

MERCADO DA MODA E DIREITO DE IMAGEM

Luana Otoni de Paula André

Advogada Sócia de Homero Costa Advogados

A história traduz a alteração do comportamento humano, o que reverbera na moda e na imagem.

Durante a 2ª Guerra Mundial (1939-1945) as mulheres se vestiam iguais aos homens em razão do racionamento da matéria-prima. Na Europa, pós-guerra, a população (desgastada) procurou por renovação, o que ensejou o resgate da imagem e a valorização das pessoas como "personalidades". No Brasil não foi diferente.

A indústria da moda tem ligação direta com a construção do chamado "direito de imagem" que assumiu posição de destaque no contexto dos direitos da personalidade, e se estendeu à sua sintonização com a moda através de atores, modelos, pessoas públicas e referenciais.

Com as constantes e rápidas mudanças nas tecnologias de captura e compartilhamento da imagem, a "ameaça" de violação desse direito tornou-se nítido a cada dia e de diversas formas, o que obriga inseri-lo no roteiro dos estudos mais avançados que envolvem o *Fashion Law*.

Foi na década de 80, por exemplo, que surgiu o termo "*Top Models*". Mulheres (sobretudo), ingressaram no mercado de trabalho executivo, aptas a criarem tendências, esbanjando elegância com vestimentas marcadas, bem delineadas; diferentemente da década de 70 notada mundialmente pelos trajes *hippies*.

A legislação trata o direito de imagem como um direito personalíssimo, inato, absoluto, essencial, disponível, extrapatrimonial, intransmissível e irrenunciável, sendo imprescindível a autorização do titular para o seu uso.

Isso, contudo, não é estanque.

O mundo continua evoluindo, bem como a moda, os costumes e as relações sociais. Os reflexos jurídicos são consequentemente sensíveis a tais evoluções.

A década de 90 foi marcada pelo termo "globalização" que otimizou a intercomunicação mundial e encorajou o mercado da moda ainda mais. No Brasil, por exemplo, a globalização culminou na abertura das importações, com queda das tarifas nas importações de tecidos, que passaram de 70% para 40%¹ e, em seguida, para 18%, acalorando a indústria da moda.

Em consequência disto, as agências de modelos (responsáveis pelo gerenciamento da carreira dessas profissionais) aumentaram o seu faturamento, despertando o trabalho no exterior. O Brasil criou, assim, a sua identidade *fashion*.

Em 1996 foi lançado o "*Morumbi Fashion*", atual "*São Paulo Fashion Week*". O Brasil foi definitivamente inserido no mercado mundial da moda. Nesse contexto, não podemos deixar de citar que, em Minas Gerais a 1ª edição do "*Minas Trend Preview*" ocorreu há 12 anos², o que elevou o estado mineiro a ser um expoente no setor da moda, inclusive indústria têxtil, de calçados e joalheria.

Fato é, diversas questões influenciam no uso e na valoração da imagem e por óbvio, a sua utilização indevida ocasiona prejuízos morais e materiais.

A importância da temática é inegável em nossos tempos e merece atenção especial, tanto é assim que a Constituição Federal especifica que "*são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas (...)*" – art. 5º, inciso X, da CR/88.

¹ CAPOZOLI, Rosângela. Tecidos de fora mais baratos. *Gazeta Mercanti*, São Paulo.

² Em novembro de 2007, o Sistema FIEMG, em parceria com a Dupla Assessoria, lançou o *Minas Trend Preview*, evento que teve o objetivo de mostrar, antes das principais semanas de moda do país, as tendências para a coleção outono/inverno 2008, a fim de fomentar as vendas da indústria da moda mineira. (<http://www.minastrend.com.br/aconteceu/edicao/1%C2%AA-Edi%C3%A7%C3%A3o>)

Com o advento no Código Civil (Lei nº 10.406 de 10.01.2002), houve mais um progresso normativo. O Código tratou expressamente em seus artigos 12 e 20 do uso da imagem abarcando, inclusive, questões sucessórias.

Aproximadamente em 2010, com um mercado da moda ainda mais consciente e assertivo, a necessidade do legislativo estabelecer regras tornou-se um movimento orgânico da sociedade, sobretudo porque protege a concorrência e de certa forma uniformiza as práticas.

Se o uso indevido de imagem ocorria de forma isolada e talvez não fosse descoberto, a internet facilitou e ampliou essa prática. Para minimizar essa problemática, a Lei nº 12.737 ("*Lei Carolina Dieckmann*"), que entrou em vigor em 02.04.2013, promoveu alterações no Código Penal Brasileiro, e tipificou os denominados delitos ou crimes cibernéticos.³

De forma assertiva, a Lei nº 12.965 de 23.04.2014, conhecida como "Marco Civil" regulou o uso da internet no Brasil, trouxe a previsão de princípios, garantias, direitos e deveres para quem utiliza a rede, além de consignar diretrizes para atuação do Estado. Sua contribuição foi extremamente relevante para definição da responsabilidade dos provedores da internet nos casos de uso indevido de imagem na rede.

O final do século XX e início do século XXI marcaram a profissionalização da indústria da moda especialmente no que toca a utilização da imagem e também de outras particularidades, assinalando de modo seguro a exterioridade, a cultura, os costumes e também os atos históricos.

Certo é que a preocupação da sociedade com a imagem tem retrospecto e caminha lado a lado com progresso da indústria da moda, que tem austeridade para lançar tendências, modificar comportamentos, costumes, culturas, momentos históricos, sobretudo porque a moda representa a tradução da nossa história⁴.

³ Crime informático: toda a atividade criminosa em que se utiliza um computador ou uma rede de computadores como instrumento ou base de ataque. (https://pt.wikipedia.org/wiki/Crime_inform%C3%A1tico)

⁴ Leia o Artigo "**O Direito e a Moda**" disponível no seguinte endereço: (<https://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI294655,21048-O+direito+e+a+moda>)