mundial. Um exemplo disso são as "it bags", que são bolsas famosas, usadas por artistas e influenciadoras digitais e que representam a posição de uma pessoa que está à frente de seu tempo e que é antenada ao mundo da moda. Quanto maior a difusão de um artigo de moda entre a população mais rica, maior é o desejo gerado nas massas, o que faz com que a reprodução de determinado item seja popularizada

A proteção da propriedade intelectual na indústria da moda pode ser concretizada por meio do uso de marcas. Estas desempenham um papel crucial ao diferenciar os produtos e serviços de uma empresa dos oferecidos pelos concorrentes. Além disso, elas têm a capacidade de instilar confiança no consumidor, estabelecendo critérios para suas escolhas com base na reputação associada à marca. Essa reputação muitas vezes está vinculada a conceitos e valores, promovendo assim a identificação do público com a mesma.

É importante notar que, em algumas situações, ocorre o oposto, em que os consumidores se opõem a uma marca e adotam práticas como o boicote. Conforme discorrido por Dias, Frescitelli e Yojo-Ang (2022), o boicote implica em deixar de consumir produtos de uma determinada marca e incentivar outras pessoas a fazerem o mesmo. Essa prática é frequentemente adotada por artistas e figuras públicas em relação a marcas que promovem valores com os quais eles não concordam.

Além disso, a marca está intrinsecamente ligada ao status social dos indivíduos que consomem seus produtos. Marcas de luxo são projetadas e direcionadas a uma parcela limitada de consumidores dispostos a pagar um preço premium pela exclusividade que estas oferecem.

As altas cifras dispendidas nos produtos de luxo não correspondem somente ao modelo de um produto de alta qualidade, mas ao modelo altamente diferencial porque se espera que somente determinado grupo social esteja na posse desses produtos. De certa forma é um modelo de exclusão, pois diferente do agente econômico lojas de departamento, o agente econômico do luxo não pretende que suas marcas sejam popularizadas (MAIA, 2016, p. 13).

Portanto, a proteção da marca pode ser direcionada para preservar sua exclusividade, seu conceito e sua identidade distintiva. Um exemplo notório, destacado por Sousa (2022) é o caso da renomada marca de luxo Louis Vuitton, que ingressou com uma ação legal contra uma empresa que tentou importar bolsas falsificadas contendo os distintivos de sua titularidade, baseando-se em seu registro de marca como fundamento legal. Nessa situação, o objetivo da ação não estava relacionado a impedir que os consumidores fossem enganados pelos produtos falsificados, mas sim a evitar a diluição e popularização da marca. A ação foi julgada procedente, resultando na retenção dos produtos no Porto de Santos, o que impediu a distribuição das mercadorias e seu contato com o público, além de ter sido concedida indenização por danos morais.

O desenho industrial, argumenta Rio (2018) se apresenta como uma alternativa viável para a proteção de produtos na indústria da moda, sendo, inclusive, apontado pela própria Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) como o tipo de propriedade intelectual "especialmente pertinente à indústria da moda" (OMPI, 51). Isso se deve ao fato de que o conceito de desenho industrial está intimamente ligado à estética e à forma ornamentada dos produtos, tornando-o especialmente apropriado para o contexto da moda.

É importante ressaltar que um dos requisitos essenciais para a obtenção do registro de desenho industrial é a originalidade. Portanto, no contexto da indústria da moda, um item tão simples quanto uma camiseta comum não poderia ser considerada passível desse tipo de proteção, uma vez que representa uma forma popular e não apresenta elementos distintivos. No entanto, caso a camiseta contenha uma estampa que represente um padrão gráfico único ou possua algum detalhe específico que a diferencie de uma camiseta comum, então ela passa a ser elegível para registro como desenho industrial. É crucial destacar que essas diferenciações devem estar estritamente relacionadas à estética do produto, nunca à sua funcionalidade, para evitar conflitos com outros tipos de propriedade intelectual, como patentes, e para preservar a integridade do conceito de desenho industrial (RIO, 2018).

A indústria da moda é caracterizada por ciclos curtos que seguem as estações do ano, como "outono-inverno" e "primavera-verão". Segundo Vieira e Moraes (2023) isso significa que o que é considerado uma tendência em uma coleção pode rapidamente se tornar obsoleto na próxima estação. Nesse contexto, uma crítica pertinente em relação à proteção por meio dessa forma de propriedade intelectual é que sua aplicabilidade é mais evidente em artigos de moda com ciclos de vida médios a longos.

Nesta lógica, observa-se que as tendências na moda possuem ciclos de vida finitos e, em termos de adoção e duração esse ciclo é variável, isto é, as tendências têm diferentes ciclos de vida por assim dizer, percebe-se que as tendências não se desenvolvem aleatoriamente, elas são frutos da organização do sistema de moda, com seus circuitos sazonais, que são perpetuados por marcas, designers, semanas de moda, agências de pesquisas, mídia, marketing etc. (VIEIRA, 2023, p. 211)

O desafio mencionado anteriormente também se estende à proteção por meio de patentes, que frequentemente leva uma média de 11 anos desde o depósito do pedido até a concessão. Além desse período considerável, é importante observar que as patentes não podem ser aplicadas a criações estéticas, o que limita significativamente sua utilidade na indústria da moda. (DE MENDONÇA. 2023).

No contexto da indústria têxtil, conforme debatido por Oliveira (2020) a opção de recorrer a patentes pode representar uma solução vantajosa para garantir a proteção de tecidos que incorporam tecnologias inovadoras, tais como aqueles que demonstram propriedades como a resistência a amassados ou maior durabilidade. Esses avanços tecnológicos têm o potencial não apenas de aprimorar a qualidade e

desempenho dos materiais têxteis, mas também de conferir uma vantagem competitiva significativa às empresas que investem em sua pesquisa e desenvolvimento. Portanto, a concessão de patentes pode servir como um estímulo adicional para a inovação e a proteção dos investimentos nesse setor específico da indústria da moda.

São identificados alguns requisitos fundamentais para a proteção por meio do direito autoral. Estes requisitos incluem a necessidade de que o autor seja uma pessoa física, que o resultado da criação seja atribuível ao autor, que a obra represente uma manifestação de criação intelectual, que a obra seja materializada em algum meio, que a criação não esteja sujeita a proibições legais específicas, que a obra apresente originalidade, ou seja, que não seja uma cópia de uma obra já existente, e que a obra contenha um nível mínimo de contribuição criativa, o qual, de acordo com os estudiosos, corresponde ao grau mínimo de originalidade necessário para que uma obra seja protegida pelo direito autoral (CHIRRU, 2023).

Considerando esses requisitos, a princípio, não haveria impedimento para que os produtos da indústria da moda fossem protegidos pelos direitos autorais, desde que atendam a esses critérios. No entanto, surge uma potencial dificuldade no requisito da originalidade, uma vez que a indústria da moda é conhecida por ser um setor dinâmico e cíclico. Nele, as tendências tendem a desaparecer e ressurgir ao longo dos anos, frequentemente sendo modificadas para se adequar à nova realidade, mas ainda tendo como base criações anteriores. Isso pode levantar questões sobre o grau de originalidade necessário para que uma criação na moda seja considerada uma obra autoral passível de proteção. Em um ambiente onde as influências históricas e as referências são comuns, definir o limite entre a inspiração legítima e a cópia é um desafio importante para a aplicação do direito autoral na indústria da moda (CHIRRU, 2023).

Além disso, é importante observar que as obras protegidas por direitos autorais não devem possuir caráter utilitário e funcional, o que pode representar um desafio significativo quando se trata da aplicação desses direitos aos produtos da indústria da moda. É certo que, embora não exista uma proibição legal explícita para a proteção autoral na moda, a natureza funcional dos bens de consumo desse setor pode, em muitos casos, dificultar a aplicação deste instituto de proteção. Isso ocorre porque os produtos de moda são frequentemente concebidos para cumprir uma função específica, como vestir e proteger o corpo, o que os diferencia de forma fundamental

de obras de arte ou literárias, que têm como principal objetivo expressar uma mensagem criativa. Portanto, a delimitação do que pode ser considerado uma criação autoral na moda e o que se enquadra como um produto funcional pode ser um desafio complexo (OLIVEIRA, 2023).

Diante desse cenário, é importante considerar outras formas de proteção da propriedade intelectual, como as marcas e os desenhos industriais, que podem ser mais adequadas para a indústria da moda, levando em conta sua natureza e características específicas. Em última análise, a abordagem ideal para a proteção da propriedade intelectual na moda pode variar de acordo com as circunstâncias individuais de cada criação, respeitando os princípios legais estabelecidos para garantir um equilíbrio entre a promoção da criatividade e a proteção dos direitos dos criadores na indústria da moda.

## 2 INTERAÇÕES ENTRE METAVERSO, MODA E DIREITO

No segundo capítulo deste estudo, intitulado "Interações entre Metaverso, Moda e Direito", a pesquisa se dedica a uma análise das complexas relações que existem entre o metaverso, a indústria da moda e o sistema jurídico.

Iniciando com os aspectos conceituais, a investigação começa por examinar o termo "metaverso", que emergiu como um conceito de grande relevância, atraindo considerável atenção tanto no âmbito acadêmico quanto na indústria tecnológica e cultural. O metaverso é definido como um espaço virtual tridimensional, persistente e compartilhado, povoado por diversos participantes, sejam eles indivíduos ou entidades digitais. Sua concepção e funcionamento resultam da convergência de tecnologias como realidade virtual, realidade aumentada, inteligência artificial e blockchain, com o propósito de criar uma experiência imersiva no ciberespaço.

O metaverso transcende as realidades virtuais tradicionais, expandindo-se para se tornar um universo paralelo que abrange múltiplas dimensões e interfaces interconectadas. Nele, os participantes não apenas interagem, mas também têm a capacidade de criar, modificar e compartilhar objetos, ambientes e experiências digitais de forma colaborativa. Sua característica de persistência significa que o ambiente virtual continua a existir, mesmo quando seus participantes estão offline, promovendo a continuidade das interações e a constante evolução desse espaço virtual.

A importância e o impacto do metaverso vão além do entretenimento virtual, estendendo-se para diversas indústrias, incluindo a moda e o sistema legal. Na indústria da moda, o metaverso abre novas possibilidades, permitindo a criação de roupas virtuais, acessórios e ambientes que podem ser experimentados e compartilhados online. Os consumidores podem explorar uma ampla variedade de estilos, personalizar seus avatares e expressar sua individualidade de maneiras inovadoras. No entanto, essas transformações não ocorrem sem desafios legais significativos, particularmente relacionados a questões de direitos autorais, marcas registradas e apropriação cultural.

No que diz respeito ao sistema jurídico, a ascensão do metaverso levanta questões complexas envolvendo jurisdição, proteção de dados, contratos virtuais e responsabilidade legal. As interações e transações no metaverso ultrapassam as fronteiras geográficas tradicionais, o que torna as jurisdições e regulamentações

existentes frequentemente inadequadas para lidar com as complexidades desse novo ambiente digital.

Além disso, no decorrer do capítulo será enfatizada a importância da marca no contexto jurídico, destacando seu papel fundamental na proteção da propriedade intelectual e na promoção da concorrência justa. São discutidas as implicações legais e jurisdicionais do metaverso e seu impacto no cenário da moda, bem como as questões relacionadas à privacidade e à proteção de dados. No contexto das leis de propriedade intelectual, são exploradas as implicações das patentes e seu papel na proteção da inovação.

## 2.1 ASPECTOS CONCEITUAIS ENTRE METAVERSO, MODA E DIREITO

O termo "metaverso", conforme afirma Pereira *et al.*, (2022) é um conceito emergente que tem suscitado considerável interesse tanto no meio acadêmico quanto na indústria tecnológica e cultural. O metaverso pode ser conceituado como um espaço virtual tridimensional, persistente e compartilhado, que é criado e habitado por múltiplos participantes, sejam eles indivíduos ou entidades digitais. Este espaço é construído através da convergência de tecnologias como realidade virtual (RV), realidade aumentada (RA), inteligência artificial (IA) e blockchain, com a finalidade de criar um ambiente imersivo e expansivo no ciberespaço.

O metaverso representa uma extensão das realidades virtuais existentes, buscando criar um universo virtual paralelo que abrange múltiplas dimensões e interfaces interconectadas. Neste contexto, conforme aponta Tori (2023) os participantes têm a capacidade de interagir, criar, modificar e compartilhar objetos, ambientes e experiências digitais de forma colaborativa. O metaverso é caracterizado por sua persistência, o que significa que o ambiente virtual continua a existir mesmo quando seus participantes estão offline, promovendo a continuidade das interações e a evolução constante do espaço.

Apesar de o metaverso compartilhar semelhanças com jogos e aplicações de realidade virtual, este tipo de ambiente exhibe atributos distintivos que o distinguem de outros contextos ou aplicações. Essas características fundamentais, conforme abordado por Morgado (2020), podem ser resumidas em dois requisitos essenciais: a capacidade de suportar múltiplos usos e a oferta de uma experiência imersiva de presença.

Os requisitos essenciais do metaverso, conforme delineados pelo autor citado, destacam-se como elementos fundamentais na sua definição e distinção de outros ambientes digitais. O primeiro requisito, a capacidade de ser multiusuário, implica que o metaverso deve oferecer um espaço virtual flexível que pode ser explorado e utilizado de maneira diversificada por múltiplos participantes. Isso significa que o ambiente não é restrito a uma única finalidade, mas sim pode acomodar uma ampla variedade de atividades, desde interações sociais até experiências comerciais e educacionais.

O segundo requisito, a presença imersiva, refere-se à habilidade do metaverso de proporcionar aos seus participantes uma experiência digital que simula muito envolvimento e realismo, onde os indivíduos se sentem verdadeiramente presentes no ambiente virtual, mesmo que estejam fisicamente separados. Essa presença imersiva é essencial para fomentar a interação social, a criação de conteúdo e a sensação de continuidade, tornando o metaverso um espaço virtual rico e envolvente.

As implicações do metaverso vão muito além da mera experiência de entretenimento virtual. Ele está se tornando um espaço no qual diversas indústrias convergem, incluindo a moda e o direito. O metaverso tem o potencial de transformar a forma como a moda é concebida, consumida e comercializada, ao mesmo tempo em que levanta questões complexas no âmbito legal, relacionadas a propriedade intelectual, privacidade e regulação de ativos digitais (MORGADO, 2020).

No contexto da moda, Menezes (2022) discorre que o metaverso possibilita a criação de roupas virtuais, acessórios e ambientes que podem ser experimentados e compartilhados online. Os consumidores têm a oportunidade de explorar diferentes estilos, personalizar seus avatares e expressar sua individualidade de maneiras inovadoras. No entanto, essas transformações introduzem desafios jurídicos significativos, especialmente relacionados a direitos autorais, marcas registradas e apropriação cultural.

No que diz respeito ao direito, a ascensão do metaverso levanta questões sobre jurisdição, proteção de dados, contratos virtuais e responsabilidade legal. Como os eventos e transações no metaverso não se limitam a um espaço geográfico específico, as jurisdições e regulamentações existentes podem não ser suficientes para abordar as complexidades dessas interações digitais (SILVA, 2023)

Ademais, é essencial explorar a interseção entre o metaverso, moda e direito para compreender como essas áreas interagem, quais desafios estão surgindo e como as sociedades contemporâneas estão respondendo a essa evolução

tecnológica e cultural. Essa análise pode oferecer insights valiosos para a compreensão das implicações sociais, culturais e legais do metaverso e suas influências na indústria da moda.

A marca desempenha um papel crucial no campo do direito, conforme estipulado pela Lei da Propriedade Industrial (LPI) no Brasil. De acordo com a LPI, a marca é definida como um sinal visualmente perceptível, como um logotipo, símbolo, palavra ou combinação de elementos, que tem como principal função distinguir produtos e serviços de origens diversas. Essa distinção é fundamental para proteger a reputação e a identidade de um produto ou serviço no mercado (DUARTE; BRAGA, 2018).

A Lei no. 9.279, de 14 de maio de 1996, estabelece as bases para a regulamentação das marcas registradas no Brasil, definindo os procedimentos de registro e os direitos associados a elas. Um dos principais benefícios do registro de marca é o direito de uso exclusivo conferido ao titular dentro do território nacional, no ramo de atividade econômica específico para o qual a marca foi registrada. Esse direito de exclusividade é essencial para a proteção da identidade e da propriedade intelectual de uma marca, permitindo ao titular evitar que terceiros usem a mesma marca ou uma semelhante em conexão com produtos ou serviços concorrentes (DUARTE; BRAGA, 2018).

Portanto, a Lei da Propriedade Industrial define e regulamenta o conceito de marca como um elemento visualmente perceptível que distingue produtos e serviços de origens diversas. O registro de marca conferido pela lei proporciona ao titular o direito de uso exclusivo em sua área de atuação econômica, garantindo a proteção da identidade e da propriedade intelectual da marca. Essa proteção legal desempenha um papel essencial na preservação da concorrência justa e na promoção da inovação no mercado, ao mesmo tempo em que assegura aos consumidores a capacidade de identificar a origem dos produtos e serviços que consomem.

## 2.2 O METAVERSO E SUAS IMPLICAÇÕES PARA A INDÚSTRIA DA MODA

A indústria da moda, que tradicionalmente se ancorou na materialidade e na presença física, tem sido profundamente afetada pelo advento do metaverso. Segundo Fernandes (2022) este novo espaço virtual introduz uma dimensão de inovação e transformação que transcende as práticas convencionais da moda. Os

consumidores agora têm a capacidade de criar e personalizar avatares virtuais, vestidos com roupas digitais únicas e explorar diferentes estilos em um ambiente virtual tridimensional. Marcas de moda, por sua vez, têm adentrado o metaverso, projetando e comercializando roupas virtuais que se tornam ativos desejáveis em si mesmas.

No entanto, as implicações do metaverso para a indústria da moda vão além das oportunidades criativas e de comercialização. O desafio central reside na complexidade da transição do mundo físico para o mundo virtual, com todas as questões legais e éticas que isso implica. Em particular, as preocupações envolvem a proteção da propriedade intelectual, direitos autorais, marcas registradas e patentes. A replicação não autorizada e a apropriação de designs de moda no metaverso criam dilemas jurídicos que requerem uma revisão crítica das leis de propriedade intelectual em face das realidades digitais emergentes. Nesta perspectiva Menezes (2022, p.41) afirma que:

Grande parte da aplicação das leis existentes, bem como a criação potencial de novas leis, no Metaverso permanece desconhecida. Em alguns casos, os regimes Jurídicos existentes podem aplicar-se claramente. Em outros casos, as leis existentes são inadequadas e os tribunais podem ser incumbidos de novas questões de aplicação de novas tecnologias. Ainda em outros casos, as leis existentes podem revelar-se insuficientes para lidar com condutas problemáticas, o que pode desencadear a aprovação de novas leis e regulamentações.

Além disso, aponta Veloso (2022) a natureza das transações no metaverso é mediada por contratos virtuais, que frequentemente desafiam as normas de contratos tradicionais e exigem adaptações legais para lidar com a complexidade e a natureza dinâmica dessas relações contratuais. A ascensão das moedas virtuais em transações no metaverso também traz consigo considerações regulatórias e fiscais, à medida que a gestão das finanças digitais requer novos modelos legais.

A privacidade e a proteção de dados também emergem como tópicos críticos. O metaverso coleta uma quantidade substancial de dados dos participantes, incluindo informações sobre seus comportamentos e identidades de avatares. Questões relacionadas à privacidade e à proteção de dados surgem no contexto dessa coleta de informações, destacando a necessidade de regulamentações atualizadas que se apliquem adequadamente a esse ambiente virtual.

A perspectiva da necessidade de regulamentações atualizadas para o ambiente virtual do metaverso é respaldada por leis e regulamentos já existentes e

por iniciativas em andamento em diversas jurisdições. Por exemplo, no âmbito global, o Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD) da União Europeia estabelece padrões rigorosos para a proteção de dados pessoais, incluindo a coleta e o processamento de informações em ambientes digitais. Embora o RGPD seja específico para a UE, suas disposições têm implicações globais, afetando qualquer entidade que lide com dados de cidadãos da UE, independentemente de sua localização (CORREA JUNIOR, 2022).

No contexto brasileiro, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) também é relevante para a regulamentação do metaverso, uma vez que estabelece diretrizes para o tratamento de dados pessoais no país. A LGPD garante direitos de privacidade aos indivíduos e exige que as empresas cumpram normas rígidas de proteção de dados, incluindo a obtenção de consentimento para a coleta de informações pessoais.

No que tange o metaverso, a aplicação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil envolve a consideração de vários artigos essenciais para a regulamentação do tratamento de dados pessoais. Notadamente, o Artigo 6º, que estabelece o Princípio da Finalidade e Adequação, requer que as empresas que operam no metaverso comuniquem de maneira transparente e específica os propósitos legítimos para a coleta de dados pessoais. Este princípio visa garantir que os participantes estejam plenamente informados sobre como seus dados serão utilizados nesse ambiente virtual (BRASIL, 2018).

Além disso, o Artigo 7º, que aborda o Princípio da Necessidade, impõe a restrição de que a coleta de dados deve ser estritamente limitada ao mínimo necessário para atender aos propósitos estabelecidos, o que se torna particularmente relevante no metaverso, onde a coleta excessiva de informações pode ser problemática. Portanto, a LGPD, ao incorporar esses artigos, desempenha um papel crítico na proteção da privacidade e na definição de padrões para o tratamento responsável de dados pessoais no contexto do metaverso brasileiro (BRASIL, 2018).

Além da consideração da configuração de produtos, que naturalmente se relaciona com os institutos de desenho industrial e modelos de utilidade, surge uma questão de igual relevância: a possibilidade de proteger como marca sinais compostos que incorporam obras de arte cujos direitos autorais tenham expirado, estando, assim, em domínio público. Nesse contexto, é pertinente indagar se tais obras de arte podem ser incorporadas em marcas comerciais, permitindo uma espécie de reapropriação e,

de certa forma, removendo-as do domínio público (RODRIGUES, KAC, ARRUDA, 2022).

A partir desse questionamento, inicia-se uma discussão que se estende da situação das obras de arte em si para a consideração da configuração dos produtos em que essas marcas são aplicadas. Tal reflexão sobre a relação entre obras de arte em domínio público e marcas comerciais é fundamental, pois envolve aspectos de propriedade intelectual, uso criativo e a fronteira entre a proteção da marca e a preservação do patrimônio cultural. O equilíbrio entre a proteção da propriedade intelectual e a promoção da criatividade e da inovação é um desafio complexo no campo do direito, e a interação entre obras de arte e marcas comerciais é um exemplo fascinante desse dilema.

Por fim, as implicações legais e jurisdicionais do metaverso são complexas, dado que esse espaço transcende as fronteiras físicas. A determinação da jurisdição adequada para resolver litígios relacionados ao metaverso e a definição da responsabilidade legal em eventos ocorridos nesse ambiente virtual são desafios que requerem considerações especiais.

Em síntese, o metaverso é um novo paradigma que reconfigura fundamentalmente a indústria da moda, desafiando as normas convencionais, ao mesmo tempo em que cria dilemas legais e éticos significativos. À medida que a interseção entre o metaverso e a moda continua a se expandir, é imperativo que as estruturas legais e regulatórias se adaptem para refletir as complexas dinâmicas dessa nova realidade. A pesquisa e o desenvolvimento de soluções legais inovadoras tornam-se, assim, essenciais para equilibrar a promoção da criatividade e inovação na moda com a proteção de direitos e interesses legais nesse contexto dinâmico (FERNANDES, 2022).

### 2.3 EXPLORANDO A IMPORTÂNCIA DAS PATENTES NO CONTEXTO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

A patente é um instrumento legal que confere ao seu detentor o direito de utilizar uma invenção em um território e por um período de tempo específicos. Sua função primordial é assegurar a proteção da invenção em prol do titular da patente, proibindo a fabricação, uso, distribuição ou venda comercial da invenção sem o consentimento do detentor (DUARTE, BRAGA, 2023).

A legislação aplicável à proteção de patentes é regida pela Lei de Propriedade Industrial (LPI).

Desta feita é necessário mencionar os diversos tipos de patentes disponíveis e os requisitos que um pedido de patente deve satisfazer para obter a concessão. No contexto da legislação brasileira, o direito de autor é previsto na Constituição Federal de 1988, em seu artigo 5º, XXVII, XXVIII e XXIX (BRASIL, 1988).

A proteção de patentes, por sua vez, é regida pela Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, conhecida como Lei de Propriedade Industrial (LPI) (BRASIL, 1996).

Sobre o aspecto internacional de patentes, temos o tratado mais notável e específico no campo das patentes é a Convenção de Cooperação em Patentes de 1978, um marco que surgiu durante a Convenção de Paris em 1978.

Sua função primordial é otimizar os procedimentos de solicitação, busca, e exame de patentes, bem como facilitar a disseminação de informações técnicas contidas nas patentes. A Cooperação em Patentes se destaca como um dos acordos mais amplamente adotados, desempenhando um papel fundamental no avanço da cooperação internacional em relação às patentes (DUARTE, BRAGA, 2023).

Este tratado representou um esforço significativo para estabelecer uma entidade que supervisionasse os registros de patentes em todo o mundo, promovendo a padronização e facilitando a proteção global da propriedade intelectual.

A LPI definiu em seu artigo 6º, os tipos de patente:

Art. 6º Ao autor de invenção ou modelo de utilidade será assegurado o direito de obter a patente que lhe garanta a propriedade, nas condições estabelecidas nesta Lei.

§ 1º Salvo prova em contrário, presume-se o requerente legitimado a obter a patente.

§ 2º A patente poderá ser requerida em nome próprio, pelos herdeiros ou sucessores do autor, pelo cessionário ou por aquele a quem a lei ou o contrato de trabalho ou de prestação de serviços determinar que pertença a titularidade.

§ 3º Quando se tratar de invenção ou de modelo de utilidade realizado conjuntamente por duas ou mais pessoas, a patente poderá ser requerida por todas ou qualquer delas, mediante nomeação e qualificação das demais, para ressalva dos respectivos direitos.

§ 4º O inventor será nomeado e qualificado, podendo requerer a não divulgação de sua nomeação. (LPI).

A categoria de Patente de Invenção (PI) abrange produtos ou processos que atendem aos requisitos essenciais de atividade inventiva, novidade e aplicação industrial. Uma invenção só pode ser considerada uma patente de invenção se apresentar uma solução inovadora para um problema técnico dentro de um campo

específico. Essas inovações podem envolver produtos industriais, como dispositivos, aparelhos, objetos, compostos e composições, ou atividades industriais, como métodos e processos (DUARTE, BRAGA, 2023). Para se qualificar como uma patente de invenção, a criação deve ser completamente nova, ou seja, inédita.

Já a categoria de Patente de Modelo de Utilidade (MU) se aplica a objetos de uso prático, ou partes deles, que podem ser aplicados industrialmente e apresentam uma nova forma ou disposição, além de conter um ato inventivo que resulta em melhorias funcionais. Nesse contexto, a patente de modelo de utilidade é direcionada para inovações que não necessariamente representam uma invenção totalmente nova, mas trazem melhorias tangíveis no funcionamento ou na disposição de objetos práticos.

O Certificado de Adição de Invenção (C) desempenha um papel significativo na proteção de aperfeiçoamentos ou desenvolvimentos introduzidos em uma invenção existente, mesmo que essas melhorias não atendam aos critérios de atividade inventiva. No entanto, essas melhorias ainda precisam estar dentro do mesmo conceito inventivo. A solicitação de um Certificado de Adição de Invenção (C) pode ser feita a qualquer momento durante a vigência da patente original e dentro do prazo de validade desta patente. Essa abordagem visa garantir a proteção do progresso técnico de uma solução já existente, que não constitui uma inovação inteiramente nova. É importante ressaltar que esse certificado só é concedido para patentes de invenção e não se aplica a modelos de utilidade ou desenhos industriais.

Por fim, a flexibilidade no sistema de patentes é fundamental para encorajar o aprimoramento contínuo e o desenvolvimento de soluções técnicas, mesmo que não sejam revolucionárias, evitando assim a perda de contribuições valiosas que, em alguns casos, podem tornar produtos economicamente viáveis apenas após aperfeiçoamentos subsequentes.

### 3 NFTS, MODA E O DIREITO

No terceiro capítulo deste estudo, intitulado "NFTs, Moda e o Direito", é explorada a interseção de tecnologia, moda e aspectos legais, com foco nas inovações trazidas pelos Non-Fungible Tokens (NFTs). Nesse contexto, os NFTs representam uma categoria especial de ativos digitais que conferem singularidade e autenticidade a itens no mundo virtual, diferenciando-se das criptomoedas tradicionais. A singularidade e exclusividade desses ativos têm implicações significativas na economia digital contemporânea.

Dentro da indústria da moda, o uso de NFTs introduziu uma revolução marcante. Os consumidores agora têm a capacidade de criar, colecionar e exibir roupas digitais únicas e exclusivas em avatares virtuais em ambientes tridimensionais. As marcas de moda, por sua vez, expandem seu alcance para o metaverso, projetando e comercializando roupas virtuais desejáveis. Essa transformação não se limita ao mero entretenimento digital, mas sim desencadeia uma mudança profunda na forma como os consumidores interagem com a moda, permitindo uma expressão de estilo individual e oportunidades inovadoras para explorar tendências e criações.

No entanto, essa evolução tecnológica também apresenta um conjunto complexo de desafios legais. Questões relacionadas à proteção de direitos autorais, regulamentação financeira, autenticidade de transações e jurisdição são algumas das questões críticas que surgem à medida que o universo dos NFTs e da moda digital se expande. A interação entre a tecnologia, a indústria da moda e o direito cria uma paisagem multifacetada que exige uma análise abrangente e uma compreensão das implicações legais, éticas e culturais desse cenário em constante evolução.

Portanto, esta seção se propõe a investigar essas interações e examinar como a sociedade contemporânea responde a essa convergência tecnológica e cultural, buscando soluções inovadoras para equilibrar a promoção da criatividade e inovação na moda com a proteção de direitos e interesses legais nesse contexto dinâmico.

### 3.1 NON-FUNGIBLE TOKENS (NFTS)

Os Non-Fungible Tokens (NFTs) são uma inovação notável no domínio da tecnologia blockchain. De acordo com Marques (2021) eles representam uma categoria especial de tokens criptográficos que conferem singularidade e autenticidade a ativos digitais. Diferentemente das criptomoedas convencionais, como o Bitcoin ou o Ethereum, que são fungíveis e podem ser trocadas por outras unidades idênticas, os NFTs representam ativos únicos que não podem ser substituídos por tokens equivalentes na mesma rede blockchain.

Essa característica de singularidade e exclusividade torna os NFTs especialmente adequados para a representação de ativos digitais não duplicáveis, como obras de arte, música, vídeos, itens de jogos eletrônicos, tokens colecionáveis e até mesmo trechos de código. Cada NFT é insubstituível e possui um valor exclusivo que pode ser rastreado e autenticado na blockchain. Isso confere aos criadores e detentores de NFTs um meio inovador de garantir a autoria e a propriedade de ativos digitais (MARQUES, 2021)

O impacto dos NFTs tem sido especialmente evidente no mundo da arte digital. Artistas agora têm a capacidade de criar e vender obras digitais sob a forma de NFTs, possibilitando a monetização de seu trabalho e a garantia de direitos autorais. Museus e galerias de arte começaram a explorar o uso de NFTs para autenticar suas coleções e disponibilizar obras de arte digital para um público global.

Um dos elementos centrais que a indústria da moda está explorando nesse contexto é a noção de raridade de produtos, algo que os NFTs exemplificam com maestria. Essa raridade é intrínseca aos NFTs, uma vez que cada um deles é singular, não havendo duplicatas idênticas de um item específico. A psicologia do consumidor frequentemente é motivada pelo desejo de possuir algo considerado raro e exclusivo, um desejo que tem raízes profundas na nossa sociedade. Essa tendência de valorizar o exclusivo e o único levou à comercialização bem-sucedida de coleções por diversas marcas no mundo da moda (RUSSO, 2022).

A capacidade de garantir autenticidade e singularidade através dos NFTs não só atende a esse desejo intrínseco por raridade, mas também abre novas possibilidades para as marcas e os consumidores interagirem em um mercado que valoriza a autenticidade e a individualidade. À medida que essa abordagem se aprofunda, a indústria da moda está explorando maneiras inovadoras de cativar seu

público e de estabelecer novas formas de autenticidade e valor no mercado de moda virtual.

Além da arte, a indústria de entretenimento tem adotado os NFTs de maneira significativa. Músicos podem lançar álbuns e músicas como NFTs, oferecendo aos fãs acesso exclusivo a conteúdo e benefícios únicos. Os NFTs também têm revolucionado a experiência dos jogos eletrônicos, permitindo que os jogadores comprem, vendam e negociem itens dentro dos jogos, criando economias virtuais vibrantes. Nesta perspectiva Belém (2022, p. 17) aponta que:

Os adventos de inovações tecnológicas permitem a ampliação de oportunidades para os autores de obras. Dessa forma, observa-se que o crescimento exponencial do uso da internet e as plataformas digitais inseridas nela foram essenciais para desenvolver um ambiente farto de possibilidades para um artista, na capacidade de um profissional cujo trabalho depende de sua publicidade e visibilidade

A criação de NFTs tornou-se acessível por meio de várias plataformas, o que incentivou uma explosão de criatividade. Os criadores estão experimentando novas formas de arte digital, desde animações até realidades virtuais, impulsionando a expansão e diversificação do mercado de NFTs.

No entanto, esse rápido crescimento do mercado de NFTs não está isento de desafios e críticas. A questão ambiental é uma das principais preocupações, uma vez que a mineração de criptomoedas usada na blockchain envolve um alto consumo de energia e emissões de carbono significativas. O debate sobre a sustentabilidade dessas práticas é uma discussão essencial (ANDRADE, 2022).

Outra questão crítica é a especulação e volatilidade dos preços dos NFTs. Isso levanta questões sobre a viabilidade a longo prazo do mercado de NFTs e a necessidade de regulamentações adequadas para proteger os investidores e criadores.

Além dessas questões, a regulação do mercado de NFTs é complexa, pois esses ativos digitais não se encaixam perfeitamente nas estruturas regulatórias existentes. A falta de padronização e orientação legal clara em relação a impostos e regulamentos pode gerar incertezas para os participantes do mercado.

Outrossim, os Non-Fungible Tokens (NFTs) representam uma transformação significativa na economia digital, oferecendo novas oportunidades para criadores e investidores. No entanto, essas inovações também geram desafios críticos relacionados a questões ambientais, regulatórias, de segurança e de direitos autorais.

À medida que essa tecnologia continua a evoluir, será essencial abordar essas questões para garantir um crescimento sustentável e inovação contínua no mercado de NFTs (ANDRADE, 2022).

Cabe ressaltar a iniciativa de da Louis Vuitton de lançar o jogo de NFT "Louis: The Game to celebrate the 200th birthday of its founder" é um exemplo notável de como as marcas de moda de luxo estão aproveitando a tecnologia NFT para envolver seus clientes de maneira única e celebrar sua história. Através desse jogo, a marca está incorporando elementos de entretenimento e interação que vão além da simples aquisição de produtos de moda (RUSSO, 2022).

Ao coletar velas no jogo, os participantes estão imersos na experiência da marca e são incentivados a explorar a história, inovações e colaborações da Louis Vuitton. O desbloqueio de cartões postais que retratam a história da marca é uma forma de contar a narrativa da Louis Vuitton de maneira envolvente, aproximando os clientes e fãs da marca de sua rica herança. Isso não só promove o conhecimento da marca, mas também reforça o valor da autenticidade, exclusividade e raridade associados à Louis Vuitton.

Essa estratégia exemplifica como as marcas de luxo estão buscando utilizar os NFTs não apenas como itens de coleção, mas como uma ferramenta para fortalecer o relacionamento com seus clientes e criar experiências únicas no metaverso. Ao fazê-lo, a Louis Vuitton não apenas celebra seu fundador e sua história, mas também se posiciona como uma marca que abraça a inovação e a evolução digital.

Além disso, segundo (PACETE, 2022 apud RUSSO) outras marcas, incluindo estas da moda de luxo como a Gucci, que vendeu o NFT "Aria" por US\$25.000, e a Overpriced, que comercializou um moletom NFT por US\$26.000, têm obtido êxito ao explorar o metaverso.

Em um avanço notável, a plataforma Decentraland promoveu, em março de 2022, o primeiro desfile de moda no Metaverso, com a participação de marcas proeminentes, como Tommy Hilfiger e Dolce & Gabbana (PACETE, 2022).

Esse evento ilustra como a indústria da moda está adotando uma abordagem inovadora para se manter relevante em um mundo cada vez mais digital, redefinindo a experiência do consumidor por meio da interseção entre moda e metaverso.

### 3.2 INTERAÇÕES SOCIAL, ECONÔMICA E QUESTÕES LEGAIS NO METAVERSO DA MODA

O metaverso, um ambiente virtual tridimensional que transcende as fronteiras da realidade física, emergiu como uma realidade alternativa onde as interações sociais, a economia virtual e as questões legais se entrelaçam de maneira complexa. No contexto do metaverso da moda, essa convergência de elementos oferece uma perspectiva fascinante sobre como a moda é criada, comercializada e consumida (SANTOS, 2022).

Dentro do metaverso da moda, as interações sociais ganham uma dimensão única. Os participantes têm a capacidade de criar avatares personalizados que refletem sua identidade e estilo pessoal. Isso não só promove a expressão da individualidade, mas também incentiva a socialização em comunidades virtuais dedicadas à moda. Essas interações sociais transcendem barreiras geográficas, criando oportunidades para a formação de redes e conexões globais.

A economia virtual no metaverso da moda é uma esfera em constante expansão. Os participantes podem comprar roupas virtuais exclusivas, criar suas próprias marcas de moda e até mesmo realizar desfiles de moda virtuais. Essa economia virtual desafia as convenções do comércio tradicional, abrindo novas oportunidades para empreendedores digitais e para consumidores ávidos por experiências de moda únicas. Os ativos digitais representando roupas e acessórios têm se tornado uma forma tangível de investimento (VELOSO, 2022).

Essa economia virtual também gera complexidades legais. Segundo Pereira *et al.*, (2022) a criação e venda de roupas virtuais envolvem contratos digitais, transações financeiras e questões de propriedade intelectual. A proteção de designs e marcas contra a cópia não autorizada é uma preocupação essencial à medida que a moda digital continua a prosperar. A aplicação adequada das leis em um ambiente virtual transcende as jurisdições físicas tradicionais e requer abordagens inovadoras para resolver disputas e garantir a aplicação das regras.

A autenticidade de itens de moda no metaverso é assegurada por meio da utilização de Tokens Não Fungíveis (NFTs). Segundo Lima (2022) Os NFTs representam uma forma de comprovar a autenticidade e a proveniência de itens virtuais, permitindo a rastreabilidade e a proteção contra falsificações. No entanto, a implementação desses tokens também geram desafios regulatórios e legais

relacionados a direitos autorais, regulamentações financeiras e autenticidade de transações. A regulação dessas transações e a garantia da autenticidade são questões em desenvolvimento.

As questões de privacidade no metaverso são fundamentais. O ambiente virtual coleta uma quantidade substancial de dados dos usuários, incluindo informações de comportamento, preferências de estilo e detalhes dos avatares. Isso suscita questões importantes sobre a proteção de dados pessoais e a privacidade digital dos participantes, levando à necessidade de regulamentações adequadas para salvaguardar essas informações (LIMA, 2022).

De fato, a jurisdição no metaverso é um campo legal complexo em constante evolução. Enquanto a economia virtual e as interações digitais continuam a prosperar nesse ambiente tridimensional e global, questões relativas à aplicação das leis e à resolução de disputas se tornam cada vez mais prementes. A principal complexidade reside na determinação da jurisdição adequada para resolver questões legais, dada a natureza transcultural do metaverso e a ausência de fronteiras físicas claras (LIMA, 2022).

Atualmente, a questão da jurisdição atrelada ao metaverso é uma área que está passando por adaptações e inovações legais. À medida que as atividades comerciais e sociais no metaverso se tornam mais difundidas e diversificadas, é necessário desenvolver abordagens especializadas para resolver disputas e aplicar as leis de maneira eficaz. Isso inclui a definição de quais jurisdições têm autoridade legal em casos que envolvem participantes de diferentes partes do mundo e a elaboração de procedimentos legais que sejam adequados para o ambiente virtual (LIMA, 2022).

Um outro aspecto atribuído ao metaverso é a diversidade e a inclusão no da moda, sendo estes tópicos fundamentais. Representação de diferentes grupos étnicos, culturais e de gênero é uma consideração importante para promover equidade e inclusão no espaço virtual. A promoção de ambientes inclusivos e a celebração da diversidade são metas essenciais (OLIVEIRA; FERNANDES, 2023).

A segurança cibernética também é uma preocupação crítica no metaverso. As carteiras digitais usadas para armazenar ativos virtuais são alvos de invasões e roubos. A proteção contra ameaças cibernéticas e a segurança de dados pessoais são considerações vitais à medida que o metaverso continua a se expandir (MENEZES, 2022).

Além das preocupações de segurança, a proteção contra cópias não autorizadas de roupas virtuais é uma preocupação constante. À medida que o mercado de moda digital cresce, garantir que os criadores sejam devidamente compensados e que a autoria seja respeitada é um desafio legal significativo (MENEZES, 2022).

A educação e conscientização sobre direitos e responsabilidades no metaverso são essenciais. De acordo com Tori (2022) os participantes do metaverso precisam entender suas obrigações legais, desde contratos virtuais até direitos autorais e regulamentos financeiros. A disseminação do conhecimento sobre as regras e regulamentos do espaço virtual é fundamental para manter a integridade do ambiente.

A regulação financeira no metaverso representa uma área em rápida mutação, uma vez que a economia virtual do metaverso cria novas formas de interação financeira e atividades econômicas. A utilização de moedas virtuais, como as criptomoedas, é fundamental para as transações no metaverso, e isso demanda regulamentações específicas para garantir a integridade, a segurança e a transparência dessas transações (VELOSO, 2022).

O desafio fundamental na regulamentação financeira do metaverso reside no equilíbrio delicado entre a promoção da inovação tecnológica e a proteção dos investidores e participantes. Por um lado, a tecnologia por trás das criptomoedas e dos ativos digitais pode abrir novas oportunidades de investimento e modelos de negócios inovadores, incentivando o crescimento econômico. Por outro lado, a falta de regulamentação ou regulamentações inadequadas pode levar a riscos significativos, incluindo fraude, lavagem de dinheiro e manipulação de mercado (VELOSO, 2022).

Portanto, a regulamentação financeira no metaverso deve ser projetada para fomentar a inovação, ao mesmo tempo em que estabelece diretrizes claras e mecanismos de fiscalização para proteger os interesses dos investidores e a estabilidade do sistema financeiro. Isso implica na necessidade de colaboração entre reguladores, governos e a indústria de tecnologia para desenvolver regulamentações eficazes e adaptáveis à evolução rápida desse ambiente virtual. Em última análise, a regulamentação financeira no metaverso deve ser vista como uma ferramenta para viabilizar o crescimento sustentável desse espaço virtual, protegendo simultaneamente os investidores e a integridade do sistema financeiro (NONAKA, 2023).

Em síntese, o metaverso da moda representa um domínio fascinante onde as interações sociais, a economia virtual e as questões legais se entrelaçam de maneira complexa. O equilíbrio entre a promoção da inovação, a proteção dos direitos e a definição de regulamentações adequadas é essencial nesse ambiente em constante evolução. À medida que a moda digital continua a florescer, a pesquisa e o desenvolvimento de soluções legais inovadoras serão fundamentais para enfrentar os desafios interdisciplinares que surgem nesse cenário inovador.

### 3.3 PATENTE NFT: A INOVAÇÃO DO MERCADO DA MODA DE LUXO PARA PROTEGER A PROPRIEDADE INTELECTUAL NO METAVERSO

Inicialmente destaco o papel central da moda como uma expressão cultural que ecoa os valores e estilos de vida da sociedade, desempenhando um papel de destaque tanto no âmbito social quanto no econômico. A indústria da moda, uma esfera multifacetada que abrange design, produção e marketing, enfrenta desafios substanciais devido à constante evolução do comportamento da sociedade, com um foco específico na moda de luxo.

Dessa forma há uma enorme preocupação com a questão da pirataria, que prejudica fabricantes de vestuário em escala global, bem como as inovações tecnológicas, com um enfoque específico no metaverso, para compreender como esses desafios impactam a indústria da moda e quais medidas são implementadas para proteger seus interesses (RUSSO, 2022). Nessa toada temos a interseção entre o mercado da moda, a proteção da propriedade intelectual e os avanços tecnológicos, particularmente no metaverso, com o propósito de compreender como a indústria da moda de luxo enfrenta essas questões e se adapta a esse cenário em constante transformação.

As marcas desempenham um papel fundamental como elementos distintivos dos produtos, permitindo que sejam identificados e diferenciados dos concorrentes. Para as empresas de produtos de luxo, as marcas são mais do que apenas identificadores; elas representam uma posição de destaque no mercado e uma marca de status (RUSSO, 2022).

O registro dessas marcas junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) oferece a oportunidade de serem reconhecidas como marcas de alto renome,

um exemplo notável sendo a marca "Chanel" da empresa Chanel Sarl (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2021).

No entanto, a prática da pirataria e falsificação resulta na apropriação indevida dessas renomadas marcas, atraindo consumidores com preços significativamente mais baixos e produtos que se assemelham aos autênticos. Isso não apenas cria confusão entre os consumidores e promove a concorrência desleal, mas também leva à diluição da marca, prejudicando diretamente as operações das empresas que atuam na indústria da moda.

A indústria da moda enfrenta desafios significativos, como a luta contra a pirataria e a adaptação às mudanças no comportamento do consumidor. A geração Z desempenha um papel fundamental nesse cenário, impulsionando o consumo de produtos de luxo e impulsionando as vendas (KIRJAVAINEN, 2022). Além disso, a digitalização da indústria da moda, acelerada pela pandemia do Coronavírus, afetou especialmente o setor de luxo, obrigando-o a adotar uma abordagem mais voltada para o meio eletrônico para manter sua relevância. Uma tendência de destaque nesse contexto é o Metaverso, uma realidade virtual que não busca substituir, mas aprimorar a experiência do mundo físico.

O NFT, por sua natureza como um bem não fungível, ressalta sua característica de exclusividade. Isso o torna particularmente valioso para os criadores na indústria da moda, pois permite a introdução de novos atributos aos seus produtos. Através dessa tecnologia, os produtos mantêm sua natureza intangível, continuando únicos em relação a qualquer outra criação, mas ao mesmo tempo, ao impedir qualquer forma de reprodução, tornam-se excludentes e intransferíveis, restrito apenas ao detentor original (RUSSO, 2022).

As tentativas de replicação on-line são efetivamente evitadas através do uso de tokens não fungíveis, assegurando que somente o criador original possa usufruir de suas criações, eliminando o risco de usurpação. Dado que a reprodução não autorizada é uma das principais preocupações da indústria da moda, o NFT oferece à indústria a confiança de que suas marcas registradas serão exploradas apenas por ela (RUSSO, 2022).

Embora o NFT, por si só, não garanta o direito exclusivo sobre uma marca, especialmente se ela já estiver devidamente registrada junto ao órgão competente, como o INPI no caso do Brasil, ele acrescenta uma camada adicional de proteção e exclusividade, seja no ambiente físico ou digital. Além disso, o NFT proporciona outros

benefícios, como permitir que os criadores recebam uma porcentagem dos lucros quando o NFT é revendido. Portanto, mesmo que uma marca venda um NFT a um cliente e este a revenda a terceiros, a marca continua a receber benefícios financeiros.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Neste trabalho, foram exploradas três áreas cruciais que convergem na interseção entre moda e direito. No primeiro capítulo da pesquisa, foi aprofundada a interligação entre o Fashion Law e a Propriedade Intelectual, sublinhando a relevância da estrutura legal para preservar a criatividade e a inovação no âmbito da indústria da moda. Durante essa investigação, tornou-se notável a imperatividade de encontrar um equilíbrio delicado entre a proteção das criações e a natureza efêmera e cíclica das tendências da moda. Esse equilíbrio é essencial para garantir que os criadores sejam incentivados a continuar inovando, ao mesmo tempo em que respeitam as influências da indústria que estão sempre evoluindo. Essa dicotomia complexa requer um enfoque cuidadoso nas políticas legais e regulamentações para nutrir a vitalidade da moda como um domínio criativo e comercial.

No segundo capítulo da pesquisa, uma análise aprofundada foi realizada nas intrincadas interações entre o metaverso, a moda e o campo jurídico. O metaverso surge como um ambiente virtual tridimensional que redefine radicalmente a maneira como a moda é vivenciada e compartilhada, transformando a experiência de consumo e criação. Contudo, essa revolução tecnológica traz consigo desafios legais significativos, particularmente em relação a questões de direitos autorais, marcas registradas e responsabilidades, à medida que o setor da moda se expande para o domínio digital. A integração bem-sucedida da moda no metaverso requer um exame cuidadoso e uma adaptação das práticas e regulamentos legais para atender às demandas únicas e em constante evolução desse novo cenário.

No terceiro capítulo da pesquisa, direcionamos nosso foco para as profundas implicações do uso de Non-Fungible Tokens (NFTs) na indústria da moda. A tecnologia NFT está efetivamente redesenhando os paradigmas de autenticação e posse, criando um terreno fértil para inovações criativas sem precedentes. No entanto, ao mesmo tempo em que os NFTs oferecem oportunidades empolgantes, eles também introduzem desafios complexos que abrangem desde preocupações ambientais até questões de direitos autorais. Este capítulo realçou a urgente necessidade de

estabelecer regulamentações atualizadas para lidar com esses desafios de maneira abrangente e eficaz, assegurando a integridade e a sustentabilidade da indústria da moda em meio a esta revolução tecnológica.

Este trabalho é de significativa importância para a área jurídica, pois aborda questões em constante evolução na indústria da moda, fornecendo insights sobre como as leis podem se adaptar às mudanças tecnológicas e culturais. Além disso, contribui para o contexto acadêmico ao expandir o corpo de conhecimento sobre as interações entre moda e direito, fornecendo uma base sólida para futuras pesquisas nessa área dinâmica. Socialmente, este trabalho também é relevante, uma vez que a moda desempenha um papel fundamental na cultura e na expressão pessoal.

Portanto, a presente pesquisa lança luz sobre as complexidades da moda e do direito, e como essas complexidades impactam a sociedade. Em que a moda desempenha um papel central. À medida que a moda continua a se reinventar, o direito desempenha um papel crucial na manutenção do equilíbrio entre proteção e criatividade, promovendo assim uma indústria da moda vibrante e inovadora.

## REFERÊNCIAS

BAIL, Pedro Félix; WECHINEWSKY, Patricia Minini. A propriedade intelectual aplicada às tecnologias imateriais: desafios do direito e doutrina. **Academia de Direito**, v. 3, p. 675-694, 2021.

BELEM, Andre Luis Lopes de Oliveira. **A criação de NFTs como nova forma de violação de direitos autorais de artes digitais**. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Direito) Universidade Presbiteriana Mackenzie 2022.

BRASIL (1996) [lei nº 9.2796](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm) disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19279.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm) acesso em: 20 Out de 2023

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. **Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 mai. 1996. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19279.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm). Acesso em: 27 out. 2023.

BRITO, Katharina Lopes da Fonseca. Importância da propriedade industrial na indústria da moda. Monografia (Bacharel em Direito). Universidade Presbiteriana Mackenzie do Estado de São Paulo. 2023.

BUAINAIN, Antônio Márcio; SOUZA, Roney Fraga. Propriedade Intelectual e desenvolvimento no Brasil. **Rio de Janeiro: Ideia D**, 2019.

CORREA JUNIOR, Ezenilson Valeriano. **Utopia da proteção de dados no mundo digital: Uma percepção social sobre a segurança de dados a partir da LGPD**. Monografia apresentada como requisito parcial à conclusão do curso de Direito da Faculdade Evangélica de Rubiataba, 2022

CUNHA, Israel Doudement de Albuquerque. A pirataria na indústria da moda. Monografia (Bacharel em Direito) Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac. 2023.

DE MENDONÇA, Beatriz Garcia Lopes Naves. fashion law e propriedade intelectual: a proteção jurídica das criações de moda. **Intertem@s ISSN 1677-1281**, v. 43, n. 43, 2022.

DIAS, Maria Carolina Cavalcante; CRESCITELLI, Edson; YOJO-ANG, Angela Satiko. Engajamento dos Consumidores da Geração Z em propaganda com mensagem de Responsabilidade Social Corporativa (CSR): uma revisão da literatura. **Anais**, 2022.

DO AMARAL, Jordana Siteneski; BOFF, Salete Oro. A instrumentalização dos direitos autorais em narrativas transmidiáticas por meio dos contratos. **ANAIS DO XIV CODAIP**, p. 206. 2021.

DUARTE, Melissa F.; BRAGA, Prestes C. **Propriedade intelectual**. Editora Grupo A, 2018. E-book. ISBN 9788595023239. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595023239/>. Acesso em: 27 out. 2023.

DOMINGUES, Juliana Oliveira et al. (Ed.). **Fashion Law: O Direito está na moda**. Editora Singular, 2020.

FERNANDES, Afonso Fonseca. O que é METAVERSO?. **BIUS-Boletim Informativo Unimotrisaúde em Sociogerontologia**, v. 30, n. 24, p. 1-4, 2022.

GRILLO, Michelle. Moda e metaverso: uno studio esporativo sulla prima metaverso fashion week. **Visual Review. International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual**, v. 10, n. 2, p. 1-10, 2022.

LIMA, Julia Affeld Martins de. NFTS: da revolução tecnológica à evolução jurídica. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Jurídicas e Sociais) Universidade Federal do Rio Grande do Sul 2022.

LORENZON, Beatriz Alves. Aspectos jurídicos da moda: o fashion law e sua viabilização para a dissolução de conflitos relacionados à propriedade industrial. **Intertem@s ISSN 1677-1281**, v. 38, n. 38, 2019.

MACHADO, Sophia. **Marketing no metaverso: análise das perspectivas de profissionais do mercado**. Trabalho de Curso do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina. 2023.

MAIA, Claudia Elly Larizzatti. Protocolo de madri: a importância das mudanças para o registro das marcas no brasil, em face da globalização da economia e da função social da empresa. **Duc In Altum-Cadernos de Direito**, v. 12, n. 27, 2020.

MAIA, Livia Barboza. **A proteção do direito da moda pela Propriedade Intelectual**. Portal Intelectual. [S.l.]: 2016.

MARQUES, Alessandra de Lima et al. Non fungible token: como a contabilidade pode se relacionar aos ativos criptográficos. (Monografia) (Graduação em Ciências Contábeis) Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2021.

MATOS, Larissa Pontes Dias. **Os produtos “inspired”: violações à propriedade intelectual sob a perspectiva do Direito da moda**. Monografia (Bacharel em Direito). Faculdade de Direito da Universidade de Brasília, 2022.

MELO, Josivaldo Silva. **A (im) possibilidade de limitação da propriedade intelectual em prol do interesse público**. Monografia (Graduação em Direito) Faculdade de Direito de Alagoas (FDA), 2023.

MENEZES, Thiago Viana de. **Novas perspectivas do direito no metaverso e suas interrelações**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Faculdade de Direito da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2022.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. **Marcas de alto renome em vigência no Brasil**. 2021. Disponível em: [https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/guia-basico/inpi\\_marcas\\_marcasdealtorenomeemvigencia\\_19\\_01\\_20211.pdf](https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/guia-basico/inpi_marcas_marcasdealtorenomeemvigencia_19_01_20211.pdf). Acesso em: 27 out. 2022.

MORAIS, Dario Joaquim Lúcio Tavares Gomes. **propriedade intelectual, conflitos nos direitos autorais e desafios diante o direito sucessório**. (Monografia) Bacharelado em Direito. Pontifícia Universidade Católica de Goiás, 2023.

MORGADO, Leonel. Os mundos virtuais e o ensino-aprendizagem de procedimentos. **Revista Educação e cultura contemporânea**, v. 6, n. 13, 2020.

NONAKA, Carla Suemi; JUNIOR, Claudinei Pedroso Gomes; FERREIRA, Alessandro José Padin. Explorando as possibilidades do metaverso: o futuro da interação, educação e finanças. **Revista Processando o Saber**, v. 15, n. 01, p. 148-163, 2023.

OLIVEIRA, Mariana Tozzo. Fashion law: análise jurídica da possibilidade de aplicação do direito autoral como proteção às criações de moda no Brasil. Artigo científico (Bacharel em Direito) Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB). 2023

OLIVEIRA, Nathalia Coelho; FERNANDES, Ana Carolina Machado. Sinais de mudança na moda: uma pesquisa sobre as principais tendências, desafios e oportunidades para o setor nacional. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, v. 7, n. 2, p. 1-17 2023

OLIVEIRA, Thainá de. Análise da possibilidade de proteção legal da criação de moda a partir do registro de desenho industrial. **Direito-Tubarão**, 2020.

KIRJAVAINEN, Emma. **The future of luxury fashion brands through NFTs**. Aalto School of Business. 2022. Disponível em: <https://aalto.fi/handle/123456789/114089>. Acesso em: 27 out. 2023.

PACETE, Luis Gustavo. **Desfile no metaverso tem Dolce & Gabbana, Tommy Hilfiger e Paco Rabanne**. Forbes. 2022. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/03/desfile-no-metaverso-tem-dolce-gabbana-tommy-hilfiger-e-paco-rabanne/>. Acesso em: 27 out. 2023.

PEREIRA, Ricardo et al. O Metaverso e o dilema da inovação: reflexões sobre a possibilidade do conhecimento. In: **KM Brasil 2022. 17º Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento**. 2022.

PEREIRA, Ricardo et al. O Metaverso e o dilema da inovação: reflexões sobre a possibilidade do conhecimento. In: **KM Brasil 2022. 17º Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento**. 2022.

PIMENTA, Eduardo Salles. O histórico legislativo dos Direitos Autorais no Brasil. **Revista Rede de Direito Digital, Intelectual & Sociedade**, v. 1, n. 2, p. 53-81, 2021.

RAMOS, Carolina Martins Coelho Pereira. **Cria creative reality impacting the actual: projeto de identidade visual e criação de moda para marca de streetwear no metaverso**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação

Visual-Design)-Escola de Belas Artes, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

RIBEIRO, Natália et al. **A aplicação da propriedade intelectual e o direito autoral na fashion law.** (Artigo Científico Trabalho de Curso II), Graduação em Direito. Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUCGOIÁS). 2022.

RIO, Eduardo Rodrigues. **Sobre o desenho industrial e sua proteção jurídica.** Anais do 3º encontro Internacional História e Parcerias, 2018.

RODRIGUES, David F.; KAC, Larissa Andréa C.; ARRUDA, Vinicius Cervantes G. **Propriedade intelectual e revolução tecnológica.** Editora Grupo Almedina (Portugal), 2022. E-book. ISBN 9786556274973. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556274973/>. Acesso em: 27 out. 2023.

RUSSO, Daniela Monteiro. **O uso de NFT pelo mercado da moda de luxo como forma de proteção da propriedade intelectual no metaverso.** Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Direito) Universidade Presbiteriana Mackenzie. 2022.

SANTOS, Gabrielle Cristina Dias da Silva. **Apropriação cultural na indústria da moda: uma análise sob a perspectiva da propriedade intelectual.** Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito)-Faculdade Nacional de Direito, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

SANTOS, Gilberto Batista. A sociedade digital é terra sem lei? o direito autoral na era da internet. **Revista de Direito, Inovação, Propriedade Intelectual e Concorrência**, v. 7, n. 2, p. 59-72, 2022.

SANTOS, Ramon Tomazela. A não incidência de irrf sobre o ganho de capital auferido na cessão definitiva de ativos intangíveis (direitos da propriedade intelectual ou industrial) entre não residentes. **Revista de Direito Tributário da APET**, n. 48, p. 373-393, 2023.

SCHIRRU, Luca. **Direito autoral e Inteligência Artificial: autoria e titularidade nos produtos da IA.** Editora Dialética, 2023.

SILVA, Sâmela. **A lei geral de proteção de dados sob o advento do metaverso.** Monografia (Bacharel em Direito) Universidade Anhembi Morumbi de São Paulo, 2023.

SILVEIRA, Newton. **Propriedade intelectual: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial, título de estabelecimento, abuso de patentes** 6a ed.. Editora Manole, 2018. E-book. ISBN 9788520457535. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520457535/>. Acesso em: 27 out. 2023.

SOUSA, Maria Inês Figueiredo Vieira de. **Marcas de luxo, economia circular e implicações na cadeia de valor: uma abordagem ao caso Louis Vuitton**. T Dissertação (Mestre em Desing Management ) Universidade Europeia, 2022.

SOUSA, Rosilene Paiva Marinho de. **Guia de Direitos Autorais: questões teóricas e práticas** / Rosilene Paiva Marinho de Sousa e Milton Shintaku. - Brasília: Ibict, 2021.

STOCHIERO, Isabela Figueiredo Andrade. **Infrações no direito da moda: plágio, contrafação e concorrência desleal aplicados na prática**. Monografia (Bacharel em Direito). Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais – FAJS do Centro Universitário de Brasília (UnICEUB), 2020.

TORI, Romero. **METAVERSOS NA EDUCAÇÃO: conceitos e possibilidades**. **Video Journal of Social and Human Research**, v. 2, n. 1, p. 53-66, 2023.

TREIDER, Danielle Stephanie Gomes. ilegalidade contratual na cessão dos direitos de propriedade intelectual do estilista. **Revista UNISAN** Ano18, Número 45. 2023

VELOSO, Anna Carolina Campos de Alcântara. **Metaverso e propriedade intelectual: NFTs, direitos autorais e desafios da criptoeconomia no caso Hèrmes vs Rothschild**. Monografia (Bacharel em Ciências Jurídicas) Universidade Federal da Paraíba, 2022.

VIEIRA, Suellen Cristina; MORAES, Heloísa Juncklaus Preis. Imaginário do contágio: o que tendências de moda e pandemias têm em comum?. **dObra [s]–revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, v. 38, p. 198-223, 2023.

ZORATTO, Mariele; EFING, Antônio Carlos. Das limitações da relação entre direito da moda e direito de propriedade intelectual. **civilistica. com**, v. 10, n. 1, p. 1-17, 2021.