UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS

FACULDADE DE DIREITO

APROPRIAÇÃO CULTURAL NA INDÚSTRIA DA MODA: UMA ANÁLISE SOB A PERSPECTIVA DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

GABRIELLE CRISTINA DIAS DA SILVA SANTOS

Rio de Janeiro

2021

GABRIELLE CRISTINA DIAS DA SILVA SANTOS

APROPRIAÇÃO CULTURAL NA INDÚSTRIA DA MODA: UMA ANÁLISE SOB A PERSPECTIVA DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

Monografia de final de curso, elaborada no âmbito da graduação em Direito da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como pré-requisito para obtenção do grau de Bacharel em Direito, sob a orientação da Professora Dra. Veronica Lagassi.

Rio de Janeiro
2021

CIP - Catalogação na Publicação

S237a

Santos, Gabrielle Cristina Dias da Silva
Apropriação cultural na indústria da moda: uma análise sob a perspectiva da Propriedade Intelectual / Gabrielle Cristina Dias da Silva Santos. -- Rio de Janeiro, 2021.
54 f.

Orientadora: Veronica Lagassi.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade Nacional de Direito, Bacharel em Direito, 2021.

1. Direito da Moda. 2. Propriedade Intelectual. 3. Apropriação Cultural. 4. Conhecimentos Tradicionais. I. Lagassi, Veronica, orient. II. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.

GABRIELLE CRISTINA DIAS DA SILVA SANTOS

APROPRIAÇÃO CULTURAL NA INDÚSTRIA DA MODA: UMA ANÁLISE SOB A PERSPECTIVA DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

Monografia de final de curso, elaborada no âmbito da graduação em Direito da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como pré-requisito para obtenção do grau de Bacharel em Direito, sob a orientação da Professora Dra. Veronica Lagassi.

Data da Aprovação: __/__/____.

Banca Examinadora:

_____

Orientadora

_____

Membro da Banca

_____

Membro da Banca

_____

Membro da Banca

Rio de Janeiro

2021.2

“Dentre as imagens que as sociedades apresentam de si mesmas, o vestuário é um testemunho privilegiado do homem e de sua história.”

Maria Cristina Volpi Nacif

“O adorno é mais que um enfeite, é uma identificação com o mundo espiritual”

Cláudia Andujar

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal do Rio de Janeiro, pela educação pública de qualidade e por ter me permitido viver sonhos antes inimagináveis.

À Universidade de León, na Espanha, pela oportunidade de intercâmbio acadêmico, que resultou em um dos melhores anos de minha vida (e grandes amigos em todos os cantos do mundo).

Aos amigos, familiares e professores, pelo carinho e apoio oferecidos durante toda a graduação.

RESUMO

O presente trabalho busca compreender a posição dos acessórios e trajes típicos das comunidades tradicionais enquanto símbolos de valores essenciais, como ancestralidade e resistência coletiva, bem como seu estado atual de reconhecimento e proteção pelo ordenamento jurídico brasileiro relativo à Propriedade Intelectual. A partir disto, a análise de casos nacionais e internacionais busca promover um ajuste de expectativas, auxiliando na busca por soluções de caráter prático para o problema proposto. Por último, pretende-se discutir possíveis mecanismos jurídicos de combate à apropriação cultural na indústria da moda com base na legislação disponível.

PALAVRAS-CHAVE: Moda; Direito da Moda; Apropriação Cultural; Propriedade Intelectual; Conhecimentos Tradicionais.

ABSTRACT

The present study aims to understand how accessories and traditional garments might symbolize essential values for local communities, such as ancestry and collective resistance, as well as their current state of recognition and protection by the Brazilian legal system regarding Intellectual Property. Afterward, the examination of national and international cases promotes an adjustment of expectations in order to find practical solutions to the existing problem. Lastly, the intention with this research is to discuss potential legal mechanisms against cultural appropriation in the fashion industry, based on current legislation.

KEYWORDS: Fashion; Fashion Law; Cultural Appropriation; Intellectual Property; Traditional Knowledge.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 — *Paku kã' gwer* (espinha de peixe), por Waivisi Wajãpi 25
Figura 2 — Marca Nusoken, do Consórcio de Produtores Sateré-Mawé 28
Figura 3 — Coleção inspirada no povo Navajo (Urban Outfitters) 35
Figura 4 — Trajes típicos do povo Maasai 37
Figura 5 — *Shuka* Maasai 38
Figura 6 — Coleção do estilista Kim Jones para a Louis Vuitton 38
Figura 7 — Chinelos da coleção Havaianas Tribos, inspirada nos povos do Xingu..... 40

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CF – Constituição Federal

CT – Conhecimentos Tradicionais

DI – Desenho Industrial

ECT – Expressões Culturais Tradicionais

FUNAI – Fundação Nacional do Índio

INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

LDA – Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.610/98)

LPI – Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96)

OAB – Ordem dos Advogados do Brasil

OIT – Organização Internacional do Trabalho

OMPI – Organização Mundial da Propriedade Intelectual (em inglês, WIPO – World Intellectual Property Organization)

REsp – Recurso Especial

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

STJ – Superior Tribunal de Justiça

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 11

1 FASHION LAW 13

1.1 *Millennials* e Geração Z: o mercado da moda nos dias atuais 13

1.2 Direito da Moda no Brasil e no mundo 15

1.2.1 História do Direito da Moda 15

1.2.2 Classificação jurídica 17

1.3 Moda e Propriedade Intelectual 19

1.3.1 Moda e Direito Autoral 20

1.3.2 Moda e Propriedade Industrial 22

2. APROPRIAÇÃO CULTURAL 28

2.1 Conceito 28

2.1.1 Apropriação x Aculturação 30

2.2 Apropriação cultural na indústria da moda 32

2.2.1 Caso Navajo vs. Urban Outfitters (EUA) 32

2.2.2 Caso Maasai (Quênia) 35

2.2.3 Caso Havaianas Tribos (Brasil) 38

3. MECANISMOS DE PROTEÇÃO AOS CONHECIMENTOS TRADICIONAIS 40

3.1 Patrimônio cultural no ordenamento jurídico brasileiro 40

3.1.1 Conhecimentos tradicionais e propriedade intelectual 42

3.1.2 Consulta prévia e parceria na indústria da moda 44

CONCLUSÃO 46

REFERÊNCIAS 48

INTRODUÇÃO

A moda enquanto elemento de expressão artística e cultural tem acompanhado a humanidade por quase toda a sua existência, e nos dias de hoje, como indústria, permanece em constante expansão. Contudo, o entendimento de que o Direito deve criar instrumentos específicos para sua regulação, possibilitando até mesmo o surgimento de um novo ramo autônomo em um futuro próximo, é bem recente: o Fashion Law nasceu como disciplina somente no ano de 2006, na Universidade de Fordham (EUA), e desde então vem se difundindo rapidamente por todo o mundo.

Essa necessidade de um olhar jurídico mais atento para as questões relativas à indústria da moda deve-se, dentre outros fatores, ao advento das novas tecnologias. Das redes sociais — e seus *digital influencers* com milhões de seguidores — às empresas de *fast fashion*, as tendências surgem de maneira cada vez mais efêmera e universalizada, alcançando mercados e públicos antes inimagináveis. Em consequência disso, cresce também a concorrência entre empresas do ramo e, naturalmente, a demanda pela proteção dos direitos de *designers*, estilistas e demais criadores.

Pode-se afirmar, portanto, que alguns dos problemas mais frequentes no direito da moda envolvem questões relacionadas à propriedade intelectual, como a proteção das marcas dos direitos de autor no combate à concorrência desleal. No entanto, há casos em que os bordados, estampas, acessórios e peças de vestimenta não estão devidamente protegidos e registrados, inclusive por uma questão de vulnerabilidade técnica e econômica de seus criadores.

Sendo assim, é desses casos específicos que este TCC pretende se ocupar com mais afinco, utilizando mecanismos de proteção existentes no próprio ordenamento jurídico, tanto no âmbito do sistema tradicional de propriedade intelectual, como a Lei nº 9.610/98 e a Lei nº 9.279/96, quanto no âmbito específico da proteção ao patrimônio cultural dos povos tradicionais, como no caso da Portaria n. 177/PRES da FUNAI.

Com base nessas ferramentas e na análise de casos nacionais e internacionais relativos ao tema, pretende-se compreender melhor os mecanismos utilizados pelos povos tradicionais para minimizar os danos causados pela prática da apropriação cultural, tendo em vista que para

as comunidades afetadas, a moda é muito mais que um processo criativo ou mera fonte de lucro: é um elemento de luta contra os fatores sociais e econômicos que ameaçam sua existência.

1. FASHION LAW

1.1 *Millennials* e Geração Z: o mercado da moda nos dias atuais

Os avanços tecnológicos das últimas décadas — com destaque para a internet e o fenômeno das redes sociais — provocaram uma brusca ruptura com a mentalidade vigente em praticamente todos os aspectos da vida em sociedade. Essas mudanças se refletem também no campo da moda: se antes as marcas de alta costura ditavam as regras do jogo, com seus suntuosos desfiles e uma identidade visual bem delimitada, hoje impera uma lógica muito mais relacionada às demandas do consumidor, que busca uma experiência cada vez mais customizada e dinâmica.

Na busca pela identificação com os *Millennials*, cujo crescimento acompanhou a evolução da internet, e a Geração Z[1], nascida em uma época cujo principal espaço de interação e consumo é o meio digital, em substituição aos shoppings e a outros espaços físicos, a presença das marcas nas redes sociais tem se mostrado fundamental. Muito além do produto final, os consumidores das novas gerações buscam empresas cujas práticas gerem um impacto social positivo, pautado no conceito de *responsible fashion* (moda responsável), que se alicerça em valores como sustentabilidade, diversidade, descarte adequado de resíduos, combate à poluição, igualdade de gênero, erradicação da pobreza e consumo ético.

Ainda sob a perspectiva do consumo responsável, outro comportamento relevante das novas gerações é a confiança no conteúdo gerado pelo usuário (em inglês, *user-generated content*), isto é, as avaliações, resenhas e comentários produzidos de forma espontânea por outros consumidores nas redes sociais, sites e aplicativos de compras. O mundo virtual, entretanto, não é feito apenas de interações horizontais: segundo pesquisa realizada pelo Ibope[2],

---

[1] De acordo com o *think tank* Pew Research Center, *Millennials* são aqueles nascidos entre os anos de 1981 e 1996. Os membros da Geração Z, por sua vez, nasceram entre 1997 e 2012. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>. Acesso em: 24 nov. 2021.

[2] YAHYA, Hanna. Maioria dos internautas brasileiros segue influenciadores digitais, diz Ibope. **Poder 360**, 2019. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/economia/maioria-dos-internautas-brasileiros-segue-influenciadores-digitais-diz-ibope/>. Acesso em: 27 dez. 2021.

os influenciadores digitais também exercem grande autoridade sobre o público brasileiro, com mais da metade dos entrevistados afirmando que costumam comprar produtos e serviços indicados pelos seus *influencers* favoritos. Dentre esses produtos, roupas e maquiagem ocuparam as primeiras posições do ranking, tendo sido citadas por 26% e 24% dos participantes, o que comprova a importância das redes sociais e do marketing de influência na construção de imagem das empresas de moda.

Por outro lado, a popularização do *fast fashion*, modelo produtivo que pressupõe a criação de peças simples e acessíveis em grandes quantidades a um baixíssimo custo industrial, demonstra que há ainda um longo caminho a percorrer até que se possa falar verdadeiramente em uma moda responsável: segundo dados da SEBRAE, somente no Brasil são mais de 170 mil toneladas de resíduos têxteis produzidos anualmente[3]. Além disso, são recorrentes os casos de trabalho análogo à escravidão na indústria têxtil, especialmente nos países subdesenvolvidos. Um exemplo recente dessa problemática foi o desabamento do prédio Rana Plaza, em Bangladesh[4], onde funcionava um complexo de fábricas têxteis independentes cujos funcionários produziam para marcas de grande porte como Zara, H&M e Primark, entre outras.

Os mais de 1.100 mortos no acidente, bem como as péssimas condições de trabalho no local, foram o estopim para a criação do movimento global Fashion Revolution, que discute caminhos para uma indústria da moda mais transparente e responsável. Oito anos após o desastre, o movimento abrange 90 países, dentre eles o Brasil, onde surgiu como organização ativista no ano de 2014, convertendo-se posteriormente em uma associação de direito privado, sem fins econômicos ou lucrativos. Anualmente, o Instituto Fashion Revolution Brasil promove ações e eventos como o Fórum Fashion Revolution, cujo objetivo é fomentar a pesquisa e o debate sobre a sustentabilidade e a inovação no ramo da moda, e o Índice de Transparência da Moda Brasil, que analisa as políticas e práticas das marcas e varejistas de moda mais populares do país.

---

[3] Amaram, M.C.; et al. Reciclagem industrial e reuso têxtil no Brasil: estudo de caso e considerações referentes à economia circular. **Gestão & Produção**, São Paulo, v.25, n.3, p. 431-433, set. 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gp/a/65F6GD8rvkYGfnqJQ83XWnF/?lang=en>. Acesso em: 05 dez. 2021.

[4] COLERATO, Marina. A crise climática e o pior acidente da indústria da moda. **Elle**, 2021. Disponível em: <https://elle.com.br/a-crise-climatica-e-o-pior-acidente-da-industria-da-moda>. Acesso em: 29 dez. 2021.

1.2 Direito da Moda no Brasil e no mundo

1.2.1 História do Direito da Moda

A indumentária humana, historicamente ignorada ou preterida em parte das discussões intelectuais, configura um fenômeno de suma importância para a verdadeira compreensão de uma sociedade e de seu *zeitgeist*[5]. De acordo com Lívia Barboza Maia[6], o setor da moda cumpre uma série de funções no contexto sociocultural que ocupa, e todas elas se enquadram em três padrões principais, quais sejam: i) meio comunicativo, padrão cujos acessórios e vestimentas servem como forma de transmitir uma mensagem ao interlocutor; ii) meio de reprodução de padrões já aceitos, que pode também indicar uma tentativa de enquadramento em determinados grupos sociais por meio da vestimenta, e iii) meio de individualização, padrão cujo sujeito busca construir sua identidade a partir da moda, diferenciando-se dos demais.

À vista disso, pode-se dizer que os temas relacionados ao ramo da moda têm sido alvo de regulação há vários séculos, muitas vezes com o objetivo de perpetuar mecanismos de diferenciação social. Na Idade Média, por exemplo, pode-se identificar um grande número de leis suntuárias, isto é, leis que dispunham sobre os hábitos de consumo da população, com atenção especial para o vestuário. Leia-se nos seguintes excertos da Lei Suntuária de 1363, promulgada pelo Rei Eduardo III da Inglaterra:

> *That the People of Handicraft, and [] Yeomen, shall [not] take nor wear Cloth of an higher Price for their Vesture or Hosing, than within Forthy Shilling the whole Cloth, by way of buying, not otherwise; not Stone, nor Cloth of Silk nor of Silver, nor Girdle, [Knife [harnessed], Button,] Ring, Garter, nor Owche, Ribband, Chains, [Seal, Bendes,] nor no such other Things of Gold nor of Silver, nor no Manner of Apparel embroidered, aimeled, nor of Silk by no Way; and that their Wives, Daughters, and Childrean, be of the same Condition in their Vesture and Apparel;*[7]

---

[5] Termo alemão que pode ser traduzido como "espírito do tempo". Comumente associado ao filósofo Friedrich Hegel, *zeitgeist* seria, portanto, o conjunto das características e da cultura de uma determinada época da história mundial.

[6] MAIA, Barboza Lívia. A Proteção do Direito da Moda pela Propriedade Intelectual. **Revista da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual**, Rio de Janeiro, n. 141, p. 3-20, mar./abr. 2016.

[7] Tradução livre: "Que os artesãos e lavradores não devem obter ou vestir tecidos de preço mais alto que quarenta xelins (moeda divisionária usada no Reino Unido antes da adoção do sistema decimal, em 1971) todo o tecido, a título de compra, não de outra forma; nem pedra, nem tecido de seda, nem de prata, nem cinto [punhal, botão] anel, liga, nem broche, fita, correntes, nem quaisquer outras coisas de ouro nem de prata, nem nenhum tipo de

> *[...] But that all Knights and Ladies, which have Land or Rent over the Value of iv. C. Mark by Year, to the Sum of M. li. [by the year] shall wear at their Pleasure, except Ermins and Letuses, and Apparel of [Pearls and Stone, but only] for their Heads.*[8]

Segundo Thaís de Assis Vieira[9], as leis relacionadas à regulação do vestuário no período anteriormente mencionado tinham como motivações principais o reforço das hierarquias sociais, demarcando a posição social e enfatizando privilégios, bem como o protecionismo econômico e a moralização de aspectos da vida em sociedade. Estas normas perduraram até o século XVII e foram perdendo força com a difusão da moda para a população em geral, movimento que atingiu seu ápice a partir da Primeira Revolução Industrial, no século XVIII, em consequência dos crescentes volumes de produção alcançados pela indústria.

Diante desse contexto, Mark Brewer[10] aponta o declínio das leis suntuárias na América do Norte: em 1787, ano da promulgação da Constituição Americana, já não havia qualquer menção à regulação de vestimentas como mecanismo de diferenciação social, etária ou de gênero. Em substituição, as leis de Propriedade Intelectual ganharam importância diante da necessidade de proteger a originalidade das peças de vestuário, bem como designs, técnicas e outras questões de propriedade relativas aos artigos de moda.

Faz-se importante lembrar, no entanto, que o Direito da Moda tem sido cada vez mais interpretado como uma área multidisciplinar, não se limitando apenas a questões relacionadas à Propriedade Intelectual. Nesse sentido, Mark Brewer (2017, p. 746) afirma:

> *Unlike some of the more traditional areas of the law, fashion law uniquely captures the dynamics of modern consumer demand and the digital economy, rapid global communication and complex logistical chains, fundamental human rights questions,*

---

vestuário bordado, nem de seda de maneira alguma. E que suas esposas, filhas e crianças sigam a mesma condição em suas vestes".

[8] Tradução livre: "Mas que todos os Cavaleiros e Damas que tenham terra ou renda acima do valor de 400 marcos até a soma de 1000 libras [por ano] devem vestir-se de acordo com a sua própria vontade, exceto pele de arminho e vestuário de pérolas e pedraria, a não ser em adornos para a cabeça."

[9] VIEIRA, Thaís de Assis. **Vestuário na Inglaterra no século XIV**. Porto Alegre, 2012. 58 p. Monografia (Licenciatura em História) – Departamento de História, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

[10] BREWER, Mark. *Fashion Law: More than Wigs, Gowns, and Intellectual Property.* ***San Diego Law Review***. San Diego, vol. 54, ed. 04, p.739-784, jan. 2017. Disponível em: <https://digital.sandiego.edu/sdlr/vol54/iss4/3/>. Acesso em: 26 jan. 2022.

> *and accessible, high-profile cases that appeal to a new generation of savvy students, businesses, and scholars. Hence, there is no better time to embrace fashion law.*[11]

Dessa forma, em razão da crescente relevância do setor, os temas relacionados à indústria da moda têm sido estudados de maneira mais atenta e segmentada, principalmente nas últimas duas décadas. Uma das principais responsáveis pela popularização dessa área mercadológica foi Susan Scafidi, advogada e professora estadunidense que cunhou o termo Fashion Law, tendo sido a primeira pessoa a oferecer um curso formal sobre direito da moda, no ano de 2006. Scafidi é também fundadora e presidente do Fashion Law Institute, organização ligada à Universidade Fordham, em Nova Iorque.

No Brasil, por sua vez, o Direito da Moda tem seu início no ano de 2011, com o 1º Seminário Brasileiro de Direito e Moda, realizado na cidade de São Paulo. No ano seguinte, surge o primeiro Programa de Iniciação Científica sobre o tema, da Fundação Getúlio Vargas, e a primeira tutoria dedicada exclusivamente ao Fashion Law, organizada pela Comissão da Jovem Advocacia da OAB São Paulo. No ano de 2014, também na OAB SP, foi criada a Comissão de Estudos em Direito da Moda, que atualmente conta com representações similares em pelo menos onze estados do país.

1.2.2 Classificação jurídica

O Fashion Law Institute[12], organização de referência no estudo das questões jurídicas relacionadas à indústria da moda, define o Direito da Moda como a essência do estilo, do ponto de vista jurídico, incluindo todas as questões que possam surgir ao longo da vida útil de uma peça de vestuário, desde a ideia original do designer até o armário do consumidor. Contudo, há ainda grande divergência doutrinária no que concerne à sua classificação enquanto disciplina jurídica.

---

[11] Tradução livre: "Ao contrário de algumas das áreas mais tradicionais do direito, o direito da moda captura de maneira única as dinâmicas da demanda do consumidor moderno e da economia digital, a rápida comunicação global e as cadeias logísticas complexas, as questões que abrangem direitos humanos fundamentais, bem como casos acessíveis e de grande relevância que atraem uma nova geração de estudantes, empresas e acadêmicos competentes. Portanto, não há melhor momento para abraçar o Direito da Moda".

[12] ABOUT. **Fashion Law Institute**, 2020. Disponível em: < https://fashionlawinstitute.com/about>. Acesso em: 27 de jan. de 2022.

Como dito anteriormente, por muito tempo o direito da moda foi considerado um subnicho da Propriedade Intelectual, não só pelo fato de ter suas preocupações iniciais voltadas para a proteção da originalidade das criações de moda, mas também pela resistência natural que costumam enfrentar os ramos emergentes do Direito. Sobre o assunto, Lívia Barboza Maia enuncia:

> A disciplina jurídica do Direito da Moda apresenta-se ainda pouco disseminada no Brasil. Sequer há um consenso se seria um novo ramo do Direito ou uma reunião de diversas outras disciplinas pertinentes à moda. Dessa forma poderia constituir-se, no máximo, em um microssistema ou ainda apenas um nicho de mercado que reclama normas específicas.[13]

Entretanto, para além dessa definição do direito da moda como simples ramo mercadológico, faz-se importante analisar a posição que a indústria têxtil e as peças de vestuário ocupam na sociedade atual, globalizada e profundamente influenciada pelas mídias sociais. Em um mundo dominado pelo *fast fashion*, uma tendência pode percorrer o mundo em questão de dias ou até mesmo horas — e perder sua relevância com a mesma rapidez —, enquanto os registros tradicionais de Propriedade Intelectual costumam envolver processos demorados.

Considerando, pois, que o ordenamento jurídico é elaborado como processo de adaptação social (NADER, 2016, p. 18), a tendência é que o Direito da Moda assuma, nos próximos anos, uma posição de maior destaque, seja como um microssistema legal que orbita o sistema jurídico, seja como um novo ramo do direito, tal como ocorreu recentemente com o Direito Digital. Nesse sentido, corrobora Mark Brewer:

> *As law is often reluctant to recognize emerging areas, critics of fashion law would do well to consider the history of the study of law — and the academic literature's tendency to dismiss once emerging, but now well-established fields such as sports law or cyber law. Many other legal fields were also disjointed when they were first systematically organized, but today represent "coherent and fundamental building blocks of legal thought". Therefore, neither the area's modernity nor its evolving nature should render fashion law a lesser field of study and practice.*[14]

---

[13] MAIA, op. cit., p. 4.

[14] BREWER, op. cit., p. 746. Tradução livre: "Como o direito é muitas vezes relutante em reconhecer áreas emergentes, os críticos do direito da moda fariam bem em considerar a história do estudo do direito — e a tendência

Não obstante a riqueza da discussão, cabe ressaltar que o presente trabalho se concentra especificamente nas questões relativas à Propriedade Intelectual na indústria da moda, tema que será discutido adiante.

1.3 Moda e Propriedade Intelectual

De acordo com o artigo 2º, VIII da Convenção que institui a Organização Mundial da Propriedade Intelectual[15] (OMPI), assinada em 14 de julho de 1967, a propriedade intelectual pode ser definida da seguinte forma:

> **Artigo 2º**
>
> **Definições**
>
> Para os fins da presente Convenção, entende-se por:
>
> viii) « propriedade intelectual », os direitos relativos: — às obras literárias, artísticas e científicas; — às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão; — às invenções em todos os domínios da atividade humana; — às descobertas científicas; — aos desenhos e modelos industriais; — às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais; — à proteção contra a concorrência desleal; e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico.

Desse modo, em um sentido amplo, pode-se dizer que o objeto do Direito da Propriedade Intelectual compreende as "criações humanas" (BEZERRA, 2021, p. 23), 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

---

da literatura acadêmica de descartar campos emergentes, mas agora bem consolidados, como o direito desportivo ou o direito digital. Muitas outras áreas jurídicas também estavam desarticuladas quando foram organizadas sistematicamente pela primeira vez, mas hoje representam 'blocos coerentes e fundamentais de construção do pensamento jurídico'. Portanto, nem a modernidade da área nem sua natureza em evolução devem tornar o direito da moda um campo inferior de estudo e prática."

[15] ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL. **Convenção para o Estabelecimento da Organização Mundial da Propriedade Intelectual**. Estocolmo, 1967. Disponível em: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_250.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2022.

protege os *bens de invenção* ou *criações industriais*[16]. Nas palavras de João da Gama Cerqueira (1946, p. 73-75):

> Malgrado a natureza idêntica de seu objeto, a propriedade literária, científica e artística e a propriedade industrial possuem domínios próprios, perfeitamente delimitados pela natureza especial das obras e produções que se incluem num e noutro desses ramos de propriedade imaterial, motivo por que podem ser estudadas separadamente e com certo critério de autonomia. [...] Sem dúvida, parece haver entre a propriedade artística e a propriedade industrial uma zona intermediária, onde se situam as criações que participam, ao mesmo tempo, da natureza das obras de arte e dos característicos das produções industriais, como se dá com os desenhos e modelos industriais, não se podendo saber, como dizem alguns escritores, onde finda a arte e começa a indústria. Mas os desenhos e modelos industriais e as obras de arte plástica e decorativa, como veremos em seu tempo, distinguem-se por característicos próprios, apesar dos que lhes são comuns, tornando possível traçar-se nitidamente o limite entre os dois ramos da propriedade imaterial.[17]

Veremos brevemente, portanto, de que forma estas categorias da propriedade intelectual podem ser aplicadas aos casos específicos de proteção de bens oriundos da indústria da moda.

1.3.1 Moda e Direito Autoral

O direito autoral, que encontra proteção no artigo 5º, XXVII da Constituição Federal e está regulado pela Lei nº 9610/1998, pode ser caracterizado como "o ramo do Direito Privado que regula as relações jurídicas advindas da criação e da utilização econômica de obras intelectuais estéticas e compreendidas na literatura, nas artes e nas ciências" (BITTAR, 2000, p.8). Cabe ressaltar que, embora a Lei de Direitos Autorais não preveja nenhum tipo de proteção específica às criações de moda no rol exemplificativo do art. 7º, sua ausência na lista do artigo 8º — sobre o que não pode ser objeto de proteção — sinaliza que estes bens intelectuais estão em uma posição de não vedação.

As primeiras limitações, no entanto, aparecem a partir dos requisitos doutrinários para tal amparo. Matheus Ferreira Bezerra (2021, p. 54) menciona como requisitos básicos de configuração da proteção do labor humano a *originalidade* e a *inconfundibilidade*, tal como

---

[16] BEZERRA, Matheus Ferreira. **Manual de Propriedade Intelectual.** 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2021.
[17] CERQUEIRA, João da Gama. **Tratado da Propriedade Industrial**. Rio de Janeiro: Forense, 1946.

previsto no artigo 10 da Lei nº 9.610/98. Lívia Barboza Maia, por sua vez, fala em sete requisitos doutrinários de proteção pelo Direito Autoral[18], quais sejam: i) ser o autor pessoa física; ii) o resultado da criação deve ser imputável ao autor; iii) o objeto protegido deve ser uma criação intelectual; iv) a criação deve ser exteriorizada, criando um objeto de comunicação; v) não incidir proibição legal; vi) novidade da obra e vii) ser a obra dotada de contributo mínimo, isto é, o mínimo grau criativo que uma criação deve possuir para ser enquadrada nos referidos critérios de proteção[19].

Deste modo, apesar da resistência de parte da doutrina, há que se reconhecer a possibilidade de que determinados produtos da indústria da moda cumpram os requisitos necessários para proteção pela Lei de Direitos Autorais. Sobre o tema, Carolina Tinoco Ramos admite (2009, p. 167-170):

> Havemos de fazer uma confissão: por muito tempo essa mestranda resistiu em considerar proteção por direito de autor para roupas. Entretanto, [...] começou a considerar essa possibilidade e resolveu refletir a respeito em uma exposição do Yves Saint Laurent. Havemos de fazer nova confissão: essa mestranda estava errada. Tamanha a grandiosidade e a graciosidade do trabalho desse gênio que não havia como negar a sensação de que, de fato, aquelas peças apresentadas faziam jus a uma legítima proteção autoral.

Para que essa proteção possa se configurar, deve haver uma conjugação entre utilidade funcional (ou *função necessária*[20]) e expressão criativa. O fato de que toda peça de vestuário segue um padrão funcional — cobrir o corpo, essencialmente — não exclui o elemento criativo do produto, isto é, a combinação de materiais, formatos e cores utilizados, parte onde deve recair a análise sobre a existência do contributo mínimo. Presentes os requisitos anteriormente mencionados, estaremos, portanto, diante de uma *obra utilitária*, passível de amparo pelo direito autoral.

---

[18] MAIA, op. cit., p. 8.
[19] RAMOS, Carolina Tinoco. **Contributo Mínimo em Direito de Autor: o mínimo grau criativo necessário para que uma obra seja protegida; contornos e tratamento jurídico no direito internacional e no direito brasileiro.** Dissertação (Mestrado em Direito) - Faculdade de Direito, Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, p. 41. 2009.
[20] RAMOS, op. cit., p. 167-168.

Por último, tratando-se das peças e trajes típicos das comunidades tradicionais, tema específico do presente trabalho, pode-se dizer que a proteção pela LDA encontra maiores obstáculos devido à grande influência da tradição oral e das produções coletivas, o que dificulta o reconhecimento da autoria nos termos dos arts. 11 e 13 do referido dispositivo. No caso indígena, por exemplo, apontam Fernando Baptista e Raul Telles do Valle[21]:

> De acordo com as prescrições legais, não se podendo identificar exatamente os autores de determinada obra, por serem eles desconhecidos, a lei diz que se trata de autoria anônima (art. 5º, inciso VIII, alínea b), e fica ela desprotegida para todos os fins, caindo em domínio público até que seu suposto autor apareça. Como no caso da arte indígena de natureza coletiva jamais haverá um indivíduo que tenha legitimidade para requerer em seu nome a titularidade individual do direito, sua autoria ficaria eternamente anônima e, portanto, desprotegida.

Em uma tentativa de solucionar esta omissão legal, a FUNAI editou a Portaria nº 177/PRES, de 16 de fevereiro de 2006, que trata dos direitos autorais indígenas, admitindo em seu art. 2, §1º que a titularidade das criações artísticas de natureza coletiva recaia sobre a coletividade, cuja figura de representação pode variar de acordo com os mecanismos internos de cada povo indígena (alguns exemplos de figuras de liderança: cacique, pajé, tuxaua, professor indígena etc.).

1.3.2 Moda e Propriedade Industrial

A Propriedade Industrial, regulada pela Lei nº 9.279/96, abrange os procedimentos de concessão de patentes, as invenções, os modelos de utilidade, as indicações geográficas, as marcas e os desenhos industriais, sendo estas duas últimas categorias aquelas que analisaremos mais a fundo ao tratar das criações de moda. Nas palavras de Matheus Teixeira Bezerra (2021, p.147):

> Assim, a propriedade industrial é entendida como uma proteção jurídica conferida ao inventor sobre a invenção, quando esta tem uma finalidade de contribuir ao desenvolvimento técnico e científico, superando o estágio da técnica existente;

[21] BAPTISTA, Fernando Mathias; DO VALLE, Raul Silva Telles. **Os povos indígenas frente ao direito autoral e de imagem**. São Paulo: Instituto Socioambiental, 2004.

> passível de produção e reprodução; ou quando esta criação vem a designar um produto, identificando-o e o diferenciando dos demais existentes no mercado".

A priori, cabe salientar que a própria OMPI aponta o desenho industrial como a forma de proteção mais relevante para a indústria da moda, visto que seu registro abrange especificamente os designs, isto é, os ornamentos e seus aspectos estéticos, dotados tanto de características tridimensionais, como as formas, quanto de características bidimensionais, como as impressões têxteis esteticamente agradáveis[22]. Regulado pelos arts. 94-121 da Lei de Propriedade Industrial, o DI, portanto, "diz respeito à forma dos objetos, e serve tanto para conferir-lhe um ornamento harmonioso como para distingui-los de outros do mesmo gênero" (COELHO, 1999, p. 111). Ainda, na definição legal:

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

Desse modo, para que atenda aos requisitos legais do registro de desenho industrial, entende-se que o design precisa ser *novo*, *original* e de *aplicação industrial*, além de não contar com as características dos desenhos industriais não registráveis, como determina o art. 100, I e II da LPI. Ademais, faz-se importante destacar novamente que a referida proteção abarca apenas o aspecto ornamental da criação, ficando excluído o aspecto funcional. Feito o registro, o DI será protegido pelo prazo de dez anos a contar da data do depósito e poderá ter sua vigência prorrogada por três períodos quinquenais sucessivos, mediante pagamento da respectiva taxa, denominada retribuição.

Voltando ao caso das criações de moda, certo é que o registro de desenho industrial não abrange as formas vulgares, como camisetas, vestidos e sapatos já popularizados[23], excetuando-se, obviamente, os casos em que estes contenham desenhos bidimensionais que atendam aos requisitos legais. Por outro lado, o registro de DI tem grande utilidade na proteção de joias,

---

[22] Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI). **Um ponto no tempo: o uso inteligente da Propriedade Intelectual por empresas do setor têxtil.** Genebra, 2005. Disponível em: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/sme/794/wipo_pub_794.pdf>. Acesso em: 05 fev. 2022.
[23] MAIA, op. cit., p. 11.

acessórios e estampas, bem como na moda de médio e longo prazo, que exige maior preocupação no que concerne à dissuasão da contrafação.

No caso das peças e grafismos indígenas e quilombolas, entretanto, a proteção por DI encontra uma série de obstáculos. Em estudo sobre a possibilidade de registro de desenho industrial dos grafismos do povo Wajãpi do Amapá (arte *kusiwa*), Patricia Pereira e Juliane Gomes apontam[24]:

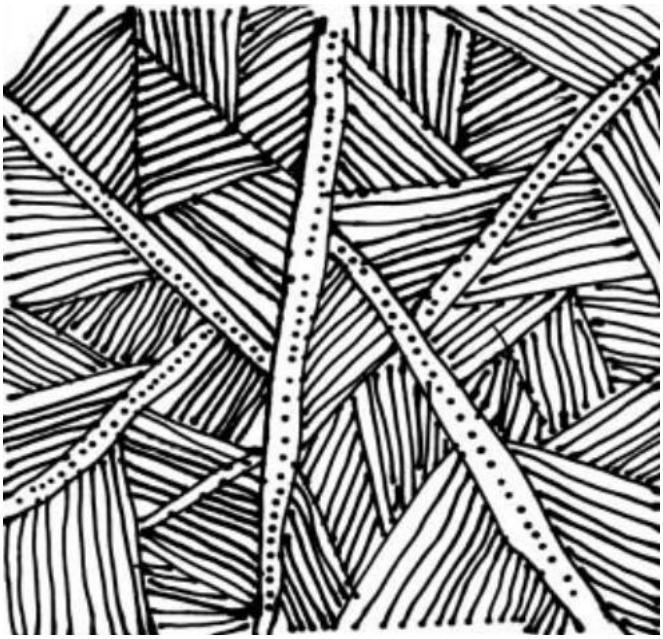
> Não há que se duvidar que a pintura Wajãpi poderia estar equiparada ao design gráfico. Também não há como negar que a mesma pode ser entendida como um conjunto ornamental de linhas e cores que, como visto, **não se aplica apenas ao corpo, mas vê seu campo de aplicação ampliado para objetos, que podem ser entendidos como produtos**. Desta forma, não é a definição que se tem de desenho industrial o impeditivo para a proteção. **O que se revela como óbice à obtenção desta proteção são os requisitos presentes tanto no artigo 95 da LPI, como nos dois seguintes a este, quais sejam, os artigos 96 e 97**. (grifou-se)

Desse modo, o que se verifica é que, apesar da complexidade do sistema *kusiwa* de representação gráfica e de sua utilização frequente em objetos como tipoias, cestos e bolsas, passíveis de aplicação industrial, os grafismos Wajãpi mantém-se constantes e reconhecidos há bastante tempo, o que colide com o requisito de novidade presente nos arts. 95 e 96 da LPI. Além disso, pode haver similaridades relevantes entre as pinturas corporais das etnias que convivem em áreas geográficas próximas, em razão do fluxo de trocas de saberes tradicionais entre povos vizinhos. Este fator dificultaria o reconhecimento da originalidade do art. 97 da Lei nº 9.279/96 não só no caso Wajãpi, mas também em vários outros casos relativos às criações dos povos originários.

---

[24] PERALTA, Patricia Pereira e GOMES, Juliane Pereira Ranzemberger. O uso da proteção do desenho industrial como forma de apropriação dos grafismos indígenas Wajãpi. **Revista de Estudios Brasileños**. Salamanca, vol. 8, ed. 16, p. 123-136, 1º semestre de 2021. Disponível em: <https://revistas.usal.es/index.php/2386-4540/article/view/reb2021816123136>. Acesso em: 05 fev. 2022.

Figura 1 — *Paku kã' gwer* (espinha de peixe), por Waivisi Wajãpi



Fonte: IPHAN (2006)

Ainda no campo da Propriedade Industrial, passaremos então ao tema das marcas, isto é, os elementos designativos de produtos e serviços (COELHO, 1999, p. 112) regulados pelos arts. 122-175 da Lei nº 9.279/96. No ramo do Direito da Moda, pode-se afirmar que a proteção das marcas exerce um papel central, estreitando as relações de confiança entre o consumidor e os produtos oferecidos:

> A marca tem o poder de atuar no imaginário do consumidor remetendo às sensações, às experiências anteriores e trazendo ao consciente a origem da marca. Em regra, através das marcas, cria-se todo um significado que transmite ao consumidor um estilo de vida, um estilo de se vestir e que faz com que ao visualizar aquele signo, ou os seus elementos, a clientela rapidamente deixe-se envolver nesse mundo de fantasia[25].

Quanto à classificação das marcas, nos termos do art. 123 da LPI:

> Art. 123. Para os efeitos desta Lei, considera-se: I - marca de produto ou serviço: aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa; II - marca de certificação: aquela usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia

[25] MAIA, op. cit., p. 12.

> empregada; e III - marca coletiva: aquela usada para identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade.

Ainda, quanto ao objeto de proteção, a marca pode ser classificada como *nominativa*, isto é, aquela cuja proteção recai sobre o "nome", a grafia de determinado produto ou serviço; *figurativa*, que recai sobre desenho ou símbolo; e *mista*, que recai sobre ambos (grafia e desenho)[26]. No entanto, há que se destacar que a violação da marca não se configura apenas pela utilização do mesmo nome ou símbolo. A imitação pode ser verificada também nos casos de apresentação de elementos semelhantes, capazes de confundir o consumidor, como demonstra a seguinte ementa do STJ (REsp nº 929.604/SP):

> DIREITO COMERCIAL. PROPRIEDADE INDUSTRIAL. USO DE MARCA COM ELEMENTOS SEMELHANTES. NOMES QUE, EMBORA COMUNS, DISTINGUEM MARCA DE PRODUTO ESPECÍFICO CONSAGRADO NO MERCADO. EXCLUSIVIDADE DE USO. PROVIMENTO.
>
> I – A exclusividade da marca 'Leite de Rosas' é violada pelo uso da expressão 'Desodorante Creme de Rosas', mormente em embalagem semelhante.
>
> II – **Embora composta por palavras comuns, a marca deve ter distinção suficiente no mercado de modo a nomear um produto específico. Marcas semelhantes em produtos da mesma classe induzem o consumidor a erro e violam direito do titular da marca original**.
>
> III – Recurso Especial provido. (grifou-se)

Uma vantagem do registro de marca em relação às outras formas de proteção de Propriedade Industrial diz respeito à sua duração. Enquanto o desenho industrial, a título de exemplo, prevê a prorrogação do registro por até três períodos quinquenais sucessivos, o registro de marca, de acordo com o art. 133 da LPI, vigora pelo prazo de dez anos, podendo ser prorrogado por períodos iguais e sucessivos, *ad aeternum*.

---

[26] BEZERRA, op. cit., p. 221.

Finalmente, quanto à aplicabilidade da proteção marcária ao patrimônio cultural dos povos indígenas brasileiros, pode-se citar o bem-sucedido caso Nusoken[27], a primeira marca registrada de um povo indígena no Brasil, cuja titularidade recai sobre o Consórcio dos Produtores Sateré-Mawé. Entretanto, Lúcia Fernanda Jófej[28], da etnia Kaingang, destaca que esse tipo de caso representa uma exceção, dado o grande número de nomes de Povos Indígenas e palavras pertencentes a línguas indígenas registrados segundo os procedimentos do INPI por pessoas não indígenas, em absoluto desacordo com o princípio do consentimento prévio fundamentado. Em suas palavras, isto ocorre sob a justificativa de que, "em não havendo uma proibição expressa nesse sentido, aliada ao entendimento de que por serem de conhecimento geral são de domínio público, são passíveis de utilização por qualquer pessoa jurídica com finalidade comercial" (JÓFEJ, 2006, p.136).

Como veremos mais adiante, contudo, há que se lembrar das singularidades aplicáveis ao conhecimento produzido pelos povos originários do país, geralmente dotado de valores culturais e espirituais que dificultam ou impossibilitam a determinação de um valor econômico para comercialização. Por esse motivo, qualquer utilização das expressões culturais indígenas por terceiros deveria ser precedida de ampla consulta prévia, além de uma repartição de benefícios justa e equitativa[29].

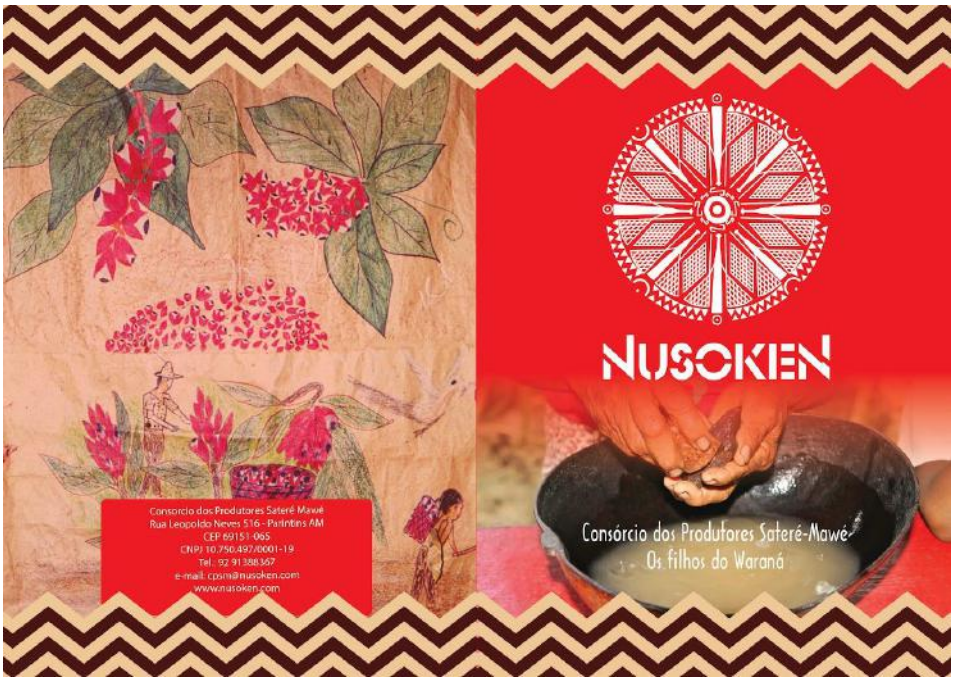
---

[27] PORTAL DOS FILHOS DO WARANÁ. **A Marca NusokeN**. Disponível em: <https://www.nusoken.com/consorcio-dos-produtores-sater%C3%A9-maw%C3%A9/a-marca-nusoken>. Acesso em: 06 fev. 2022.

[28] JÓFEJ, Lúcia Fernanda. A proteção legal do patrimônio cultural dos Povos Indígenas no Brasil. **Coleção Educação para Todos – Povos indígenas e a lei dos "brancos": o direito à diferença**, Brasília, v. 14, n. 3, p. 122-145, nov. 2006. Disponível em: <http://pronacampo.mec.gov.br/images/pdf/bib_volume14_povos_indigenas_e_a_lei_dos_brancos_o_direito_a_diferenca.pdf>. Acesso em: 05 fev. 2022.

[29] JÓFEJ, op. cit., p. 135.

Figura 2 — Marca Nusoken, do Consórcio de Produtores Sateré-Mawé



Fonte: Nusoken (2021)

2. APROPRIAÇÃO CULTURAL

2.1 Conceito

Na Antiguidade Clássica, Heródoto narrava que os persas "adotavam costumes estrangeiros mais que qualquer outro povo" (ROMM, 1998, p. 100). Os gregos, por sua vez, adotavam várias práticas dos egípcios, tomando inclusive seus deuses e cultos como inspiração. Em linhas gerais, praticamente todos os grupos por ele estudados adaptavam seu *nómos*[30] de acordo com o que consideravam mais útil ou interessante nas culturas circunvizinhas[31]. Desse modo, podemos afirmar que o intercâmbio de conhecimento entre diferentes grupos e nações não é um tema novo, embora tenha adquirido novos pormenores com a lógica de

[30] *Nómos*: termo pelo qual os gregos denominavam o que hoje conhecemos como lei.
[31] ROMM, James. **Herodotus**. New Haven: Yale University Press, 1998.

mercantilização da cultura que impera nos dias atuais. Como discorre o antropólogo Clifford Geertz sobre o tema (1973, p. 49):

> *We are, in sum, incomplete or unfinished animals who complete or finish ourselves through culture – and not through culture in general but through highly particular forms of it: Dobuan and Javanese, Hopi and Italian, upper-class and lower-class, academic and commercial. Man's great capacity for learning, his plasticity, has often been remarked. But what is even more critical is his extreme dependence upon a certain sort of learning: the attainment of concepts, the apprehension and application of specific systems of symbolic meaning.*[32]

A tendência humana de buscar novos conhecimentos, intensificada e convertida em produto nas sociedades de consumo, é abordada por Susan Scafidi a partir do conceito de *identity tax*[33], isto é, uma espécie de tributo simbólico que se extrai de um determinado grupo étnico, regional, social ou cultural para que ele passe a fazer parte do imaginário da maioria — termo questionável por si só, mas que, nos casos específicos levantados pela autora, representaria o *American mental landscape*, isto é, o imaginário da nação estadunidense como um todo. Esse tributo simbólico, portanto, assumiria a forma de produto cultural: culinária, música, dança, artesanato, linguagem e vestuário do grupo forâneo passariam a integrar um novo contexto social, influenciando-o e sendo por ele influenciados. Ainda de acordo com Scafidi, este intercâmbio, se feito de forma voluntária, tende a beneficiar até mesmo o grupo de origem daquele produto cultural[34], uma vez que fornece um ponto de partida para o reconhecimento dessa comunidade tida como minoritária, aumentando a visibilidade de suas pautas no contexto local, nacional ou global.

Entretanto, em alguns cenários, o que se entenderia por empréstimo ou apreciação cultural invade o espaço simbólico dos conhecimentos tradicionais, dotados de valores ancestrais e sagrados, cuja mercantilização sem consentimento prévio representa não só um

---

[32] Tradução livre: "Nós somos, em suma, animais incompletos ou inacabados que nos completamos e acabamos através da cultura – e não através da cultura em geral, mas de formas altamente particulares: dobuana e javanesa, Hopi e italiana, de classe alta e classe baixa, acadêmica e comercial. A grande capacidade de aprendizagem do homem, a sua plasticidade, tem sido frequentemente notada, mas o que é ainda mais crítico é sua extrema dependência em relação a um certo tipo de aprendizado: a obtenção de conceitos, a apreensão e aplicação de sistemas específicos de significado simbólico."

[33] SCAFIDI, Susan. **Who Owns Culture? Appropriation and Authenticity in American Law**. New Brunswick: Rutgers University Press, 2005.

[34] SCAFIDI, op. cit., p. 8-9.

desrespeito à cultura daquele determinado grupo, mas também uma ameaça à manutenção de suas tradições e, em último caso, de sua própria existência. Deste modo, somente em um contexto de dominação pode ser configurada a apropriação cultural, definida da seguinte forma por Rodney William (2019, p. 64):

> Apropriação cultural é uma ação praticada por grupos dominantes e seus indivíduos. Consiste em **se apoderar de elementos de outra cultura minoritária ou inferiorizada** e utilizá-los **sem as devidas referências e sem permissão, eliminando ou modificando seus significados e desconsiderando a opressão sistemática muitas vezes imposta por esse mesmo grupo dominante**. (grifou-se)

Com o objetivo de sanar quaisquer dúvidas terminológicas remanescentes, passaremos agora a uma breve análise sobre o conceito de aculturação, que não se confunde com a apropriação cultural.

2.1.1 Apropriação x Aculturação

Em um país como o Brasil, de proporções continentais e formação social complexa, originada a partir de diversos processos de intercâmbio cultural, a diversidade vem como consequência natural. Seja pela fusão de elementos indígenas, europeus e africanos, seja pelas contribuições trazidas nos fluxos migratórios posteriores, é certo que somos fonte de uma "infinidade de padrões culturais que dialogam, convergem, mas também contrastam" (WILLIAM, 2019, p. 31). Aculturação seria, portanto, um conceito amplo, que consiste na fusão entre duas ou mais culturas a partir de um contato permanente, capaz de gerar mudanças significativas em seus hábitos e costumes.

> Cultura é o modo de vida de um povo e se manifesta em suas formas de agir e em tudo que produz. É dinâmica, contínua e se modifica constantemente em razão, inclusive, dos contatos com outros grupos ou por conta de suas próprias reinvenções ou ressignificações. A cultura também se transforma e entre as possibilidades mais comuns de alteração estão os **empréstimos de elementos culturais de outros grupos**, que costumam ser **conservados ou adaptados** por meio de **processos de**

> **integração, como intercâmbio, assimilação, transculturação e sincretismo. Tudo isso pode ser sintetizado no conceito de aculturação**[35]. (grifou-se)

Falar sobre cultura, contudo, não é uma tarefa simples, especialmente em nações de assimetria étnico-socioeconômica muito acentuada[36], como é o caso do Brasil. Nosso triste histórico de colonização e escravidão comprometeu a manutenção das tradições e da identidade cultural dos povos marginalizados de tal modo que alguns adornos, como turbantes, cocares, *dreads* e pinturas corporais foram convertidos em símbolos de resistência, tornando controversa a discussão sobre os limites de seu uso por outros grupos[37]. Em linhas gerais, pode-se afirmar, portanto, que é justamente a existência de uma relação de dominação que separa a mera aculturação da apropriação cultural.

Por outro lado, cabe ressaltar que a lógica de apropriação não se configura de igual forma na adoção de costumes do grupo dominante pelos dominados, visto que se trata de um processo de natureza coercitiva. Em outros termos: quando um povo marginalizado assimila elementos culturais dominantes — buscando aproximar-se, por exemplo, de um padrão de beleza branco, eurocêntrico — nem sempre o faz de maneira voluntária, mas por uma questão de sobrevivência, objetivando minimizar as consequências negativas da discriminação étnico-racial.

> Em boa parte dos aspectos da aculturação, a dominação está presente, seja pelo componente social, seja pelo componente histórico. **Não há apropriação cultural quando um grupo excluído ou marginalizado é forçado a assimilar traços da cultura daqueles que o dominam para sobreviver**, como ocorreu durante todo processo de colonização, em especial na escravidão. **Apropriação cultural é exatamente o oposto**.[38] (grifou-se)

Superada a definição dos termos da forma mais simples possível, voltaremos ao ponto principal do presente trabalho, isto é, a apropriação cultural pela indústria da moda, a partir da análise de casos específicos.

---

[35] WILLIAM, Rodney. **Apropriação Cultural**. São Paulo: Jandaíra, 2019 (Feminismos Plurais).
[36] PEREIRA, Flávio Leão Bastos. Direitos Humanos e Apropriação Cultural na Indústria da Moda. In: SOARES, R. D. B. M. (Org.). **Fashion Law: Direito da Moda**. São Paulo: Almedina, 2019, p. 315-334.
[37] WILLIAM, op. cit. p. 36-37.
[38] WILLIAM, op. cit., p. 35.

2.2 Apropriação cultural na indústria da moda

A discussão sobre apropriação cultural ganha nuances ainda mais polêmicos quando adentra o espaço da moda, onde o empréstimo de elementos criativos advindos de diferentes culturas é uma prática comum e inclusive esperada. Para explorar melhor essa contradição entre o domínio público e a propriedade privada no que concerne aos conhecimentos tradicionais (CT) e às expressões culturais tradicionais (ECT) — ambos os termos reconhecidos pela UNESCO[39] e pela OMPI[40] —, com enfoque na indústria da moda, analisaremos os três casos a seguir, relativos aos povos Navajo, Maasai e Yawalapiti.

2.2.1 Caso Navajo vs. Urban Outfitters (EUA)

A história dos povos nativos estadunidenses é marcada por guerras, limpeza étnica, genocídio e discriminação. No século XIX, com a política expansionista de Thomas Jefferson e a popularização da doutrina do Destino Manifesto, que buscava "povoar e civilizar" o Oeste norte-americano, iniciou-se um processo de remoção forçada dos povos indígenas dos novos territórios adquiridos. Esse evento histórico ficou eternizado no imaginário de várias gerações em todo o mundo através dos famosos filmes de faroeste, que retratavam as batalhas dos corajosos *cowboys*, que ocupavam territórios inóspitos e inexplorados sob a ameaça latente de ataques dos povos indígenas.

---

[39] ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. **Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial.** Paris, 2003. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/ConvencaoSalvaguarda.pdf>. Acesso em: 09 fev. 2022.

[40] Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI). **A documentação de conhecimentos tradicionais e de expressões culturais tradicionais.** Genebra, 2016. Disponível em: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_tk_9.pdf>. Acesso em: 09 fev. 2022.

A posição de vulnerabilidade dos povos nativos americanos, no entanto, não se limita às obras de ficção: além do processo histórico de assimilação forçada da cultura não indígena, que desencoraja o uso de trajes típicos, a realização de cerimônias tradicionais e o ensino da língua nativa, pode-se verificar maiores níveis de insegurança alimentar[41] e desemprego[42] entre os indígenas em relação a todas as outras etnias majoritárias do país (categorizadas nas pesquisas como brancos, asiáticos, negros e hispânicos/latinos).

Quanto ao caso concreto, cabe nova contextualização: apesar da situação de vulnerabilidade social retratada anteriormente, o início da década passada foi marcado pela popularização dos grafismos indígenas norte-americanos no mundo da moda[43] — na maioria das vezes, sem o devido reconhecimento ou retorno financeiro às etnias responsáveis pelos elementos criativos que lhes inspiraram. Desse modo, em 2011, após atestarem a presença de pelo menos 21 produtos descritos como "Navajo" — entre camisas, cantis e até mesmo roupas íntimas — no site da grande varejista Urban Outfitters, a Nação Navajo decidiu mover uma ação judicial contra a companhia, alegando violação de marca, diluição da marca NAVAJO (registrada pelos nativos no ano de 2008, em vigor até o presente momento), concorrência desleal, propaganda enganosa, violação das regras de prática comercial e descumprimento das disposições do *Indian Arts and Craft Act*, lei que proíbe a falsa representação na comercialização de produtos oriundos dos povos indígenas dos Estados Unidos[44]:

> *§ 1159. Misrepresentation of Indian produced goods and products*
>
> *(a) It is unlawful to offer or display for sale or sell any good, with or without a Government trademark, in a manner that falsely suggests it is Indian produced, an*

---

[41] GUNDERSEN, Craig. Measuring the extent, depth, and severity of food insecurity: an application to American Indians in the USA. **Journal of Population Economics**. Berlim, vol. 21, n. 1, p. 191-215, jan. 2008.

[42] SANCHEZ, G.R.; et al. *The monthly jobs report ignores Native Americans. How are they faring economically?* **The Avenue,** 2021. Disponível em: <https://www.brookings.edu/blog/the-avenue/2021/11/10/the-monthly-jobs-report-ignores-native-americans-how-are-they-faring-economically/#:~:text=Similarly%2C%20Native%20Americans%20are%20the,economic%20stress%20in%20the%20survey.>. Acesso em: 10 fev. 2022.

[43] DERSCHOWITZ, Jessica. Victoria's Secret apologizes for Native American-inspired look at fashion show. **CBS News**, 2012. Disponível em: <https://www.cbsnews.com/news/victorias-secret-apologizes-for-native-american-inspired-look-at-fashion-show/>. Acesso em: 10 fev. 2022.

[44] *UNITED STATES OF AMERICA.* ***Public Law 101-644, nov. 29, 1990****. To expand the powers of the Indian Arts and Crafts Board, and for other purposes*. Disponível em: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/STATUTE-104/pdf/STATUTE-104-Pg4662.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2022.

> *Indian product, or the product of a particular Indian or Indian tribe or Indian arts and crafts organization, resident within the United States.*[45]

Nos autos, a Nação Navajo alegou que seus membros vêm utilizando a nomenclatura de forma consistente há séculos, inclusive para a comercialização de produtos de vestuário, joalheria, alimentos e artesanato[46]. Dessa maneira, com sua linha Navajo, a companhia Urban Outfitters estaria competindo diretamente com as roupas da marca registrada NAVAJO, confundindo os consumidores e levando-os a acreditar que estavam comprando produtos autênticos deste povo. Outros argumentos apresentados foram a qualidade inferior dos produtos oferecidos pela Urban Outfitters em relação à marca original, o que feriria sua reputação perante os consumidores, bem como a utilização do nome Navajo na venda de roupas íntimas e cantis para bebidas alcoólicas, algo considerado depreciativo e contrário aos princípios da Nação Navajo.

Em resposta, a parte ré argumentou que não houve má-fé na produção da linha Navajo e que a intenção da companhia nunca foi sugerir que os produtos tivessem sido produzidos por membros da Nação Navajo, mas apenas descrever as mercadorias de forma geral como "designs de estilo indígena". Além disso, a varejista alegou que "Navajo" não era uma fonte de mercadorias conhecida pelo grande público, e que, por essa razão, não teria como sofrer prejuízos reais com a referida linha de produtos.

Embora a Corte tenha sido parcialmente favorável aos navajos em um primeiro momento, as partes chegaram a um acordo antes do fim do processo, optando pela assinatura de um contrato de fornecimento de produtos e licença de uso de marca. Dessa forma, a companhia Urban Outfitters teria o direito de vender produtos autênticos, produzidos pela Nação Navajo. Cabe salientar, entretanto, que as reivindicações da Nação Navajo foram

---

[45] Tradução livre: "§ 1159. Falsa representação de bens e produtos indígenas. (a) É ilegal oferecer, expor ou vender qualquer bem, com ou sem marca registrada do governo, de uma maneira que sugira falsamente que é produzido por indígenas, um produto indígena ou o produto de um determinado indígena, povo indígena ou organização indígena de artes e ofícios residente nos Estados Unidos".

[46] BAKER, KaDeidra. Indigenous Appropriation and Protections Provided by Intellectual Property Law. **North Carolina Central University Science & Intellectual Property Law Review**. Durham, vol. 11, n. 1, p. 111-130, ago. 2018. Disponível em: <https://archives.law.nccu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1010&context=siplr>. Acesso em 11 fev. 2022.

definitivamente reforçadas pela existência de uma marca registrada[47] para comercialização de produtos do ramo de moda, o que ainda não é uma realidade para a maioria dos povos originários, seja nos Estados Unidos, seja em outros países do mundo, pelos motivos e limitações vistos no capítulo anterior. Trata-se, portanto, de um caso excepcional.

Figura 3 — Coleção inspirada no povo Navajo (Urban Outfitters)

Fonte: *Time* (2011)

2.2.2 Caso Maasai (Quênia)

O continente africano merece atenção especial no que tange à proteção dos elementos de expressão cultural de seus povos originários. Em 2010, nove países integrantes da Organização Regional Africana para a Propriedade Intelectual (na sigla em inglês, ARIPO — *African Regional Intellectual Property Organization*) assinaram o Protocolo de Swakopmund Sobre a Proteção de Conhecimentos Tradicionais e Expressões do Folclore[48], com o objetivo de desencorajar e reprimir a utilização indevida dos conhecimentos tradicionais de seus respectivos povos:

---

[47] BAKER, op. cit., p. 125.

[48] *AFRICAN REGIONAL INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (ARIPO).* ***Swakopmund Protocol on the Protection of Traditional Knowledge and Expressions of Folklore***. Swakopmund, 2010. Disponível em: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/en/ap010/trt_ap010.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2022.

> **Section 1**
>
> **Purpose of Protocol**
>
> ***1.1.*** *The purpose of this Protocol is: (a) to protect traditional knowledge holders against any infringement of their rights as recognized by this Protocol; and (b) to protect expressions of folklore against misappropriation, misuse and unlawful exploitation beyond their traditional context.*
>
> *(...)*
>
> ***1.3.*** *This Protocol shall be interpreted and enforced taking into account the dynamic and evolving nature of traditional knowledge and the characteristic of traditional knowledge systems as frameworks of ongoing innovation.*[49]

Além do Protocolo de Swakopmund, o Quênia, país onde habita a maior parte do povo Maasai, conta com legislação específica sobre o tema (*Protection of Traditional Knowledge and Cultural Expressions Act*) desde o ano de 2016, destacando-se a menção expressa às criações de moda dentre as expressões culturais tangíveis[50], cuja proteção se dá inclusive por meio do pagamento de royalties aos seus titulares.

Uma das razões que justifica a existência dessa especificidade na legislação é o grande apreço da indústria da moda pelos grafismos e trajes típicos dos povos tradicionais do Quênia, com destaque para os Maasai, povo seminômade mundialmente conhecido pelo uso do *Shuka*, uma espécie de cobertor de algodão com padrões quadriculados ou xadrez, geralmente nos tons de vermelho e/ou azul.

O debate sobre a apropriação cultural dos trajes Maasai ganhou força após o sucesso da coleção Outono/Inverno 2011 de Kim Jones, estilista britânico que viveu parte da infância no Quênia, para a Louis Vuitton[51]. Nesse mesmo período, várias outras marcas — como Thakoon, Ralph Lauren, Calvin Klein e até mesmo a gigante automobilística Land Rover — utilizaram o nome dos Maasai em suas coleções e produtos. À vista disso, um grupo de líderes da

---

[49] Tradução livre: "1.1 O propósito deste Protocolo é: (a) proteger os detentores de conhecimento tradicional contra qualquer violação de seus direitos reconhecidos por este Protocolo; e (b) proteger expressões folclóricas contra apropriação indevida, uso indevido e exploração ilegal, fora de seu contexto tradicional. (...) 1.3 Este Protocolo deve ser interpretado e aplicado levando em consideração a natureza dinâmica e evolutiva do conhecimento tradicional, e as características dos sistemas de conhecimento tradicional como estruturas de inovação contínua."

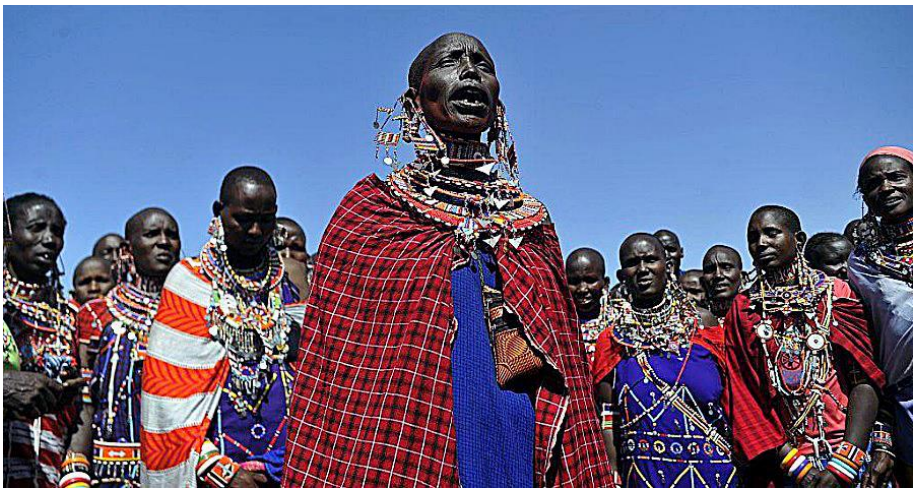
[50] KENYA. **Lei nº 33/2016**. *Protection of Traditional Knowledge and Cultural Expressions Act*. Disponível em: <https://wipolex.wipo.int/en/text/506164>. Acesso em: 11 fev. 2022.

[51] THE FASHION LAW. **Want to Use the Maasai Name or Print? You Have to Pay for That**. 2019. Disponível em: <https://www.thefashionlaw.com/want-to-use-the-maasai-name-or-print-you-have-to-pay/>. Acesso em: 11 fev. 2022.

comunidade tradicional decidiu assumir o poder de suas expressões culturais a partir da *Maasai Intellectual Property Initiative* (MIPI), cujo objetivo principal é garantir a proteção dos direitos de Propriedade Intelectual do povo Maasai em relação aos seus produtos de vestuário e joalheria, além de seus direitos de imagem[52].

Em parceria com o Light Years IP, organização não governamental sediada em Washington, os Maasai chegaram à estimativa de que mais de mil companhias já utilizaram a iconografia de seu povo como forma de impulsionar vendas, sem a retribuição devida. Com os esforços do MIPI, no entanto, a situação tem se mostrado cada vez mais positiva: já são pelo menos oitenta marcas interessadas no uso dos elementos culturais do povo Maasai mediante pagamento de royalties[53], o que contribui para o desenvolvimento econômico do grupo e garante a manutenção de suas tradições e identidade cultural.

Figura 4 — Trajes típicos do povo Maasai



Fonte: *Independent* (2017)

[52] OYANGE-NGANDO, Elizabeth. *Fashion as Property in Traditional Culture: a Maasai Case Study*. ***Journal of Intellectual Property Law & Practice***. Oxford, vol. 13, n. 11, p. 1-15, ago. 2018.
[53] OYANGE-NGANDO, op. cit, p. 10.

Figura 5 — *Shuka* Maasai

Fonte: *Afroculture* (2019)

Figura 6 — Coleção do estilista Kim Jones para a Louis Vuitton

Fonte: Vogue (2011)

2.2.3 Caso Havaianas Tribos (Brasil)

De antemão, pode-se dizer que a análise do presente caso se inicia com uma grande diferença em relação aos anteriores: para a produção da coleção, a Alpargatas, empresa responsável pela comercialização das sandálias Havaianas, foi devidamente autorizada através do termo de cessão de uso e reprodução de direitos autorais sobre grafismos indígenas, conforme a LDA e a Portaria 177 da FUNAI[54]. O contrato foi assinado pelo próprio autor dos desenhos, Anuiá Yawalapiti, na posição de representante legal de seu povo.

A discussão, portanto, não se dá necessariamente no âmbito da apropriação cultural, mas da titularidade dos direitos sobre as criações artísticas e culturais indígenas. De acordo com o artigo 2º, §1º da Portaria n. 177 da FUNAI, a titularidade do direito autoral sobre a utilização de uma obra deve recair sobre o autor, no caso de direito individual indígena, ou sobre a coletividade, no caso de direito coletivo. Tratando-se, portanto, de um grafismo típico da etnia Yawalapiti, as negociações deveriam ter sido realizadas junto a uma figura de liderança, posição que Anuiá não ocupa no âmbito interno de representação da comunidade.

Além disso, como mencionado no capítulo anterior, pode haver similaridades relevantes entre grafismos de etnias que habitam áreas geográficas próximas, o que dificultaria ainda mais o reconhecimento da titularidade da obra. Desse modo, o procedimento mais correto seria a consulta prévia aos 15 povos da região do Alto Xingu, representados por suas respectivas figuras de liderança. Concluído o processo de reconhecimento da titularidade do direito sem que nenhum povo se sentisse prejudicado, a marca estaria livre para negociar a cessão de uso e reprodução dos direitos autorais coletivos da forma que melhor lhe conviesse. De qualquer modo, a coleção não foi comercializada, mas distribuída a um seleto grupo de clientes, celebridades e jornalistas como parte de um kit promocional. A etnia Yawalapiti, por sua vez, abdicou da resolução do imbróglio por via judicial e demonstrou interesse em colaborar com a marca em projetos futuros.

---

[54] NOVAES, Marina. **Direitos autorais dos indígenas: a sandália da polêmica**. El País Brasil, 2015. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2015/02/13/politica/1423839248_331372.html>. Acesso em 11 fev. 2022.

Figura 7 — Chinelos da coleção Havaianas Tribos, inspirada nos grafismos dos povos do Xingu

Fonte: El País (2015)

3. MECANISMOS DE PROTEÇÃO AOS CONHECIMENTOS TRADICIONAIS

3.1 Patrimônio cultural no ordenamento jurídico brasileiro

O patrimônio, enquanto conceito sociológico e normativo, dispõe de um inequívoco conteúdo político em relação iminente com a identidade, ressaltado quando adjetivado de seu verbete “cultural”. Identidade, aqui, não se define enquanto uma dimensão essencializada e pré-política da performatividade de indivíduos, que acessam algo anterior ao próprio tempo para externalizar formas de vida arbitrariamente definidas; mas, sim, como a expressão materializada e conflitiva dos agentes políticos em relação indissociável com seu meio e sua história, alcançando o passado e projetando o futuro a partir destas relações presentes, perpetuadas na memória.

O patrimônio cultural é instrumental, por exemplo, à conformação do projeto nacional, promovendo a noção de uma subjetividade comum a um povo na soma de suas diferenças; podendo, igualmente, ser um instrumento de reafirmação das relações e das formas de vida de uma comunidade em situação de maior vulnerabilidade. A disciplina normativa do Patrimônio

Cultural encontra correspondência no texto constitucional do artigo 216, que o identifica nos bens culturais materiais e imateriais, *in verbis*:

> Art. 216. **Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira**, nos quais se incluem:
> I - as formas de expressão;
> II - os modos de criar, fazer e viver;
> **III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas;**
> **IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;**
> V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.
>
> § 1º O Poder Público, com a colaboração da comunidade, promoverá e protegerá o patrimônio cultural brasileiro, por meio de inventários, registros, vigilância, tombamento e desapropriação, e de outras formas de acautelamento e preservação.
>
> § 2º Cabem à administração pública, na forma da lei, a gestão da documentação governamental e as providências para franquear sua consulta a quantos dela necessitem.
>
> § 3º A lei estabelecerá incentivos para a produção e o conhecimento de bens e valores culturais.
>
> § 4º Os danos e ameaças ao patrimônio cultural serão punidos, na forma da lei.
>
> § 5º Ficam tombados todos os documentos e os sítios detentores de reminiscências históricas dos antigos quilombos.
>
> § 6 º É facultado aos Estados e ao Distrito Federal vincular a fundo estadual de fomento à cultura até cinco décimos por cento de sua receita tributária líquida, para o financiamento de programas e projetos culturais, vedada a aplicação desses recursos no pagamento de:
> I - despesas com pessoal e encargos sociais;
> II - serviço da dívida;
> III - qualquer outra despesa corrente não vinculada diretamente aos investimentos ou ações apoiados. (grifou-se)

A redação do referido dispositivo entra em conformidade com a definição da UNESCO acerca do patrimônio imaterial, coincidido com as práticas, representações, conhecimentos e técnicas constitutivos de relações comunitárias, e por elas reconhecidos como característicos de seu patrimônio. O mandamento constitucional, ademais, informou a edição do Decreto n. 3551/2000, que viabilizou projetos de "identificação, reconhecimento, salvaguarda e promoção da dimensão imaterial do Patrimônio Cultural Brasileiro"[55], instituindo a política pública do

[55] BRASIL. **Decreto nº 3.551, de 4 de agosto de 2000**. Institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e dá outras providências. Brasília, [2000]. Disponível em: <https://www.gov.br/iphan/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/programas/programa-nacional-do-patrimonio-imaterial-pnpi>. Acesso em: 11 fev. 2022.

Programa Nacional do Patrimônio Imaterial (PNPI) para realização destes objetivos. O decreto define as expressões do patrimônio cultural imaterial nos termos dos saberes, das formas de expressão, das celebrações e dos lugares.

A operacionalização destes institutos, não surpreendentemente, não é desprovida de problemas, que por sua vez ressaltam a dimensão conflitiva e reivindicatória na constituição das identidades coletivas, da cultura, da memória e do próprio fenômeno jurídico. Os pesquisadores Garone e Junqueira evidenciam alguns casos onde essas disputas tomaram lugar e forma:

> As polêmicas em torno do Ofício das Baianas do Acarajé, registrado em 2005 como Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil, são bastante ilustrativas a esse respeito. Em 25 novembro de 1998, o prefeito de Salvador/BA, uma das cidades berço desse ofício ancestral, editou o Decreto Municipal 12.175, estabelecendo regras quanto à localização e funcionamento do comércio informal exercido pelas baianas de acarajé e de mingau em logradouros públicos. Entre as regras estabelecidas estava a obrigatoriedade do uso de vestimenta típica de acordo com a tradição da cultura afro-brasileira, mas diante da falta de fiscalização e de punição por parte da prefeitura, a edição do decreto não foi capaz de impedir o crescimento da ofensiva evangélica em comercializar o acarajé, iguaria vinculada à cultura do candomblé, como "bolinho de Jesus". (...) A polêmica acabou motivando a Associação Nacional das Baianas de Acarajé, juntamente a outras entidades ligadas à preservação da cultura negra, a entrarem com o pedido de registro do ofício, reconhecido no ano de 2005 como Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil. (...) Embora tendo se constituído como medidas de proteção importantes, sua eficácia foi apenas relativa e a presença dos "bolinhos de Jesus" nas ruas de Salvador ainda persiste, assim como também são frequentes outras tipos de situações relacionadas a problemas como descaracterização, uso indevido e intolerância religiosa, não apenas em Salvador, mas em todas as cidades em que se observa a existência desse ofício[56].

Em atenção a tal dimensão de disputas, retomando o escopo do presente trabalho, pode-se dizer que são pertinentes a previsão das *formas de expressão* no Decreto 3.551/00 e das *criações artísticas* e *das obras destinadas à manifestações artístico-culturais* no artigo 216 da Constituição Federal de 1988.

3.1.1 Conhecimentos tradicionais e propriedade intelectual

[56] GARONE, Taís; JUNQUEIRA, Pedro. **Patrimônio Cultural, patrimônio de quem? Apropriação e uso indevido de Bens Culturais Imateriais**. Anais da 30ª Reunião Brasileira de Antropologia, João Pessoa, Brasil, 2016. p. 12-13.

Como já discutido ao longo desta monografia, a lógica do sistema de propriedade intelectual raramente se adequa por completo aos casos que envolvem direitos autorais coletivos, típicos das comunidades tradicionais[57]. Nesse sentido, para além da Lei nº 9.610/98, existem alguns mecanismos alternativos, nacionais e internacionais, que buscam proteger as expressões culturais desses povos, a exemplo da Convenção sobre Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, da UNESCO, promulgada pelo Decreto nº 6177/07, e da Portaria nº 177/PRES da FUNAI. Isso não significa dizer, contudo, que a LDA não pode ser objeto de proteção de obras de natureza coletiva, sem número específico de autores identificáveis, como é o caso dos grafismos dos povos indígenas: o próprio artigo 45, II da referida lei reforça a proteção legal às obras relativas a conhecimentos étnicos e tradicionais, excluindo-as do domínio público e afastando-as do conceito de obra anônima.

Pela própria natureza dinâmica dos conhecimentos tradicionais (CTs), estabelecer uma definição adequada para o termo não é tarefa fácil: de acordo com a OMPI, no entanto, trata-se de "um conjunto dinâmico de conhecimentos que é desenvolvido, sustentado e transmitido de geração em geração dentro de uma comunidade, muitas vezes fazendo parte de sua identidade cultural ou espiritual"[58]. Já as expressões culturais tradicionais (ECTs), por sua vez, são "expressões que resultam da criatividade de indivíduos, grupos e sociedades e que possuem conteúdo cultural"[59], podendo englobar sinais, símbolos, música, danças, designs, cerimônias, artesanatos, entre muitas outras formas possíveis.

A proteção dos conhecimentos tradicionais se dá basicamente por dois âmbitos: o *defensivo*, cujo objetivo principal é impedir que terceiros se apropriem de tais saberes, e o *positivo*, que busca transferir para as próprias comunidades o pleno controle da propriedade intelectual relativa a esses conhecimentos, possibilitando sua exploração comercial da maneira que desejarem. Como mecanismos de proteção, para além do sistema tradicional de propriedade

---

[57] MARINHO, Maria Edelvacy Pinto; DA SILVA, Solange Teles. Sociobiodiversidade que se veste. In: SOARES, R. D. B. M. (Org.). **Fashion Law: Direito da Moda**. São Paulo: Almedina, 2019, p. 283-297.

[58] Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI). **Conhecimentos tradicionais e propriedade intelectual.** Genebra, 2016. Disponível em: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_tk_1.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2022.

[59] ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. **Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais.** Paris, 2005. Disponível em:<http://www.ibermuseus.org/wp-content/uploads/2014/07/convencao-sobre-a-diversidade-das-expressoes-culturais-unesco-2005.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2022.

intelectual, alguns países têm criado seus próprios sistemas *sui generis*[60]. No caso brasileiro, o melhor exemplo de legislação específica seria a Portaria nº 177/PRES da FUNAI, que dispõe sobre os direitos autorais morais e patrimoniais dos povos indígenas.

Em um claro exemplo de proteção positiva, o art. 3º da Portaria determina as seguintes condições para a cessão de direitos autorais e de imagem para uso por terceiros[61]:

> Art. 3 – As criações indígenas poderão ser utilizadas, mediante anuência dos titulares do direito autoral, para difusão cultural e outras atividades, inclusive as de fins comerciais verificados: i- o **respeito à vontade dos titulares do direito quanto à autorização, veto, ou limites para a utilização de suas obras**; ii- as **justas contrapartidas** pelo uso de obra indígena, especialmente aquelas desenvolvidas com finalidades comerciais; iii- a **celebração de contrato civil entre o titular ou representante dos titulares do direito autoral coletivo e os demais interessados.** § Único – No caso da produção criativa individual, o contrato deverá ser celebrado com o titular da obra nos termos da Lei N. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998.

Por fim, vale evidenciar que, apesar dos aspectos positivos oriundos da combinação entre a LDA, a CF e mecanismos específicos de proteção aos povos indígenas brasileiros, o fato desta regulação ter sido feita somente por meio de portaria pressupõe um certo nível de insegurança jurídica em relação ao tema[62]. Além disso, há atualmente um cenário de omissão quanto aos direitos coletivos das comunidades quilombolas, que embora tenham seu patrimônio cultural incluído no rol de proteção do art. 216 da CF/88, não contam com mecanismos que levem em conta suas particularidades e demandas.

3.1.2 Consulta prévia e parceria na indústria da moda

Outros mecanismos importantes para a preservação dos direitos das comunidades tradicionais são, respectivamente, a Convenção nº 169 da OIT, a Declaração das Nações Unidas dos Direitos dos Povos Indígenas e a Declaração Americana Sobre os Direitos dos Povos

---

[60] OMPI, op. cit., p.2.

[61] FUNDAÇÃO NACIONAL DO ÍNDIO. **Portaria n. 177/PRES, de 16 de fevereiro de 2006**. Brasília, [2006]. Disponível em: <https://www.gov.br/funai/pt-br/arquivos/conteudo/cogedi/pdf/legislacao-indigenista/cultura/portariadireitoautoral.PDF>. Acesso em: 11 fev. 2022.

[62] MARINHO; DA SILVA, op. cit., p. 294.

Indígenas[63], que determinam os direitos de consentimento livre, prévio e informado e de participação dos povos interessados na tomada de decisões, bem como na percepção de benefícios relativos aos seus bens culturais e intelectuais. Destarte, vejamos o artigo XXVIII, item 3 da Declaração Americana dos Direitos dos Povos Indígenas:

> 3. Os Estados, com a participação plena e efetiva dos povos indígenas, adotarão as medidas necessárias para que os acordos e regimes nacionais ou internacionais disponham o **reconhecimento e a proteção adequada do patrimônio cultural e da propriedade intelectual** associada a esse patrimônio dos povos indígenas. **Para a adoção dessas medidas, serão realizadas consultas destinadas a obter o consentimento livre, prévio e informado dos povos indígenas**. (grifou-se)

Embora sejam direcionadas à ação dos Estados membros, a aplicação das referidas disposições concernentes à consulta prévia também pode ser estendida com sucesso às práticas do setor privado. Um exemplo prático dessa conduta é a parceria da marca Osklen com o povo Ashaninka[64], que se difere dos casos anteriormente citados no presente trabalho justamente pela preocupação com o consentimento livre, prévio e informado da etnia envolvida quanto ao uso de seus desenhos e grafismos, além da repartição dos ganhos obtidos com a venda dos produtos inspirados em seus elementos artístico-culturais.

Outro caso relevante diz respeito à cessão de direitos autorais relativos aos grafismos do povo Kadiwéu, do Mato Grosso do Sul[65], que adornam o Bairro Amarelo, um grande conjunto habitacional localizado em Hellersdorf, na Alemanha. Embora tenha sido realizado um concurso para a seleção dos seis melhores desenhos, os benefícios provenientes da iniciativa foram repartidos entre todas as participantes (93, no total), em respeito ao caráter coletivo de seus bens culturais.

---

[63] PEREIRA, Flávio Leão Bastos. Direitos Humanos e Apropriação Cultural na Indústria da Moda. In: SOARES, R. D. B. M. (Org.). **Fashion Law: Direito da Moda**. São Paulo: Almedina, 2019, p. 315-334.
[64] MARINHO; DA SILVA, op. cit., p. 295.
[65] JÓFEJ, op. cit., p. 134.

CONCLUSÃO

Ao longo desta monografia, adentramos no polêmico tema da apropriação cultural na indústria da moda. De início, vimos que as peças e trajes típicos das comunidades tradicionais encontram obstáculos relevantes ao enquadramento na Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.610/98), em razão da grande influência exercida pela tradição oral e pela coletividade na lógica de produção destes grupos, o que dificulta o reconhecimento da titularidade de suas obras.

Em seguida, nos deparamos também com uma série de limitações relativas ao reconhecimento dos grafismos indígenas como desenho industrial, dada a sua natureza constante e histórica, que colide com o requisito de novidade previsto na Lei de Propriedade Industrial (Lei 9.279/96). Ademais, as similaridades entre grafismos de etnias que convivem em áreas geográficas próximas esbarram no requisito de originalidade previsto no mesmo dispositivo. Ainda no campo da Propriedade Industrial, vimos que o efetivo registro de marcas pertencentes aos povos indígenas é ainda uma exceção diante do grande número de palavras e nomes pertencentes a línguas indígenas registrados por pessoas não indígenas, em absoluto desacordo com o princípio do consentimento prévio fundamentado.

Diante desse contexto, após uma breve definição dos conceitos de apropriação e aculturação, a análise dos casos Navajo, Maasai e Yawalapiti, recentes e relevantes ao tema, proporcionou uma visão mais prática sobre as alternativas utilizadas pelos povos originários na proteção de suas expressões culturais tradicionais, que geralmente perpassa pela fusão entre dispositivos pertencentes ao sistema de propriedade intelectual e instrumentos específicos de proteção aos conhecimentos tradicionais. No Brasil, que ainda não conta com um sistema *sui generis* de proteção aos direitos de propriedade intelectual dos povos tradicionais, a solução mais viável parece ser a aplicação conjunta das regras vigentes no campo de PI e os mecanismos de proteção ao patrimônio cultural dessas comunidades, com destaque para a Portaria n. 177/PRES da FUNAI.

A busca por um ponto de equilíbrio entre a mercantilização de bens de valor inestimável, simbólico, e a proteção do patrimônio cultural dos povos tradicionais é, sem dúvidas, um grande desafio. Por outro lado, com a criação de mecanismos muito restritivos e burocráticos, corre-se o risco de que as marcas fiquem excessivamente limitadas em sua liberdade criativa, algo que também deve ser evitado. No entanto, casos bem-sucedidos como a parceria entre a Osklen e o povo Ashaninka parecem resolver o impasse de maneira satisfatória para ambas as partes, demonstrando que a consulta prévia, conforme previsto nas convenções internacionais sobre os direitos indígenas já mencionadas, representa uma importante ferramenta para o exercício da igualdade relacional e da responsabilidade no setor da moda.

REFERÊNCIAS

AFRICAN REGIONAL INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (ARIPO). ***Swakopmund Protocol on the Protection of Traditional Knowledge and Expressions of Folklore***. Swakopmund, 2010. Disponível em: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/en/ap010/trt_ap010.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2022.

AMARAM, M.C.; et al. Reciclagem industrial e reuso têxtil no Brasil: estudo de caso e considerações referentes à economia circular. **Gestão & Produção**, São Paulo, v.25, n.3, p. 431-433, set. 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gp/a/65F6GD8rvkYGfnqJQ83XWnF/?lang=en>. Acesso em: 05 dez. 2021.

BAKER, KaDeidra. Indigenous Appropriation and Protections Provided by Intellectual Property Law. **North Carolina Central University Science & Intellectual Property Law Review**. Durham, vol. 11, n. 1, p. 111-130, ago. 2018. Disponível em: <https://archives.law.nccu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1010&context=siplr>. Acesso em 11 fev. 2022.

BAPTISTA, Fernando Mathias; DO VALLE, Raul Silva Telles. **Os povos indígenas frente ao direito autoral e de imagem**. São Paulo: Instituto Socioambiental, 2004.

BEZERRA, Matheus Ferreira. **Manual de Propriedade Intelectual.** 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2021.

BITTAR, Carlos Alberto. **Direito de Autor**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

BRASIL. **Decreto nº 3.551, de 4 de agosto de 2000**. Institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e dá outras providências. Brasília, [2000]. Disponível em: <https://www.gov.br/iphan/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/programas/programa-nacional-do-patrimonio-imaterial-pnpi>. Acesso em: 11 fev. 2022.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 134, n. 93, p.1-14, 15 mai. 1996.

BRASIL. Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 136, n. 36, p. 3-9, 20 fev. 1998.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (3. Turma). **Recurso Especial 929604/SP**. Direito comercial. Propriedade industrial. Uso de marca com elementos semelhantes. Nomes que, embora comuns, distinguem marca de produto específico consagrado no mercado. Exclusividade de uso. Provimento. Recorrente: L R Companhia Brasileira de Produtos de Higiene e Toucador. Recorrido: Indústria de Cosméticos Naturais Calantari LTDA. Relator: Min. Sidnei Beneti, 22 de março de 2011. Disponível em: <https://processo.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ATC&sequencial=13878824&num_registro=200700202323&data=20110506&tipo=5&formato=PDF>. A cesso em: 06 fev. 2022.

BREWER, Mark. Fashion Law: More than Wigs, Gowns, and Intellectual Property. **San Diego Law Review**. San Diego, vol. 54, ed. 04, p.739-784, jan. 2017. Disponível em: <https://digital.sandiego.edu/sdlr/vol54/iss4/3/>. Acesso em: 05 jan. 2022.

CERQUEIRA, João da Gama. **Tratado da Propriedade Industrial**. Rio de Janeiro: Forense, 1946.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de direito comercial.** 10ª ed. São Paulo: Saraiva, 1999.

COLERATO, Marina. A crise climática e o pior acidente da indústria da moda. **Elle**, 2021. Disponível em: <https://elle.com.br/a-crise-climatica-e-o-pior-acidente-da-industria-da-moda>. Acesso em: 29 dez. 2021.

DERSCHOWITZ, Jessica. Victoria's Secret apologizes for Native American-inspired look at fashion show. **CBS News**, 2012. Disponível em: <https://www.cbsnews.com/news/victorias-secret-apologizes-for-native-american-inspired-look-at-fashion-show/>. Acesso em: 10 fev. 2022.

DIMOCK, Michael. Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. **Pew Research Center**, 2019. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>. Acesso em: 24 nov. 2021.

FASHION LAW INSTITUTE. **About**, 2020. Disponível em: <https://fashionlawinstitute.com/about>. Acesso em: 27 de jan. de 2022.

FUNDAÇÃO NACIONAL DO ÍNDIO. **Portaria n. 177/PRES, de 16 de fevereiro de 2006**. Brasília, [2006]. Disponível em: <https://www.gov.br/funai/pt-br/arquivos/conteudo/cogedi/pdf/legislacao-indigenista/cultura/portariadireitoautoral.PDF>. Acesso em: 11 fev. 2022.

GARONE, Taís; JUNQUEIRA, Pedro. **Patrimônio Cultural, patrimônio de quem? Apropriação e uso indevido de Bens Culturais Imateriais.** Anais da 30ª Reunião Brasileira de Antropologia, João Pessoa, Brasil, 2016. p. 12-13.

GEERTZ, Clifford. **The Interpretation of Cultures**. New York: Basic Books, 1973.

GUERINI, Nicola. Fashion versus Fashion: Where is the Change Going? The Impact of Dismantling the Old Rules of the Industry and the Role of the Made in Italy in Front of the New Challenges. In: SOARES, R. D. B. M. (Org.). **Fashion Law: Direito da Moda**. São Paulo: Almedina, 2019, p. 27-43.

GUNDERSEN, Craig. Measuring the extent, depth, and severity of food insecurity: an application to American Indians in the USA. **Journal of Population Economics**. Berlim, vol. 21, n. 1, p. 191-215, jan. 2008.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). **Dossiê IPHAN 2: expressão gráfica e oralidade entre os Wajãpi do Amapá**. Rio de Janeiro, 2006.

JÓFEJ, Lúcia Fernanda. A proteção legal do patrimônio cultural dos Povos Indígenas no Brasil. **Coleção Educação para Todos – Povos indígenas e a lei dos "brancos": o direito à diferença**, Brasília, v. 14, n. 3, p. 122-145, nov. 2006. Disponível em: <http://pronacampo.mec.gov.br/images/pdf/bib_volume14_povos_indigenas_e_a_lei_dos_brancos_o_direito_a_diferenca.pdf>. Acesso em: 05 fev. 2022.

KENYA. **Lei nº 33/2016**. *Protection of Traditional Knowledge and Cultural Expressions Act*. Disponível em: <https://wipolex.wipo.int/en/text/506164>. Acesso em: 11 fev. 2022.

MAIA, Barboza Lívia. A Proteção do Direito da Moda pela Propriedade Intelectual. **Revista da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual**, Rio de Janeiro, n. 141, p. 3-20, mar./abr. 2016.

MARINHO, Maria Edelvacy Pinto; DA SILVA, Solange Teles. Sociobiodiversidade que se veste. In: SOARES, R. D. B. M. (Org.). **Fashion Law: Direito da Moda**. São Paulo: Almedina, 2019, p. 283-297.

NADER, Paulo. **Introdução ao Estudo do Direito**. 38. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016.

NETO, Dalk Dias Salomão et al. Trabalho Análogo ao Escravo na Indústria Têxtil Brasileira. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**. São Paulo, vol. 13, ed. 05, p. 28-46, mai. 2021. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/ciencias-sociais/textil-brasileira>. Acesso em: 27 dez. 2021.

NOVAES, Marina. **Direitos autorais dos indígenas: a sandália da polêmica**. El País Brasil, 2015. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2015/02/13/politica/1423839248_331372.html>. Acesso em 11 fev. 2022.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. **Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial.** Paris, 2003. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/ConvencaoSalvaguarda.pdf>. Acesso em: 09 fev. 2022.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. **Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais.** Paris, 2005. Disponível em:<http://www.ibermuseus.org/wp-content/uploads/2014/07/convencao-sobre-a-diversidade-das-expressoes-culturais-unesco-2005.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2022.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL. **Convenção para o Estabelecimento da Organização Mundial da Propriedade Intelectual**. Estocolmo, 1967.

Disponível em: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_250.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2022.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. **Convenção nº 169 da OIT sobre Povos Indígenas e Tribais**. Genebra, 1989. Disponível em: <https://www.oas.org/dil/port/1989%20Conven%C3%A7%C3%A3o%20sobre%20Povos%20Ind%C3%ADgenas%20e%20Tribais%20Conven%C3%A7%C3%A3o%20OIT%20n%20%C2%BA%20169.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2022.

Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI). **Um ponto no tempo: o uso inteligente da Propriedade Intelectual por empresas do setor têxtil.** Genebra, 2005. Disponível em: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/sme/794/wipo_pub_794.pdf>. Acesso em: 05 fev. 2022.

Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI). **A documentação de conhecimentos tradicionais e de expressões culturais tradicionais.** Genebra, 2016. Disponível em: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_tk_9.pdf>. Acesso em: 09 fev. 2022.

Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI). **Conhecimentos tradicionais e propriedade intelectual.** Genebra, 2016. Disponível em: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_tk_1.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2022.

OYANGE-NGANDO, Elizabeth. *Fashion as Property in Traditional Culture: a Maasai Case Study*. **Journal of Intellectual Property Law & Practice**. Oxford, vol. 13, n. 11, p. 878-893, ago. 2018.

PERALTA, Patricia Pereira e GOMES, Juliane Pereira Ranzemberger. O uso da proteção do desenho industrial como forma de apropriação dos grafismos indígenas Wajãpi. **Revista de Estudios Brasileños**. Salamanca, vol. 8, ed. 16, p. 123-136, 1º semestre de 2021. Disponível em: <https://revistas.usal.es/index.php/2386-4540/article/view/reb2021816123136>. Acesso em: 05 fev. 2022.

PEREIRA, Flávio Leão Bastos. Direitos Humanos e Apropriação Cultural na Indústria da Moda. In: SOARES, R. D. B. M. (Org.). **Fashion Law: Direito da Moda**. São Paulo: Almedina, 2019, p. 315-334.

PORTAL DOS FILHOS DO WARANÁ. **A Marca NusokeN**. Disponível em: <https://www.nusoken.com/consorcio-dos-produtores-sater%C3%A9-maw%C3%A9/a-marca-nusoken>. Acesso em: 06 fev. 2022.

RAMOS, Carolina Tinoco. **Contributo Mínimo em Direito de Autor: o mínimo grau criativo necessário para que uma obra seja protegida; contornos e tratamento jurídico no direito internacional e no direito brasileiro.** Dissertação (Mestrado em Direito) - Faculdade de Direito, Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2009.

ROMM, James. **Herodotus**. New Haven: Yale University Press, 1998.

SANCHEZ, G.R.; et al. *The monthly jobs report ignores Native Americans. How are they faring economically?* **The Avenue,** 2021. Disponível em: <https://www.brookings.edu/blog/the-avenue/2021/11/10/the-monthly-jobs-report-ignores-native-americans-how-are-they-faring-economically/#:~:text=Similarly%2C%20Native%20Americans%20are%20the,economic%20stress%20in%20the%20survey.>. Acesso em: 10 fev. 2022.

SCAFIDI, Susan. **Who Owns Culture? Appropriation and Authenticity in American Law**. New Brunswick: Rutgers University Press, 2005.

THE FASHION LAW. **Want to Use the Maasai Name or Print? You Have to Pay for That**. 2019. Disponível em: <https://www.thefashionlaw.com/want-to-use-the-maasai-name-or-print-you-have-to-pay/>. Acesso em: 11 fev. 2022.

UNITED STATES OF AMERICA. ***Public Law 101-644, Nov. 29, 1990****. To expand the powers of the Indian Arts and Crafts Board, and for other purposes*. Disponível em: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/STATUTE-104/pdf/STATUTE-104-Pg4662.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2022.

VIEIRA, Thaís de Assis. **Vestuário na Inglaterra no século XIV**. Porto Alegre, 2012. 58 p. Monografia (Licenciatura em História) – Departamento de História, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

WILLIAM, Rodney. **Apropriação Cultural**. São Paulo: Jandaíra, 2019 (Feminismos Plurais).

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (WIPO). **Traditional Cultural Expressions**. Disponível em:

<https://www.wipo.int/tk/en/folklore/#:~:text=Traditional%20cultural%20expressions%20(TCEs)%2C,other%20artistic%20or%20cultural%20expressions.>. Acesso em: 09 fev. 2022.

YAHYA, Hanna. Maioria dos internautas brasileiros segue influenciadores digitais, diz Ibope. **Poder 360**, 2019. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/economia/maioria-dos-internautas-brasileiros-segue-influenciadores-digitais-diz-ibope/>. Acesso em: 27 dez. 2021.