

JUN 2024

Revista

do Advogado  AASP



A pirataria na indústria da moda.

Por Gabriel F. Leonardos e Raquel Corrêa Barros



GABRIEL F. LEONARDOS

Advogado. Mestre em Direito Financeiro pela Universidade de São Paulo (USP). LL.M. em Direito Alemão pela Universidade Ludwig-Maximilian (LMU), em Munique, Alemanha. MBA pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). Reconhecido por diversos rankings jurídicos, como Chambers & Partners, World Trademark Review, IAM Patent, The Legal 500. Recebeu a Cruz dos Cavaleiros da Ordem do Mérito da República Federal da Alemanha (Bundesverdienstkreuz). Atual Presidente da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual (ABPI).



RAQUEL CORRÊA BARROS

Advogada. Coordenadora da equipe de Antipirataria & Brand Protection. Pós-graduada em Propriedade Intelectual e Novos Negócios pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e em Direito Penal e Processo Penal pela Faculdade Damásio Educacional. Atual coordenadora adjunta da Comissão de Repressão às Infrações & CNCP da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual (ABPI).

A pirataria na indústria da moda.

SUMÁRIO

1. Introdução
 2. Impacto da pirataria no cenário nacional
 3. Necessidade de implementação de medidas alternativas para proteção das criações no mundo da moda
 4. Pirataria e crimes associados: uma análise jurídica e social
 5. Conclusão
- Bibliografia

1. Introdução

A indústria da moda é um setor vibrante e altamente criativo, em que a inovação e a criação desempenham um papel fundamental no sucesso das empresas. No entanto, a criatividade e a originalidade frequentemente são alvo de cópias ou imitações por terceiros, o que pode resultar em ganhos financeiros para os "piratas" e impactar negativamente a reputação das marcas do setor.

A problemática da pirataria na indústria da moda engloba a produção e comercialização ilícitas de produtos que imitam marcas, *designs* e estilos legalmente protegidos. Esse fenômeno ilegal vem se proliferando globalmente, constituindo um desafio substancial para as marcas legítimas e para a salvaguarda dos direitos intelectuais no setor.

No entanto, além da figura do contrafator propriamente dito, não se pode ignorar que a procura por tais itens contribui para o fomento de diversas atividades ilícitas.

Sob essa ótica, destacam-se distintos níveis de pirataria, conforme abordado por Gisele Ghanem Cardoso (2018, p. 42) em sua obra, na qual categoriza o mercado da falsificação em três subgrupos: I - produto pirata, que não busca enganar o consumidor e se caracteriza por uma cópia tão óbvia que não permite confusão; II - produto falsificado, que tem o potencial de causar confusão ao consumidor, levando-o a adquirir um item imaginando ser outro; e, por fim; III - réplica, em que o comprador está ciente da falsificação, mas opta por adquirir o produto por se tratar de uma reprodução idêntica ao original, usando-o como se fosse autêntico.

A mencionada subdivisão lança luz sobre uma problemática mais ampla no contexto da pirataria: a conviência do consumidor, que, mesmo ciente da falta de originalidade do produto, opta por sua aquisição apenas para satisfazer o desejo de possuir um item específico de determinada marca.

À medida que a tecnologia avança, uma tendência emergente nas redes sociais desafia a visão

convencional da compra de réplicas como um comportamento tabu. *Hashtags* orientam os consumidores por caminhos repletos de avaliações e dicas sobre as melhores imitações disponíveis. Nesse contexto, as marcas de luxo se deparam com o desafio não apenas de combater a pirataria, mas também de lidar com o crescimento dessa cultura que transforma a falsificação em algo considerado "cool".

Contudo, ao adquirir um produto falsificado, o consumidor não está apenas buscando uma alternativa de baixo custo para obter o produto desejado; ele está, de fato, contribuindo diretamente para a prática de inúmeros crimes. Isso inclui sonegação fiscal, violação dos direitos dos titulares da criação, potenciais práticas de trabalho escravo, além de financiar o crime organizado e colocar diretamente em risco sua própria saúde.

2. Impacto da pirataria no cenário nacional

A disseminação da pirataria na indústria da moda constitui um fenômeno de vasta abrangência, evidenciando-se em três dimensões fundamentais: o impacto financeiro, a subvalorização da propriedade intelectual e as repercussões negativas sobre a economia.

A comercialização de mercadorias falsificadas induz a uma concorrência desleal, acarretando prejuízos nas vendas e receitas das empresas. Os produtos pirateados frequentemente são disponibilizados a preços notavelmente mais baixos do que suas contrapartes autênticas, atraindo consumidores em busca de alternativas mais acessíveis. Adicionalmente, as marcas se veem compelidas a suportar os custos inerentes à batalha contra a pirataria, incluindo a implementação de tecnologias de proteção de marca e a adoção de medidas legais para coibir a produção e venda de produtos falsificados.

Uma repercussão significativa da pirataria na indústria da moda é a depreciação da propriedade

intelectual. Esse impacto é especialmente evidente no segmento das marcas de luxo, em que se retira da marca a sua exclusividade característica.

No âmbito econômico, a pirataria afeta diretamente a criação de empregos formais e a arrecadação de impostos, prejudicando a economia nacional de maneira abrangente. Enquanto as marcas legítimas investem em mão de obra qualificada, os fabricantes de produtos falsificados muitas vezes recorrem a práticas ilegais e precárias, explorando condições de trabalho desumanas e sem a proteção social adequada aos trabalhadores. Isso resulta em uma escassez de empregos formais e de qualidade na indústria, comprometendo o desenvolvimento econômico sustentável.

A busca por produtos falsificados está ligada também à necessidade de pertencimento por parte de muitos consumidores.

No que diz respeito à arrecadação de impostos, de acordo com o Anuário da Associação Brasileira de Combate à Falsificação, o Brasil enfrentou um prejuízo de R\$ 345 bilhões em 2022 devido ao mercado ilegal, um aumento significativo em relação aos números de 2020 divulgados pelo Fórum Nacional de Combate à Pirataria (FNCP), quando o prejuízo à economia nacional estava em R\$ 287 bilhões. Apenas no setor de vestuário, o prejuízo apurado em 2022 foi de R\$ 18 bilhões.

Ao analisar exclusivamente o mercado ilícito de itens de vestuário no Estado de São Paulo, o Anuário de Mercados Ilícitos Transacionais, publicado pela Fiesp (2023), revelou um impactante índice de 491.589 empregos formais não gerados em 2022, associados ao mercado ilegal, e um montante expressivo de R\$ 857 milhões em impostos não recolhidos.

3. Necessidade de implementação de medidas alternativas para proteção das criações no mundo da moda

Diante dos alarmantes números apresentados pela pirataria, os criadores no mundo da moda, buscando preservar a exclusividade de suas criações e seus direitos de propriedade intelectual, utilizam ferramentas como o registro de suas marcas, desenhos industriais e direitos autorais. Contudo, no universo da pirataria, tais títulos são desconsiderados pelos contrafatores, que, conscientes da titularidade dessas criações, decidem reproduzi-las sem autorização.

A aquisição de itens falsificados na indústria da moda é impulsionada por diversos motivos, sendo a questão econômica uma das principais influências. Vários consumidores aspiram possuir produtos de marcas renomadas e *designs* exclusivos, no entanto, enfrentam restrições devido ao elevado custo associado a esses itens.

Nesse contexto, pode-se dizer que “a falsificação é uma ‘solução’ de mercado para a frustração de quem deseja consumir um produto ou marca originais e não dispõe de recursos financeiros para pagá-la ou não aceita arcar com tal pagamento integralmente. ‘Solução’ essa, porém, carregada de imperfeição, polêmica e malefícios” (Strehlau; Urdan, 2015, p. 82).

Além da motivação econômica, a busca por produtos falsificados está ligada também à necessidade de pertencimento e à demonstração de *status* por parte de muitos consumidores. Ao buscar integrar-se a uma realidade almejada, esses consumidores, limitados pelo seu poder aquisitivo, optam pela aquisição de produtos falsificados em busca de uma sensação ilusória de inclusão.

Entendendo os diversos aspectos que motivam o consumidor a optar pela aquisição de produtos piratas, a indústria pirata direciona a escolha do novo alvo para reprodução ilegal com base na análise dos desejos do público consumidor,

norteados pela tendência momentânea no cenário da moda.

Além de investirem em fortes programas de *brand protection* com a execução de medidas de *enforcement* ao longo de todo o território nacional, a indústria da moda tem recorrido cada vez mais a artifícios tecnológicos para evitar que suas criações se tornem alvo da pirataria ou, pelo menos, para diminuir sua incidência. Dentre os exemplos, destacam-se desde padrões de etiquetagem até selos de autenticidade e procedência baseados em tecnologia *blockchain*, já adotados por titulares de marcas de luxo como LVMH, Richemont e Prada. Essa abordagem permite que o consumidor certifique a originalidade do produto, rastreando seu caminho desde a obtenção de matérias-primas até os pontos de venda, incluindo eventuais mercados de produtos usados originais.

Outras marcas, fora do cenário de marcas de luxo, procuram desenvolver linhas de produtos mais acessíveis para enfrentar os efeitos da pirataria. Isso possibilita que o consumidor tenha acesso à marca desejada sem recorrer ao mercado ilegal, como no caso das marcas esportivas, especialmente as camisas de futebol, em que os clubes desenvolvem linhas de camisas oficiais destinadas aos torcedores, com preços mais acessíveis do que as camisas oficiais dos jogadores. Isso ocorre também na linha de brinquedos, em que marcas de renome internacional, como a Disney, criam linhas de produtos com preços mais acessíveis a fim de conferir uma capilaridade maior a sua marca em quase todas as classes econômicas do mercado.

Entretanto, considerando que a exclusividade é um dos diferenciais das marcas de luxo, tal prática parece não se encaixar muito bem no cenário *fashion*.

4. Pirataria e crimes associados: uma análise jurídica e social

A pirataria, durante muito tempo, foi considerada uma prática inofensiva, sendo vista por alguns

como um meio de contribuição, promoção e divulgação da marca. Até mesmo renomados nomes da moda, como Aldo Gucci e Coco Chanel, expressavam a opinião de que ser copiado era um gesto de elogio.

No entanto, essa perspectiva tornou-se obsoleta diante dos significativos danos causados aos detentores de marcas, à economia e aos consumidores. Além disso, a preocupação com a diluição do cunho distintivo da marca tornou-se evidente.

No cenário legislativo nacional, a pirataria, infelizmente, é vista como um crime que compensa, principalmente em razão das baixas sanções que são aplicadas a esse ilícito, como é o caso dos crimes contra as marcas e desenho industrial, cuja pena máxima aplicada seria de detenção de um ano, o que, de certa forma, encoraja os seus agentes a seguirem com a sua prática pela visão simplista de que, nesse caso, o crime compensa.

Entretanto, os delitos contra a propriedade intelectual constituem apenas uma parcela dos crimes que permeiam as atividades correlatas à indústria da pirataria. Ao analisarmos as práticas envolvidas na falsificação, tanto na produção quanto na comercialização, deparamo-nos com uma intrincada e abrangente rede de crimes. Essa rede é atualmente reconhecida como um significativo financiador do crime organizado.

Até alguns anos atrás, era comum associar produtos falsificados àqueles fabricados em território estrangeiro, especialmente na China, que adentravam irregularmente no território nacional, sobretudo através das fronteiras com o Paraguai, Uruguai e Bolívia. No entanto, essa realidade sofreu uma transformação significativa. Atualmente, a maior parte dos produtos falsificados comercializados no Brasil é fabricada internamente, destacando-se especialmente aqueles relacionados ao mundo da moda.

Diante da natureza ilícita dessas atividades, esses estabelecimentos operam à margem da lei, muitas vezes desprovidos de identificação comercial, consistindo em amplos barracões situados em

regiões remotas e estratégicas para facilitar a distribuição dos produtos.

No que diz respeito aos trabalhadores utilizados, normalmente incluem migrantes e imigrantes, alguns dos quais foram transportados de nações estrangeiras com a promessa de uma qualidade de vida aprimorada. Abusos, exposição a substâncias prejudiciais à saúde, emprego de mão de obra infantil, condições laborais degradantes e outras transgressões dos direitos fundamentais são frequentemente observados na cadeia de fabricação de produtos falsificados.

É imperativo não desconsiderar os inúmeros riscos a que o consumidor se expõe ao adquirir produtos falsificados.

Abusos trabalhistas são comuns nas atividades vinculadas à comercialização desses produtos nos grandes centros populares brasileiros. Nesses locais, os contratados pelos responsáveis dos estabelecimentos comerciais são submetidos a jornadas de trabalho extenuantes, desprovidas de garantias trabalhistas, e frequentemente expostos a condições degradantes.

Não obstante os delitos de índole fiscal e trabalhista, a fabricação e comercialização de produtos falsificados também configura a prática de crimes contra os consumidores e a saúde pública.

Um exemplo emblemático de violação dos direitos consumeristas decorre da divulgação de informações falsas acerca da qualidade do produto ofertado à venda, bem como da impossibilidade de o consumidor encontrar amparo em caso de defeito ou vício no produto adquirido.

Ademais, é imperativo não desconsiderar os inúmeros riscos a que o consumidor se expõe ao adquirir produtos falsificados. Um exemplo

clássico reside nos óculos de sol falsificados, que carecem de proteção UV, podendo resultar em sérias lesões ao usuário.

Outro crime de relevância que guarda estreita relação com a pirataria é a lavagem de dinheiro. No contexto da falsificação, é frequentemente observada a prática de lavagem de dinheiro, exemplificada pela inserção de produtos falsificados na cadeia de fornecimento dos produtos autênticos, de modo a escapar à percepção do consumidor.

É razoável afirmar, portanto, que a prática da pirataria não apenas se associa, mas também é perpetrada por organizações criminosas. Tal fenômeno não se limita à atuação isolada de um indivíduo, mas sim decorre de uma complexa rede de agentes operando de maneira ilícita, seja por meio de omissão, seja por ação direta.

Estudos conduzidos pelo United Nations Office on Drugs and Crime (UNODC) revelam que organizações amplamente conhecidas por praticar crimes como tráfico humano, de drogas, de armas, extorsão e lavagem de dinheiro, tais como a Máfia Europeia e a Yakuza, diversificaram suas atuações para incluir o tráfico de produtos falsificados. Essas organizações também empregam, de maneira lamentável, mão de obra infantil e trabalho forçado.

Luiz Antonio de Medeiros (2005, p. 70) descreve a gravidade desse cenário ao afirmar que

“as sociedades criminosas organizam-se como se fossem uma verdadeira empresa para atuar no mundo do crime. Criam um poder paralelo com a finalidade de obter lucros ilegais, corrompem as autoridades para lograr a impunidade pelos seus delitos e conseguir o aumento de seus lucros. Percebe-se que o criminoso se transformou num executivo, num empresário moderno, que se dedica a um ramo altamente lucrativo. Hoje o delinquente participa ativamente da vida econômica e política do país. Incorpora-se à economia lícita para conseguir, principalmente, ‘lavar’ o dinheiro obtido com o crime”.

5. Conclusão

Diante do exposto, a análise abrangente sobre a pirataria na indústria da moda revela uma problemática complexa, que vai além da mera reprodução ilegal de produtos. A disseminação dessas práticas ilícitas compromete não apenas os detentores de marcas e a economia, mas também os consumidores e a sociedade como um todo.

É possível identificar uma variedade de motivações por trás da aquisição de produtos falsificados, desde a busca por uma alternativa econômica até a necessidade de pertencimento e a demonstração de *status*. Contudo, fica evidente que essa escolha, muitas vezes, contribui para diversas atividades criminosas, indo além da questão econômica.

Vimos que a pirataria não apenas impacta o setor financeiro dos titulares das marcas, por exemplo, mas também deprecia a propriedade intelectual e prejudica a economia nacional, resultando na perda de empregos formais e na diminuição da arrecadação

de impostos. O consumidor, ao optar por produtos falsificados, inadvertidamente contribui para práticas prejudiciais que vão além do âmbito comercial.

Em última análise, o enfrentamento efetivo da pirataria requer uma abordagem multidisciplinar que envolva não apenas medidas legais e tecnológicas, mas também a conscientização do consumidor sobre as ramificações éticas e sociais de suas escolhas.

Além da necessidade de implementação de medidas educativas destinadas ao consumidor, não se pode ignorar o papel das autoridades competentes no combate à pirataria, sendo fundamental a cooperação dos titulares de marcas para que medidas efetivas possam ser executadas.

Somente através de uma ação coordenada será possível mitigar os impactos negativos dessa prática e preservar a integridade dos titulares de propriedade intelectual, inclusive da indústria da moda, garantindo a sustentabilidade e a prosperidade de todos os envolvidos. ●

BIBLIOGRAFIA

- BACHA, M. L.; STREHLAU, S.; STREHLAU, V. I. Proposta de segmentação para usuárias de bolsas de marcas de luxo falsificadas. *PMKT – Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia*, v. 21, n. 5, p. 42-47, 2013.
- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 23 fev. 2024.
- BRASIL. Decreto-Lei 2.848 de 7 de dezembro de 1940. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm. Acesso em: 23 fev. 2024.
- BRASIL. Lei 9.279 de 14 de maio de 1996. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 23 fev. 2024.
- CARDOSO, Gisele Ghanem. *Direito da Moda: análise dos produtos “inspireds”*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018.
- DINIZ, Pedro. Contra pirataria, grifes usam blockchain e IA. *Valor*, 30 out. 2023. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2023/10/30/contra-pirataria-grifes-usam-blockchain-e-ia.ghtml>. Acesso em: 24 fev. 2024.
- FIESP. *Anuário de Mercados Ilícitos Transacionais em São Paulo*, jul. 2023. Disponível em: www.defesanet.com.br/wp-content/uploads/2023/09/Mercados-Illicitos-Anuario-2023.pdf. Acesso em: 23 fev. 2024.
- GALVÃO, César. Brasil perdeu R\$ 345 bilhões em 2022 por causa da pirataria. *G1*, 3 abr. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2023/04/03/exclusivo-brasil-perdeu-r-345-bilhoes-em-2022-por-causa-da-pirataria.ghtml>. Acesso em: 23 fev. 2024.
- GASPARELO, Bárbara. PM liberta 17 homens em situação análoga escravidão em galpão de falsificação de bebidas. *A Cidade On*, 30 mar. 2022. Disponível em: <https://www.acidadeon.com/campinas/cotidiano/pm-liberta-17-homens-em-situacao-analoga-a-escravidao-em-galpao-de-falsificacao-de-bebidas/>. Acesso em: 24 fev. 2024.
- KANE, Sally. *Fashion Law: Practice Overview of Fashion and Apparel Law*. *Liveabout*, 2014.

- MEDEIROS, Luiz Antonio de. *CPI da Pirataria: Os segredos do contrabando e da falsificação no Brasil*. São Paulo: Geração Editorial, 2005.
- MENDES, Diego; CHAVES, Karla; SANTORO, Tiê. Pirataria: prejuízo do Brasil com o comércio ilegal ultrapassa R\$280 bilhões. *CNN Brasil*, 31 maio 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/pirataria-prejuizo-do-brasil-com-comercio-ilegal-ultrapassa-r-280-bilhoes/>. Acesso em: 23 fev. 2024.
- MONTEIRO, Livia. Gigantes de luxo na moda buscam soluções tecnológicas contra falsificação. *Modacad*, 12 jan. 2024. Disponível em: <https://conteudo.modacad.com.br/gigantes-de-luxo-na-moda-buscam-solucoes-tecnologicas-contrafalsificacoes/>. Acesso em: 24 fev. 2024.
- STREHLAU, S.; URDAN, A. T. O valor percebido no luxo falsificado pelo cliente de artigo legítimo: uma investigação qualitativa. *Revista de Administração da Unimep*, v. 13, 2015.
- UNDOC. *Labour exploitation, harmful and potentially dangerous products, and a \$250 billion a year funding source for organized crime: Find out about the true costs of counterfeit goods*. 2014. Disponível em: https://www.unodc.org/documents/counterfeit/Leaflet/Counterfeit_Brochure_2014_-_EN_-_WEB.pdf. Acesso em: 24 fev. 2024.
- UNDOC. *The Illicit Trafficking of Counterfeit Goods and Transnational Organized Crime*. 2014. Disponível em: https://www.unodc.org/documents/counterfeit/FocusSheet/Counterfeit_focussheet_EN_HIRES.pdf. Acesso em: 24 fev. 2024.