XXVII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI PORTO ALEGRE – RS

DIREITO E SUSTENTABILIDADE III

RAQUEL VON HOHENDORFF

VERONICA LAGASSI

FERNANDA SELL DE SOUTO GOULART FERNANDES

Copyright © 2018 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI
Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina
Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás
Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. César Augusto de Castro Fiuza - UFMG/PUCMG – Minas Gerais
Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS – Sergipe
Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul
Secretário Executivo - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - Unimar/Uninove – São Paulo

Representante Discente – FEPODI
Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie – São Paulo

Conselho Fiscal:
Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM – Rio de Janeiro
Prof. Dr. Aires José Rover - UFSC – Santa Catarina
Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP – São Paulo
Prof. Dr. Marcus Firmino Santiago da Silva - UDF – Distrito Federal (suplente)
Prof. Dr. Ilton Garcia da Costa - UENP – São Paulo (suplente)

Secretarias:
Relações Institucionais
Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - IMED – Santa Catarina
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR – Ceará
Prof. Dr. José Barroso Filho - UPIS/ENAJUM– Distrito Federal
Relações Internacionais para o Continente Americano
Prof. Dr. Fernando Antônio de Carvalho Dantas - UFG – Goías
Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA – Bahia
Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA – Maranhão
Relações Internacionais para os demais Continentes
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba – Paraná
Prof. Dr. Rubens Beçak - USP – São Paulo
Profa. Dra. Maria Aurea Baroni Cecato - Unipê/UFPB – Paraíba

Eventos:
Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch (UFSM – Rio Grande do Sul)
Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho (Unifor – Ceará)
Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta (Fumec – Minas Gerais)

Comunicação:
Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro (UNOESC – Santa Catarina
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho (UPF/Univali – Rio Grande do Sul Prof.
Dr. Caio Augusto Souza Lara (ESDHC – Minas Gerais

Membro Nato – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP – Pernambuco

---

D597

Direito e sustentabilidade III [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/ UNISINOS

Coordenadores: Raquel von Hohendorff; Veronica Lagassi; Fernanda Sell de Souto Goulart Fernandes. – Florianópolis: CONPEDI, 2018.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-707-6
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: Tecnologia, Comunicação e Inovação no Direito

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Assistência. 3. Isonomia. XXVII Encontro Nacional do CONPEDI (27 : 2018 : Porto Alegre, Brasil).

CDU: 34

Conselho Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Direito Florianópolis
Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br

Universidade do Vale do Rio dos Sinos
Porto Alegre – Rio Grande do Sul - Brasil
http://unisinos.br/novocampuspoa/

XXVII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI PORTO ALEGRE – RS

DIREITO E SUSTENTABILIDADE III

Apresentação

Atualmente, ao Sistema do Direito abre-se mais um desafio: lidar com o futuro, com risco e a imprevisibilidade, eis que, sempre, a certeza foi um dos elementos estruturantes do jurídico. Assim, a projeção temporal do jurídico sempre foi a partir do passado, sendo que no presente se identificam as consequências do passado, atribuindo-se o efeito jurídico. Mas, com as novas tecnologias e novos desafios da sociedade pós moderna abre-se um presente, que se conecta ao futuro, onde as decisões geram riscos, dada a improbabilidade e a indefinição de se efetuar a comunicação acerca dos danos. Este cenário exigirá a tomada de decisão focada na preocupação, isto é, ocupar previamente a ação com as consequências dos riscos sobre a saúde humana e ambiental. Não deverá ser uma ação perspectivada no imediato, mas no presente e futuro, não somente no futuro. Desta forma, abre-se espaço para a sustentabilidade, que é o princípio constitucional sistêmico, não apenas vinculado ao direito ambiental. O desenvolvimento sustentável é um conceito amplo, fundado em critérios de sustentabilidade social e ambiental e na viabilidade econômica, que busca a reduzir pobreza e as desigualdades sociais, bem como prevenir a exploração excessiva dos recursos naturais e outros danos ao ecossistema.

Assim, como bem ensina Freitas (2012, p. 124): "[...] apenas a sustentabilidade, entendida como valor e como princípio constitucional, garante a dignidade dos seres vivos e a preponderância da responsabilidade antecipatória, via expansão dos horizontes espaciais e temporais das políticas regulatórias. Assim, tem-se a preponderância da mirada prospectiva."

A sustentabilidade deve sim deve ser repensada para além da economia, incorporando, para além de apenas o ambiente natural, todos os ambientes relevantes dos regimes. E aqui, ambiente deve ser pensado aqui no sentido mais amplo possível, como ambiente natural, social e humano. Cabe também destacar a ideia de Fachin (2008, p. 262) de que: “Não é possível pensar no futuro olvidando-se do presente e apagando o passado. O ser humano, individual e coletivamente, se faz na história de seus caminhos e na vida em sociedade, à luz dos valores que elege, por ação ou omissão, para viver e conviver” que estar pairando sempre sobre as decisões e escolhas acerca dos rumos possíveis A sustentabilidade aqui é o pilar do desenvolvimento da inovação responsável, que considera a avaliação dos riscos à saúde e segurança humana e ambientais como essencial. Desta forma, se verifica novamente a importância do princípio da precaução na qualidade de instrumento da gestão da informação,

bem como a importância da informação para uma democracia participativa, um dos pilares da sustentabilidade, que é o objetivo do desenvolvimento da pesquisa e inovação responsáveis, preocupada também com os aspectos éticos, legais e sociais.

Mais uma vez, a lição de Freitas (2012, p. 15) deve vir à tona e servir de fio condutor de nossas pesquisas: "Assim, a sustentabilidade merece acolhida, antes de mais, como princípio constitucional que promove o desenvolvimento próprio ao bem-estar pluridimensional (social, econômico, ético, ambiental e jurídico-politico), com reconhecimento da titularidade de direitos fundamentais das gerações presentes e futuras. Da ideia de sustentabilidade descendem obrigações, e, cabe destacar, em primeiro lugar, a obrigação de preservar a vida, em sua diversidade, a obrigação de se antecipar, prevenir e precaver, assegurando a boa informação a produtores e consumidores, a obrigação de responder, partilhada e solidariamente, pelo ciclo de vida dos produtos e serviços, tanto como a obrigação de contribuir para o consumo esclarecido, o trabalho decente e o acesso a moradias e transportes razoáveis."

De acordo com o documento Our Common Future - Nosso Futuro Comum, também conhecido como Relatório Brundtland, publicado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD) da ONU, em 1987, o desenvolvimento sustentável visa a dar uma qualidade de vida às presentes e futuras gerações. Foi com deste relatório que o desenvolvimento sustentável passou a ser encarado como o maior desafio e também o principal objetivo das sociedades contemporâneas, visando a continuidade da existência da vida humana no planeta. Ainda segundo a Comissão Brundtland, o desenvolvimento sustentável deve, no mínimo, salvaguardar os sistemas naturais que sustentam a vida na terra, atmosfera, águas, solos e seres vivos, sendo um processo de transformação no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender às necessidades a aspirações humanas.

O princípio do desenvolvimento sustentável é conhecido como princípio do ecodesenvolvimento ou desenvolvimento durável ou, ainda, sustentabilidade e consta do texto constitucional brasileiro, no Artigo 170, inciso VI, CF/88 (a Ordem Econômica deverá observar, dentre outros, a defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação).

O conceito de sustentabilidade foi definitivamente incorporado como um princípio, durante a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Cúpula da Terra

de 1992 - Eco-92, no Rio de Janeiro. Buscando o equilíbrio entre proteção ambiental e desenvolvimento econômico, serviu como base para a formulação da Agenda 21, com a qual mais de 170 países se comprometeram, por ocasião da Conferência. Trata-se de um abrangente conjunto de metas para a criação de um mundo, enfim, equilibrado. A Declaração de Política de 2002 da Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, realizada em Joanesburgo, afirma que o Desenvolvimento Sustentável é construído sobre três pilares interdependentes e mutuamente sustentadores - desenvolvimento econômico, desenvolvimento social e proteção ambiental. O Projeto de Implementação Internacional (PII) apresenta quatro elementos principais do Desenvolvimento Sustentável - sociedade, ambiente, economia e cultura.

Já em setembro de 2015, 193 países da Cúpula das Nações Unidas adotaram o que ficou mundialmente conhecido como a Agenda 2030, um plano de ação com 17 objetivos globais, os - Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) - envolvendo diversos temas, como sustentabilidade, educação e direitos humanos - para serem desenvolvidos ao longo de 15 anos, para erradicar a pobreza, promover a paz e igualdade, alavancar o crescimento inclusivo e proteger o meio ambiente.

A agenda 2030 é um plano de ação para as pessoas, para o planeta e para a prosperidade, que busca fortalecer a paz universal com mais liberdade, reconhecendo que a erradicação da pobreza em todas as suas formas e dimensões, incluindo a pobreza extrema, é o maior desafio global e um requisito indispensável para o desenvolvimento sustentável. Governos, organizações internacionais, setor empresarial e outros atores não estatais e indivíduos devem contribuir para a mudança de consumo e produção não sustentáveis, inclusive via mobilização, de todas as fontes, de assistência financeira e técnica para fortalecer as capacidades científicas, tecnológicas e de inovação dos países em desenvolvimento para avançar rumo a padrões mais sustentáveis de consumo e produção.Os ODS e metas são integrados e indivisíveis, globais por natureza e universalmente aplicáveis, levando em conta as diferentes realidades, capacidades e níveis de desenvolvimento nacionais e respeitando as políticas e prioridades nacionais. As metas são definidas como ideais e globais, com cada governo definindo suas próprias metas nacionais, guiados pelo nível global de ambição, mas levando em conta as circunstâncias nacionais. Cada governo também vai decidir como essas metas ideais e globais devem ser incorporadas aos processos, nas políticas e estratégias nacionais de planejamento.

Nos documentos que versam sobre os ODS, o desenvolvimento sustentável é definido como o desenvolvimento que procura satisfazer as necessidades da geração atual sem comprometer a capacidade das futuras gerações de satisfazer as próprias necessidades. Assim, demanda um

esforço conjunto para a construção de um futuro inclusivo, resiliente e sustentável para todas as pessoas e todo o planeta, e, para que seja alcançado é preciso que se harmonizem três elementos centrais: crescimento econômico, inclusão social e proteção ao meio ambiente. Tratam-se de elementos interligados e fundamentais para o bem-estar dos indivíduos e das sociedades.

Estes três elementos se fizeram presentes, de uma forma ou de outra, em todos os excelentes e inovadores artigos que compõem esta coletânea, demonstrando que a sustentabilidade permeia as mais diversas áreas do Direito, e que pode ser compreendida comum dever fundamental de promover um desenvolvimento que envolva e se preocupe com os mais diversos aspectos éticos, sociais e ambientais.

Esperamos, como coordenadoras desta coletânea que reúne trabalhos de diferentes programas de pós graduação em Direito do Brasil, caracterizando a nossa diversidade, demonstrar que a sustentabilidade precisa estar presente nas mais diferentes áreas de estudo do Direito, preservando os direitos das atuais e futuras gerações.

Profa. Dra. Raquel Von Hohendorff – UNISINOS

Prof. Dr. Veronica Lagassi – UFRJ

Prof. Dr. Fernanda Sell de Souto Goulart Fernandes – UNIVALI

Nota Técnica: Os artigos que não constam nestes Anais foram selecionados para publicação na Plataforma Index Law Journals, conforme previsto no artigo 8.1 do edital do evento. Equipe Editorial Index Law Journal - publicacao@conpedi.org.br.

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: UMA FERRAMENTA DE FOMENTO PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO SUSTENTÁVEL NO FASHION LAW.

GEOGRAPHICAL INDICATIONS: A TOOL TO PROMOTE SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT IN FASHION LAW.

Veronica Lagassi [1]

Resumo

É inegável que o uso expressivo das indicações geográficas no Brasil ocorre no agronegócio, tendo em vista que contamos com 54 concessões de registros de indicações no Instituto Nacional da Propriedade Industrial e dentre as quais 41 são voltados para esse segmento econômico. No entanto, há necessidade de ampliarmos a adoção e o uso desse instituto para que tenhamos maior competitividade nos mais variados segmentos do mercado. Desta forma, o estudo desenvolvido busca demonstrar como as indicações podem contribuir para a expansão e valorização de produtos nacionais no segmento da moda ao mesmo tempo promover o desenvolvimento econômico sustentável.

Palavras-chave: Palavras-chaves: indicações geográficas, Fashion-law, Desenvolvimento econômico sustentável, Inovação, Direitos humanos

Abstract/Resumen/Résumé

It is undeniable that the expressive use of geographical indications in Brazil occurs in agribusiness, considering that we have 54 concessions of indications registries at the National Institute of Industrial Property, of which 41 are directed to this economic segment. However, there is a need to broaden the adoption and use of this institute so that we have greater competitiveness in the most varied segments of the market. In this way, the study developed seeks to demonstrate how the indications can contribute to the expansion and valorization of national products in the fashion segment while promoting sustainable economic development.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Keywords: geographical indications, Fashion-law, Sustainable economic development, Innovation, Human rights

[1] Doutora e Mestre em Direito, Professora Adjunta de Direito Comercial na UFRJ e Titular de mesma disciplina no IBMEC-RJ e na FACHA.

Introdução

A valorização da Dignidade Humana pode se dar de inúmeras formas e uma delas é, sem dúvida alguma, a partir da melhoria das condições e na qualidade de vida.

Mas, para que essa melhoria na qualidade de vida ocorra, devemos primar pelo ideal de desenvolvimento econômico sustentável. Ele busca estabelecer condições para que a melhoria almejada não só assim permaneça como se propague para gerações futuras.

É nesta direção que o Brasil busca avançar e para tanto, precisa se destacar em alguns setores da economia. O do agronegócio já não é novidade, ante ao fato de que possui de extensão territorial considerável e que há tempos vêm paulatinamente consolidando sua posição como sendo o quarto maior produtor nesse segmento[1]. No entanto, o presente trabalho busca apontar outro segmento no qual o Brasil vem destacando-se gradativamente. Esse segmento é o da indústria da moda, o qual apenas no segmento da produção na indústria têxtil representa 3,5% do PIB brasileiro[2].

Dessa forma, não só buscamos exaltar esse grande segmento que há muito vem contribuindo para o avanço no desenvolvimento econômico brasileiro, assim como também buscamos sugerir a sua impulsão a partir do estabelecimento de sua correlação com as indicações geográficas. Instituto do Direito à Propriedade Industrial que se destaca pelo fato de explorar aquilo que o país já possui e na grande maioria dos casos vão estar vinculados as tradições e conhecimentos locais ou até mesmo regionais. O que consequentemente, propicia o desenvolvimento econômico local, de forma direta ou indireta, ao mesmo tempo em que evita ou ao

---

[1] RAJÃO, Raoni. RITTL, Caolos. Matéria: *O Agronegócio é uma potência, mas se tornou uma ameaça*. **Jornal: Valor Econômico.** Publicada em: 20.02.2018. Disponível no endereço eletrônico: http://envolverde.cartacapital.com.br/o-agronegocio-brasileiro-e-uma-potencia-mas-se-tornou-uma-ameaca-diz-artigo/, acesso em 08.09.2018.

[2] Centro Universitário de João Pessoa. **Design de Moda no Brasil: mercado promissor**. Disponível no site: http://blog.unipe.br/graduacao/design-de-moda-no-brasil-mercado-promissor, acesso em 20.08.2017.

menos reduz as migrações internas ao garantir à população daquela dada localidade uma melhoria econômica e, por conseguinte, social na qualidade de vida.

Assim, o problema apresentado seria o de promoção do desenvolvimento econômico sustentável no Brasil ante a escassez de tecnologia e a contribuição que apresentamos como uma das formas de solução para o problema seria o de valorizar o que já possuímos. Desta feita, o estabelecimento da correlação entre as indicações geográficas com o papel de agente fomentador no universo da moda que o Brasil já possui, representa o encaixe perfeito! Uma vez que, tem-se como ponto de partida um setor no qual o Brasil já se destaca e é reconhecido internacionalmente e agrega-se a valorização a partir do reconhecimento de alguns produtos ou da forma de produção como indicação geográfica.

Para tratar do tema, tomamos como marco teórico a própria Lei nº 9279/96 porque traz a previsão interna do instituto das indicações geográficas, a fim de discorremos sobre o conceito, espécies e seu papel como instrumento de alcance ao desenvolvimento sustentável. Na sequência, ilustramos o segmento da moda no Brasil e suas principais concepções, dando ênfase ao ideal de moda sustentável. Demonstramos também, a existência de regiões que já se destacam nesse segmento para ao final estabelecermos a correlação da moda com as indicações geográficas.

Foi fonte de pesquisa para consecução do trabalho a quantitativa e qualitativa obtida nos sites de órgãos governamentais, como por exemplo, o do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Bem como a leitura de obras literárias, artigos e estudos específicos voltados ao tanto para o segmento da moda quanto para as indicações geográficas, além de publicações obtidas em endereços seguros da *internet*.

1. As Indicações Geográficas e o seu papel como instrumento de alcance ao Desenvolvimento Sustentável.

Por indicações geográficas (igs) podemos definir o instituto da Propriedade Industrial responsável por indicar que os atributos positivos de um produto ou

serviço advêm da região ou localidade sob a qual são produzidos ou prestados. Desta forma, as indicações geográficas servem como um certificado atestador da qualidade, mas que tem necessariamente como pressuposto a região/localização na qual é feita a produção ou prestação.

Assim, as indicações geográficas apesar de ser um signo distintivo irão distinguir-se da marca – outro instituto de propriedade industrial – pelo fato de a região ser o fator determinante para fama do produto ou serviço a que se propõe identificar e não necessariamente o seu fabricante ou prestador, tal como ocorre na marca. Ademais, a principal diferença existente entre esses dois institutos tem início no tocante ao interesse sob os quais se alinham. Pois, enquanto a marca deverá garantir um interesse privado, o de seu titular, as indicações geográficas, ao contrário, irão proteger todos os produtores que estejam associados e estabelecidos em sua área de demarcação.

Ultrapassada a distinção entre estes dois signos da Propriedade Industrial, convém observar que o reconhecimento das indicações geográficas é mundial. Atualmente, o seu maior expoente de regulação internacional é o Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados com o Comércio[3] (ADIPC), do qual o Brasil é signatário. Consequentemente, no ano de 1994, tivemos a sua internalização no ordenamento jurídico pátrio por intermédio do Decreto de nº 1355, de 30 de dezembro, que foi posteriormente aprimorado pela Lei nº 9279/96 ou Lei de Propriedade Industrial (LPI), que em seu art. 2º dispõe:

> Art. 2º A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante:
> I - concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade;
> II - concessão de registro de desenho industrial;
> III - concessão de registro de marca;
> IV - repressão às falsas indicações geográficas; e
> V - repressão à concorrência desleal[4].

[3] Luiz Otávio Pimentel define este Acordo como o "conjunto de normas que asseguram o funcionamento dos direitos de propriedade intelectual em escala mundial". (PIMENTEL, Luiz Otávio. O **Acordo sobre os Aspectos dos Direitos sobre Propriedade Intelectual relacionados com o Comércio.** Disponível no site: file:///C:/Users/Lagassi/Downloads/Dialnet-OAcordoSobreOsAspectosDosDireitosDePropriedadeInte-4818320.pdf, acesso em: 20.08.2017).

[4] BRASIL. **Lei nº 9279 (Lei de Propriedade Industrial**), de 14 de maio de 1996. Disponível no site: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm, acesso em: 15.08.2017.

Portanto, tal como preleciona o artigo acima transcrito o que se busca é inicialmente reprimir o uso de falsas indicações geográficas, tendo em vista que, via de regra, elas não são criadas. Surgem de uma tradição ou hábito local que podem estar ou não vinculados a características especificas de uma dada região. Ou ainda, nas palavras de Octavio Espinoza:

> La esencia de la protección legal consiste en la existencia de medidas que permiten impedir y sancionar el uso de la indicación geográfica para produtos que no sean originários de la zona de producción. Su fundamento es doble: por una parte, el consumidor debe ser protegido contra las práticas enganosas, y por outra, al ser adoptado como signo distintivo por un grupo de produtores de una zona geográfica, se reconocen las indicaciones geográficas como un objeto protegido por la propiedad intelectual, permitiendo excluir a terceiros del uso de la indicación[5].

Com base nisso, o art. 176, da Lei nº 9279/96 dispõe "*constitui indicação geográfica a indicação de procedência ou a denominação de origem[6]".* Logo, a partir do supracitado artigo podemos concluir que as indicações geográficas têm por espécies: a indicação de procedência (IP) e a denominação de origem (DO).

Essa classificação existente na Lei brasileira é a mesma que encontramos no ADIPC. Contudo, isso não significa dizer que não tenhamos algumas outras classificações existentes em legislações estrangeiras. Um bom exemplo é o caso de Portugal que também adota a classificação de indicação de proveniência, além das acima indicadas. No entanto, para fins desse trabalho, vamos apenas nos orientar

---

[5] ESPINOZA, OCTAVIO. Tratados Administrados por la OMPI relativos a la protección de las Indicaciones Geográficas, exposição no "**I Seminário *de Denominaciones de Origen***", Bs. As., abril 1995.

Tradução: "A essência da proteção legal na existência de medidas que permitem impedir e sancionar o uso da indicação geográfica para produtos que não sejam originários da zona de produção. São dois seus fundamentos: de um lado, o consumidor deve ser protegido contra as práticas enganosas, e por outro, ao ser adotado como signo distintivo por um grupo de produtores de uma região geográfica, se reconhecem as indicações geográficas como um objeto protegido pela propriedade intelectual, permitindo excluir terceiros do uso da indicação".

[6] Idem a referência anterior.

pela regulação e classificação pátria das indicações, cujas definições e distinções são previstas nos arts. 177 e 178, da LPI, a saber[7]:

> Art. 177. Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

> Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Assim, conforme podemos perceber a distinção tênue que se faz entre as indicações de procedência e as denominações de origem, resumem-se no fato de nas primeiras a associação ou vinculação entre o produto ou serviço e a região ocorrerem pela tradição na sua produção ou prestação. Ao passo que, nas denominações de origem o vinculo existente é muito maior e definitivo, para fins de certeza da qualidade. Uma vez que, esta última estaria diretamente atrelada as características naturais da região. O que poderá possivelmente não se repetir em outras regiões. Daí a sua especificidade ou distintividade.

E será justamente essa distintividade que poderá contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável da região demarcada por uma indicação geográfica. A contribuição se fará sob os mais diversos prismas e não apenas o econômico, tendo em vista que o reconhecimento de uma indicação geográfica agrega valor ao produto ou serviço ao mesmo tempo em que propicia a fixação do indivíduo à sua região de origem, reduzindo assim o efeito nefasto da imigração interna. Consequentemente, a partir dessa valorização do produto ou serviço teremos a circulação de riquezas e com ela haverá também melhoria na qualidade de vida de toda população daquela região.

Nesse aspecto, Elena Schiavone destaca o relevante papel desempenhado pelas indicações geográficas, a saber:

---

[7] BRASIL. **Lei nº 9279 (Lei de Propriedade Industrial),** de 14 de maio de 1996. Disponível no site: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm, acesso em: 15.08.2017.

> ...determinan una calidad especifica y propia; promueven las alianzas o asociaciones de las pymes (lo que facilita la llegada a los mercados – tanto local como de exportación, al assegurar volumen y calidad homogénea-) y la exportación de distintas especialidades, generando riqueza al pays y a las respectivas economias regionales. También resultan apreciables desde el enfoque ambiental, puesto que constituyen el nexo entre el produto y el terruño, y aseguran técnicas de producción sustentables[8].

Portanto, as indicações têm papel fundamental como instrumento democrático de valorização regional e de proteção aos conhecimentos tradicionais. E trazem como consequência, a contribuição para a obtenção do desenvolvimento econômico sustentável. O que vai ocorrer na medida em que elas possibilitam a melhoria nas condições de vida, valorizando assim, a dignidade da pessoa humana. Geram, portanto, um ciclo virtuoso na medida que seu reconhecimento traz a valorização do produto ou serviço, protegendo uma tradição, enriquecendo a região ao impulsionar o comércio da localidade, direta ou indiretamente, reduz a migração ao mesmo tempo em que garante a melhoria na qualidade de vida dos indivíduos residentes naquela região.

A Indústria da Moda como mercado em expansão no Brasil.

Conforme o escritor Thomas Carlyle Sartor Resartus percebeu a roupa é fator determinante para a constituição da individualidade humana[9] mas, além disso, também serve para identificar uma cultura. As roupas podem assim servir de materialização de uma expressão cultural. Nesse último sentido, tal fato vai ocorrer sob todos os contextos. Basta pensarmos que a roupa utilizada para irmos ao

---

[8] SCHIAVONE, Elena. *Indicaciones Geográficas*. **Derechos Intelectuales**. Vol. 10. Buenos Aires: Astrea, 2003, P.21.

Tradução: "...determinam uma qualidade especifica e própria: promovem as alianças ou associações das pequenas empresas (o que facilita o ingresso aos mercados – tanto local como de exportação, ao assegurar volume e qualidade homogênea-) e a exportação de diferentes especialidades, gerando riqueza ao país e às respectivas economias regionais. Também resultam apreciáveis desde o enfoque ambiental, posto que constituem o nexo entre o produto e a terra/pátria, e asseguram técnicas de produção sustentável. "

[9] Thomas Carlyle Sartor Resartus (1833-34) *in Apud* SVENDSEN, Lars. **Moda uma filosofia**. Maria Luiza X. de A. Borges (trad). Rio de Janeiro: Zahar, 2010. p. 20.

trabalho é normalmente diversa daquela que utilizamos em dias de lazer ou de festa. Mas, quem nos dita isso senão a concepção de moda.

Para alguns autores há na moda um traço vital da modernidade que seria a abolição das tradições[10], porém ao contrário disso a moda moderna dá destaque as tradições, inclusive trazendo a conhecimento de todos muitas vezes tradições de outros países ao toma-las como referência para uma coleção. Portanto, a moda é propulsora da popularização de tradições e, por conseguinte, da cultura de um povo.

Nas palavras de José Carlos Durand: *a indumentária é um domínio da cultura, rico de implicações para o entendimento das incessantes transformações da sociedade contemporânea*[11].

Mas, ainda mais importante que é a relevância da moda como propulsor publicizador de tradições, é a quinta dimensão que o supracitado autor apresenta como elemento relevante para a moda. Para tanto, o *status*, sexo, clima e beleza serão as quatro dimensões presentes em qualquer traje. No entanto, elas não podem menosprezar a quinta dimensão que corresponde à economia da fabricação da roupa, concebida como o produto fruto da atividade humana[12]. É justamente sob este aspecto econômico que devemos nos debruçar.

A indústria brasileira de vestuário possui quase 200 anos de existência e torna o Brasil a última Cadeia Têxtil completa do Ocidente[13]. Situação essa, que garante a relevância deste segmento para a economia nacional. Pois, atuamos no referido segmento desde a produção da matéria-prima a partir do cultivo de algodão, tecelagem, confecção de roupas ao desfile de moda. Portanto, a indústria da Moda movimenta toda uma cadeia produtiva, sendo fonte de emprego, renda e pagamento de tributos no Brasil.

---

[10] SVENDSEN, Lars. **Moda uma filosofia**. Maria Luiza X. de A. Borges (trad). Rio de Janeiro: Zahar, 2010. p. 25.

[11] DURAND, José Carlos. **Moda, Luxo e Economia**. São Paulo: Babel, 1988. P. 15.

[12] Idem referência anterior p. 13.

[13] Associação Brasileira de Indústria Têxtil e Confecção (ABIT**). Perfil do Setor**. Disponível no site: http://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor, acesso em: 20.08.2017

Nesse sentido, o Brasil não só tem se destacado no mercado internacional da Moda como é considerado referência no design de peças nas áreas: praia, *jeanswear* e *homewear,* além de vir conquistando respeito também na moda fitness e de lingerie[14].

Tal êxito pode ser facilmente constatado por números, já que o Brasil vem obtendo desempenho acima do esperado no setor têxtil e de vestuário, conforme demonstram as projeções da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT) que acredita num avanço na produção de vestuário de 5,5 bilhões de peças, ante 5,41 bilhões produzidas no ano de 2016. Isso, sem mencionar a perspectiva da ABIT de alta de 1% sobre o ano passado, com 1,72 milhão de toneladas.[15]

Além disso, a indústria da moda também vai fomentar a economia de forma indireta ao exigir avanços tecnológicos, que vão da concepção de aprimoramento da matéria prima e maquinário até aos avanços em tecnologia da informação. Esse último, cujo intuito seria o de melhor divulgar ou publicizar seus produtos.

Contudo, as contribuições da indústria da moda rumo ao avanço no desenvolvimento econômico do país não param por aí. Atualmente, ela também busca imbuir-se da concepção de sustentabilidade. O que representa a inclusão de valores ou preceitos éticos e uma necessária preocupação com o meio ambiente, não só o natural como de trabalho, concretizando assim o disposto no art. 225, caput, da Constituição Federal:

> Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações[16].

---

[14] Idem a referência anterior.

[15] BRASIL. Matéria: *Setor Têxtil e Vestuário deve crescer 2% no ano*. **Giro News**. Disponível no site: http://www.datamark.com.br/noticias/2017/7/setor-textil-e-de-vestuario-deve-crescer-2-no-ano-231712/, acesso em: 20.08.2017.

[16] BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (CRFB).** Disponível no site: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm, acesso em: 20.08.2017.

Será a partir dessa concepção que teremos a preocupação e o rechaço de práticas outrora compreendidas como naturais à indústria da moda. Dentre as quais destacamos, por exemplo, a poluição ao meio ambiente a partir do tingimento de tecidos ou sua fabricação a partir da derrubada de árvores que ocorre no caso da fabricação da viscose e tudo isso são apenas alguns dos malefícios que a indústria da moda pode gerar[17].

Assim, a indústria da moda com vistas ao desenvolvimento econômico sustentável passa a ter como predicado o termo "sustentável", denominando-se assim moda sustentável.

Por moda sustentável podemos definir *aquela que, em todas as suas etapas, preza pelo respeito ao meio ambiente e à sociedade, valorizando as pessoas envolvidas na produção e incentivando o consumo consciente*[18].

Seu conceito sintetiza os valores que a indústria da moda com vistas ao desenvolvimento econômico sustentável passou a proteger ao mesmo tempo em que internaliza preceitos éticos. O que, na prática, implica na preocupação com uso de matérias primas menos poluentes, redução do desperdício e até mesmo na produção humanizada, obtida a partir da preocupação com as condições de trabalho e uma remuneração mais justa.

A partir da concepção desta nova política filosófica no segmento da moda ela passa a assumir papel de destaque ao estabelecer como diferenciais: o alcance de comunidades carentes, por intermédio de criação de espaços de trabalho e organização de cooperativas; a valorização de trabalhos manuais e oriundos em

---

[17] BRASIL. *Qual é a indústria que mais polui o meio ambiente depois do setor do petróleo?* **BBC BRASIL** Matéria publicada: 13.03.2017. Disponível no site: http://www.bbc.com/portuguese/geral-39253994, acesso em: 21.08.2017.

[18]BRASIL. **SEBRAE**. *Conheça Detalhes e potencialidades da Moda Sustentável*. Disponível no site: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conheca-detalhes-e-potencialidades-da-moda-sustentavel,97488b88ba73e410VgnVCM1000003b74010aRCRD, acesso em: 17.08.2017.

muitos casos de conhecimentos tradicionais, possibilitando afirmação por intermédio da identidade cultural, bem como agregação de valor.[19]

As Indicações Geográficas como ferramenta indispensável ao fomento no segmento da moda.

Não é recente o estabelecimento de correlação entre a moda e as indicações geográficas. Elas datam entre os idos de 1963 e 1973 quando na França foram criadas as appellations *prêt-à-porter, créateurs de mode* (criadores de moda) *e os créatifs*. Todas, indicações distintivas dos costureiros ou estilistas franceses[20].

Assim, conforme bem observa Luiz Otávio Pimentel existem várias questões geradas pelas possibilidades da propriedade intelectual e sua colocação no comércio, tendo em vista que podem gerar repercussões em diversos âmbitos: social, econômico, politico e jurídico[21]. E no caso das indicações geográficas, a possibilidade de repercussão deve ser até muito maior, pois podem confundir-se com a identidade de um lugar consubstanciada em suas tradições.

O uso das indicações geográficas representa um dos caminhos mais adequados a serem seguidos por países em vias de desenvolvimento assim como o nosso, tendo em vista que garantem valorização e servem de marketing ao tornar um produto ímpar caso comparado aos demais de mesmo gênero, o que lhe garante maior competitividade[22].

---

[19]BRASIL. **SEBRAE**. *Conheça Detalhes e potencialidades da Moda Sustentável*. Disponível no site: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conheca-detalhes-e-potencialidades-da-moda-sustentavel,97488b88ba73e410VgnVCM1000003b74010aRCRD, acesso em: 17.08.2017.

[20] DURAND, José Carlos. **Moda, Luxo e Economia**. São Paulo: Babel, 1988. P. 113.

[21] PIMENTEL, Luiz Otávio. **O Acordo sobre os Aspectos dos Direitos sobre Propriedade Intelectual relacionados com o Comércio**. Disponível no site: file:///C:/Users/Lagassi/Downloads/Dialnet-OAcordoSobreOsAspectosDosDireitosDePropriedadeInte-4818320.pdf, acesso em: 20.08.2017

[22] LAGASSI, Veronica. *Indicações Geográficas sob a ótica do Desenvolvimento Sustentável*. **Revista AREL FAAR**, Ariquemes, RO, v. 1, n. 1, p. 7-28, mai. 2013. Disponível no site: file:///C:/Users/DB1008638/Downloads/98-202-2-PB.pdf, acesso em: 21.08.2017.

Nesse sentido, Sr. Charles Goemare, o qual defendeu que a proteção do nome e o controle da qualidade são os diferenciais decisivos da Indicação Geográfica. Em suas palavras:

> A certificação é um diferencial que permite aumentar o valor do nosso produto e, portanto, torna-se essencial para vencer a competição no mercado e gerar consumidores fiéis[23].

Assim, conforme pudemos anteriormente demonstrar a certificação de um produto por intermédio das indicações geográficas não só contribuem com a agregação de valor, mas também por representar distintividade do produto e ao mesmo tempo propiciar a fixação o homem à sua região de origem. Desta forma, o referido instituto não só pode como deve ser adotado pelo *fashion-law,* bastando para tanto que sua aplicação ocorra a partir da tradição. Tradição essa, no sentido de que a região já seja anteriormente conhecida como polo de industrial de moda.

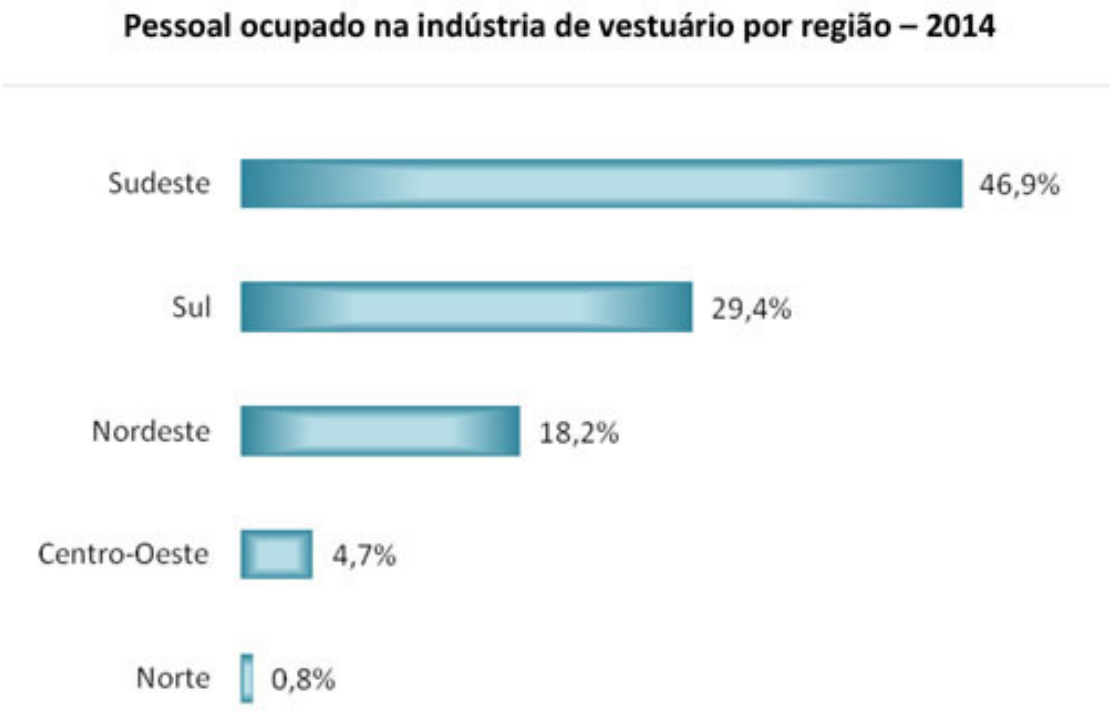
No caso brasileiro, essa condição *sine qua non* que antecede ao reconhecimento da região como sendo uma indicação geográfica em nada obstaculiza o uso deste instituto como fomentador da indústria da moda. Para tanto, basta utilizarmos os mapeamentos realizados dos principais polos de moda no país, dentre os quais podemos destacar a zona franca de São Paulo para calçados, a cidade de Friburgo para lingeries, entre outros.

Temos ainda o mapeamento por região que elege a Sudeste como a maior empregadora deste setor, além de concentrar o maior universo de unidades produtivas. Basta analisarmos o gráfico abaixo produzido pelo IEMI (Inteligência de Mercados, estudos setoriais) que destaca a contratação de mão de obra na indústria do vestuário por região[24]:

---

[23] REPPITTEC. **160 Anos de Lucro com a Indicação Geográfica**. Publicado em: 04.06.2012. Disponível no site: http://www.reppittec.org.br/home/secao.asp?id_secao=1226, acesso em 10/12/2012.

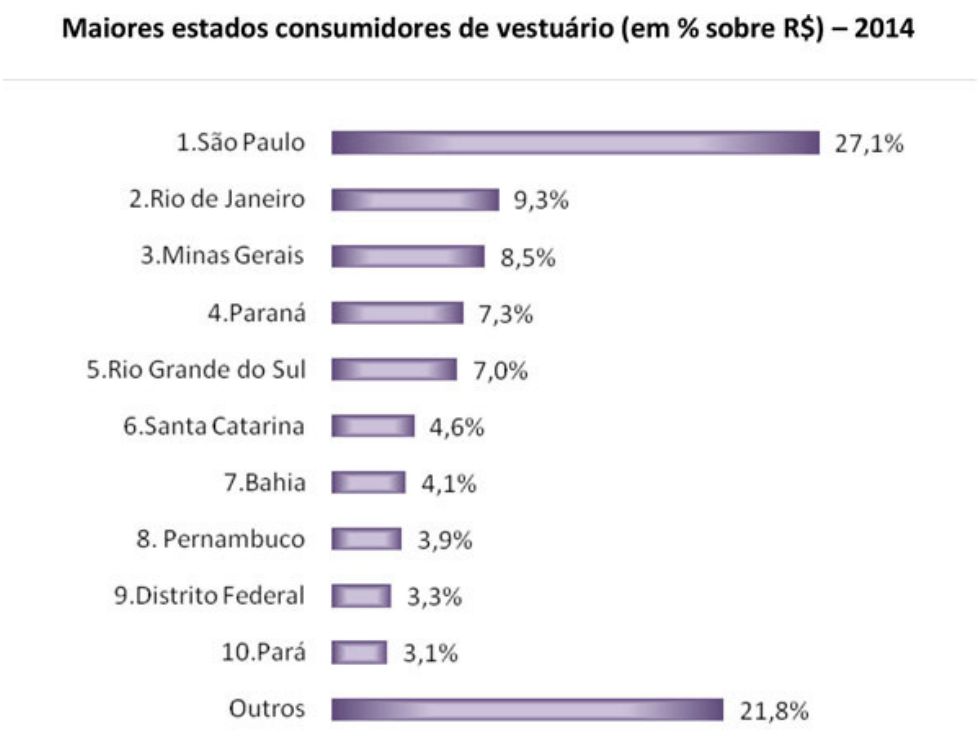
[24] BRASIL. **Inteligência de Mercado, Estudos Setoriais** (IEMI). Matéria: Press Release: Produção nacional de vestuário deve crescer 0,7% neste ano, aponta IEMI. Disponível no site: http://www.iemi.com.br/press-release-producao-nacional-de-vestuario-deve-crescer-07-neste-ano-aponta-iemi/, acesso em: 17.08.2017



E apesar de surgirem movimentos como o *Fast Fashion*, baseado na moda rápida a partir de substituição semanal das roupas expostas nas vitrines, a moda sustentável permanece a tomar vulto no caso brasileiro, acarretando a retomada do *Slow Fashion.* Movimento que incentiva um consumo mais lento e consciente, pois apenas permite a renovação das peças com a mudança de coleção, postergando, portanto, o estímulo ao desejo do consumidor para aquisição de novos produtos.

Além disso, no que tange ao público consumidor brasileiro da moda o gráfico produzido pelo IEMI demonstra que possuímos o seguinte ranking[25]:

[25] BRASIL. **Inteligência de Mercado, Estudos Setoriais (IEMI).** Matéria: Press Release: Produção nacional de vestuário deve crescer 0,7% neste ano, aponta IEMI. Disponível no site: http://www.iemi.com.br/press-release-producao-nacional-de-vestuario-deve-crescer-07-neste-ano-aponta-iemi/, acesso em: 17.08.2017



Assim, conforme podemos perceber através do gráfico produzido pelo IEMI também é a região Sudeste e a Sul que mais se destacam no que tange ao consumo de vestuário. O que ratifica o nosso argumento de que a indústria da moda é um segmento econômico que movimenta toda uma cadeia produtiva.

É justamente a partir dessa ênfase crescente na moda sustentável que o Brasil está mais propenso ao uso da indicação como meio de fomento a esse segmento. Tanto é, que temos atualmente o quantitativo de 54 indicações geográficas no Brasil registradas, dentre as quais 41 estariam relacionadas ao agronegócio e 07 ao segmento da moda. Portanto, já temos indícios a respeito do que defendemos aqui ser plausível. No entanto, as 07 certificações de indicações geográficas relacionadas à indústria da moda representam em sua maioria matéria prima. Porém, nada obsta que num futuro próximo os grandes polos constituam-se em associações, com o fito de buscar o reconhecimento regional obtido através da certificação como indicação geográfica.

Mas para obtenção desse reconhecimento será também necessário avaliar qual seria a espécie de indicação geográfica mais adequada a ser adotada. O que de um modo geral entendemos ser a indicação de procedência, pelo fato de não exigir a correlação entre as características da região à qualidade do produto.

Conclusão.

Sem dúvida alguma, a propriedade intelectual é o meio mais célere para o alcance do desenvolvimento econômico sustentável com vistas à melhoria da qualidade e condições de vida do ser humano.

No entanto, para países em vias de desenvolvimento tal como o Brasil, é necessário adequar esse meio, que é célere, ao instituto mais viável. O que entendemos serem as indicações geográficas, posto que permitem a valorização daquilo que a região já possui, garantindo-lhe maior competitividade até mesmo no âmbito internacional.

Mas, a adoção ou uso deste instituto pressupõe a preexistência de certa tradição na forma de produção ou de prestação de serviço ao qual se pretenda certificar.

Foi a partir desta perspectiva, acrescida ao grande destaque que a indústria da moda vem adquirindo como segmento que mais cresce em no país, que desenvolvemos o presente estudo.

Nele, pudemos perceber ser plenamente viável o uso das indicações geográficas como forma de agregar valor e aumentar a competitividade à indústria da moda brasileira. Obviamente, essa viabilidade dar-se-á paulatinamente a partir da sedimentação dos polos nacionais voltados para esse segmento.

Notadamente, a pesquisa realizada nos registros do INPI já demonstra que essa prática está bem próxima. Basta apenas coragem para darmos o segundo passo com vistas à valorização de nossos produtos e serviços, tendo em vista que o sucesso dessa prática renderá resultados positivos não só na economia do país, mas também pela via reflexa de propagação da cultura, de conhecimentos tradicionais e acima de tudo, melhoria nas condições e qualidade de vida. O que contribuirá assim, não só para a proteção como também para a efetivação dos direitos humanos.

Referências.

- Associação Brasileira de Indústria Têxtil e Confecção (ABIT**). Perfil do Setor**. Disponível no site: http://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor, acesso em: 20.08.2017.

-BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (CRFB).** Disponível no site: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm, acesso em: 20.08.2017.

-BRASIL. **Lei nº 9279 (Lei de Propriedade Industrial),** de 14 de maio de 1996. Disponível no site: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm, acesso em: 15.08.2017;

-_____. **Instituto Nacional da Propriedade Intelectual (INPI).** Denominações de Origem concedidas. Disponível no site: file:///C:/Users/Lagassi/Downloads/LISTACOMASDENOMINAESDEORIGEMCONCEDIDAS_RPI2426_4Jul17.pdf, acesso em: 19.08.2017;

-_____. **Instituto Nacional da Propriedade Intelectual (INPI).** Indicações de Procedência concedidas. Disponível no site: file:///C:/Users/Lagassi/Downloads/copy_of_LISTACOMASINDICAESDEPROCEDNCIACONCEDIDAS_RPI2426_4Jul17.pdf, acesso em: 19.08.2017;

-BRASIL. **SEBRAE**. *Conheça Detalhes e potencialidades da Moda Sustentável*. Disponível no site: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conheca-detalhes-e-potencialidades-da-moda-sustentavel,97488b88ba73e410VgnVCM1000003b74010aRCRD, acesso em: 17.08.2017;

-BRASIL. Matéria: *Setor Têxtil e Vestuário deve crescer 2% no ano*. **Giro News**. Disponível no site: http://www.datamark.com.br/noticias/2017/7/setor-textil-e-de-vestuario-deve-crescer-2-no-ano-231712/, acesso em: 20.08.2017;

-BRASIL. *Qual é a indústria que mais polui o meio ambiente depois do setor do petróleo?* **BBC Brasil.** Matéria publicada: 13.03.2017. Disponível no site: http://www.bbc.com/portuguese/geral-39253994, acesso em: 21.08.2017.

-_____. **Inteligência de Mercado, Estudos Setoriais (IEMI).** Matéria: *Press Release: Produção nacional de vestuário deve crescer 0,7% neste ano, aponta IEMI*. Disponível no site: http://www.iemi.com.br/press-release-producao-nacional-de-vestuario-deve-crescer-07-neste-ano-aponta-iemi/, acesso em: 17.08.2017.

-Centro Universitário de João Pessoa. **Design de Moda no Brasil: mercado promissor.** Disponível no site: http://blog.unipe.br/graduacao/design-de-moda-no-brasil-mercado-promissor, acesso em 20.08.2017.

- DURAND, José Carlos. **Moda, Luxo e Economia**. São Paulo: Babel, 1988.

-ESPINOZA, OCTAVIO. Tratados Administrados por la OMPI relativos a la protección de las Indicaciones Geográficas, exposição no **"I Seminário de Denominaciones de Origen**", Bs. As., abril 1995.

-LAGASSI, Veronica. *Indicações Geográficas sob a ótica do Desenvolvimento Sustentável.* **Revista AREL FAAR**, Ariquemes, RO, v. 1, n. 1, p. 7-28, mai. 2013. Disponível no site: file:///C:/Users/DB1008638/Downloads/98-202-2-PB.pdf, acesso em: 21.08.2017;

-PIMENTEL, Luiz Otávio. **O Acordo sobre os Aspectos dos Direitos sobre Propriedade Intelectual relacionados com o Comércio**. Disponível no site: file:///C:/Users/Lagassi/Downloads/Dialnet-OAcordoSobreOsAspectosDosDireitosDePropriedadeInte-4818320.pdf, acesso em: 20.08.2017;

- RAJÃO, Raoni. RITTL, Caolos. Matéria: *O Agronegócio é uma potência, mas se tornou uma ameaça.* **Jornal: Valor Econômico**. Publicada em: 20.02.2018. Disponível no endereço eletrônico: http://envolverde.cartacapital.com.br/o-agronegocio-brasileiro-e-uma-potencia-mas-se-tornou-uma-ameaca-diz-artigo/, acesso em 08.09.2018.

-REPPITTEC. **160 Anos de Lucro com a Indicação Geográfica**. Publicado em: 04.06.2012. Disponível no site: http://www.reppittec.org.br/home/secao.asp?id_secao=1226, acesso em 10/12/2012.

-SANTOS, Elisete Ignácio dos. **Territórios da Moda: Caraterísticas da Indústria da Moda na Cidade do Rio de Janeiro**. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro/SEBRAE. Centro de Tecnologia e Sociedade – Direito Rio FGV. Disponível no site: http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/1806097/DLFE-230511.pdf/Territorios_da_ModaRelatorio_Qualit.pdf, acesso 12.08.2017;

-SANTOS, Elisete Ignácio dos. **Territórios da Moda: Caraterísticas da Indústria da Moda na Cidade do Rio de Janeir**o (Apresentação). Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro/SEBRAE. Instituto Pereira Passos – Direito Rio FGV, 2011. Disponível no site: http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/1806097/DLFE-230501.pdf/Territoriosdamodaapresentacao.pdf, acesso 12.08.2017;

-SCHIAVONE, Elena. **Indicaciones Geográficas**. Derechos Intelectuales. Vol. 10. Buenos Aires: Astrea, 2003.

- SVENDSEN, Lars. **Moda uma filosofia.** Maria Luiza X. de A. Borges (trad). Rio de Janeiro: Zahar, 2010.