

I ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO E SUSTENTABILIDADE II

CLEIDE CALGARO

ELCIO NACUR REZENDE

JERÔNIMO SIQUEIRA TYBUSCH

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte deste anal 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 Napolini - 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 - UNIVEM – 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 – Goiás

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)

Dr. Caio Augusto Souza Lara (ESDHC – Minas Gerais)

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

D597

Direito e sustentabilidade II [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Cleide Calgario; Jerônimo Siqueira Tybusch; Elcio Nacur Rezende – Florianópolis: CONPEDI, 2020.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-029-9

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Constituição, cidades e crise

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Assistência. 3. Isonomia. I Encontro Virtual do CONPEDI (1: 2020 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



I ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO E SUSTENTABILIDADE II

Apresentação

O Grupo de Trabalho "Direito e Sustentabilidade" já percorreu várias edições no âmbito dos Congressos e Encontros do CONPEDI, consolidando-se como referência na área de Direitos Especiais, mais especificamente na conexão interdisciplinar entre Direito Ambiental, Sustentabilidade, Ecologia Política, Geopolítica Ambiental e Socioambientalismo. Nesta edição do Encontro Virtual do CONPEDI, contamos com a apresentação de vários artigos científicos que abordaram diversas temáticas inseridas na perspectiva de um Direito Ambiental reflexivo e com olhar atento às transformações da atualidade. Desejamos uma agradável leitura dos textos, os quais demonstram ao leitor a integração e, ao mesmo tempo, o alcance multidimensional das temáticas, tão importantes para uma visão crítica e sistêmica na área do Direito.

O primeiro trabalho intitulado **SOBERANIA E INTERNACIONALIZAÇÃO: A POSSIBILIDADE DE UMA GESTÃO COMPARTILHADA A PARTIR DO APRIMORAMENTO DA ORGANIZAÇÃO DO TRATADO DE COOPERAÇÃO AMAZÔNICA** das autoras Alessandra Castro Diniz Portela e Gisele Albuquerque Moraes objetiva analisar a necessidade, nos países amazônicos, de um aprimoramento da Organização do Tratado de Cooperação Amazônica para maior controle sobre o bioma e evitar possíveis ingerências na soberania dos Estados-membros. Já o segundo trabalho como nome **O SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL E A PROTEÇÃO AO MEIO AMBIENTE** do autor Júlio César Rodrigues de Almeida analisa o direito ao meio ambiente como um direito fundamental é, hoje, reconhecido pela doutrina e pela jurisprudência como bem jurídico merecedor de tutela constitucional tendo o Supremo Tribunal Federal, como guardião da Constituição, o expoente maior em sua defesa.

O terceiro trabalho **A PROPOSTA DE FLEXIBILIZAÇÃO DA LEGISLAÇÃO SOBRE AGROTÓXICOS (PROJETO DE LEI Nº6.299/2002): ANÁLISE À LUZ DO DIREITO FUNDAMENTAL À SADIJA CONDIÇÃO DE VIDA E AO MEIO AMBIENTE EQUILIBRADO** da autora Marília Gurgel Rocha De Paiva E Sales propõe-se a análise de projeto normativo que intenciona facilitar uso de biocidas. A importância do tema emerge das evidências científicas que recomendam cautela no manejo de agrotóxicos, para garantia da vida humana e dos recursos naturais às presentes e futuras gerações. E, o quarto tema denominado **ESTADO, SUSTENTABILIDADE E AMBIENTE ECOLOGICAMENTE EQUILIBRADO** dos autores Késia Rocha Narciso e Paula Romão Rodrigues estuda o

resguardo dos direitos fundamentais é um dever do Estado em uma sociedade que explora os recursos naturais de maneira irresponsável diante das limitações do planeta e tem como objetivo destacar a persistente necessidade do equilíbrio ambiental frente à sustentabilidade e responsabilidade do estado.

No quinto tema deste GT tem-se como artigo apresentado LICENCIAMENTO AMBIENTAL: INSTRUMENTO DE EFETIVAÇÃO DO DIREITO FUNDAMENTAL AO MEIO AMBIENTE NAS ATIVIDADES EMPRESARIAIS dos autores João Emilio de Assis Reis e Grazielle Lopes Ribeiro que entende o licenciamento ambiental como um instrumento jurídico administrativo do Brasil e objetiva exercer controle de atividades que utilizem recursos naturais, poluidoras ou que possam degradar meio ambiente. Já o sexto trabalho denominado REFLEXÕES SOBRE OS FUNDAMENTOS DA JUSTIÇA E DO DIREITO NA CONSTRUÇÃO DE UMA SOCIEDADE FRATERNA EM MEIO A PANDEMIA DO CORONAVÍRUS – COVID 19 das autoras Ildete Regina Vale da Silva e Maria Claudia da Silva Antunes De Souza objetiva refletir sobre os fundamentos da Justiça e do Direito na construção de uma Sociedade Fraterna. A importância da presente pesquisa, justifica-se nas possibilidades de sentido que os elementos conceituais da expressão Sociedade Fraterna alcançam, ideia essa que serve para melhor interpretar a Constituição da República Federativa do Brasil e imprescindível frente a maior crise contemporânea da Humanidade: Pandemia do Coronavírus – COVID19 -.

O sétimo artigo apresentado denominado AGROECOLOGIA COMO ALTERNATIVA AO USO INDISCRIMINADO DE AGROTÓXICOS NO AGRONEGÓCIO: DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL PARA ALÉM DA IDEOLOGIA dos autores Francieli Iung Izolani e Jerônimo Siqueira Tybusch analisa a busca pelo desenvolvimento sustentável tem sido ideologia, devido a padrões hegemônicos de produção agrícola instituídos no Brasil pela Revolução Verde, o agronegócio, com uso indiscriminado de agrotóxicos, modelo que tem causado severos impactos na sustentabilidade, acentuando a necessidade de alternativas à superação desse paradigma. No oitavo artigo tem-se PROPRIEDADE INTELECTUAL E A FUNÇÃO SOCIAL DAS MARCAS EM OBSERVÂNCIA AO ASPECTO SOCIOAMBIENTAL dos autores Alisson Galvão Flores e Jerônimo Siqueira Tybusch que trata acerca do direito de propriedade intelectual, da categoria marca e do cumprimento da função social, observando o aspecto socioambiental, norteado pelos preceitos da sustentabilidade.

Continuando a análise dos artigos apresentados no GT tem-se como nono intitulado JUDICIALIZAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS AMBIENTAIS: O RISCO DO LIVRE CONVENCIMENTO MOTIVADO dos autores Reinaldo Caixeta Machado, Amanda

Rodrigues Alves e Alexander Fagner de Lima Oliveira faz um estudo da Constituição Federal de 1988 que positivou o direito fundamental a um meio ambiente sadio e equilibrado, entretanto, esse direito necessita ser efetivado. Devido a inércia Estatal, é cada vez mais frequente as demandas desaguarem no judiciário. Em vista disso, a pesquisa concentrou em pontuar a insegurança jurídica da efetivação de políticas públicas ambientais pelo judiciário. No décimo trabalho A TUTELA INIBITÓRIA DIANTE DA IMINÊNCIA DE TRAGÉDIAS AMBIENTAIS NA MINERAÇÃO – UMA ANÁLISE À LUZ DA PROCESSUALÍSTICA NAS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE CIVIL AMBIENTAL dos autores Luciana Machado Teixeira Fabel, Eduardo Calais Pereira e Rodrigo Araujo Ribeiro se analisou a tutela inibitória com o objetivo de averiguar sua essencialidade para a evolução do direito ambiental e como instrumento impeditivo de tragédias ambientais. Para tanto, será feita uma pesquisa interdisciplinar, notadamente nas áreas do processo civil, direito civil, constitucional e ambiental.

O décimo primeiro tema denominado ECONOMIA CIRCULAR 4.0 E RESÍDUOS SÓLIDOS: ESTUDO DE CASO DO REAPROVEITAMENTO DA CANA-DE-AÇÚCAR PELO BRASIL dos autores Rossana Marina De Seta Fisciletti e Erika Tavares Amaral Rabelo de Matos avalia a Indústria 4.0 que substitui a economia linear baseada na "extração, produção, venda e descarte" pela que convencionamos chamar de Economia Circular 4.0, que impulsiona cadeias produtivas sustentáveis, aplicando as mais recentes tendências tecnológicas e multidisciplinares ao mercado brasileiro. Também a pesquisa observa que os resíduos da cana-de-açúcar geram insumos para a produção de novos produtos, melhorando os índices brasileiros de reutilização de resíduos, uma das diretrizes da Indústria 4.0. Já o décimo segundo trabalho DESAFIOS DA QUESTÃO ENERGÉTICA E AS ALTERNATIVAS SUSTENTÁVEIS dos autores Sébastien Kiwonghi Bizawu, Ivone Oliveira Soares e Pedro Andrade Matos objetiva analisar o Setor Energético nos últimos tempos, tendo em vista os combustíveis fósseis e os recursos renováveis, partindo das informações e dos dados do Conselho Mundial de Energia (World Energy Council). Constatase a busca expressiva por novas fontes de energias limpas com a participação tecnológica, frente à nova ordem de transição energética mundial.

No décimo terceiro tema A PROTEÇÃO CONSTITUCIONAL AO MEIO AMBIENTE E A RETÓRICA DO DESENVOLVIMENTO: O CASO DA USINA HIDRELÉTRICA DE BELO MONTE da autora Lara Santos Zangerolame Taroco analisa os discursos proferidos por diferentes autoridades durante o processo idealização e licenciamento ambiental da UHE Belo Monte, considerando as repercussões teóricas do termo desenvolvimento e da retórica. O projeto da Usina Hidrelétrica de Belo Monte, prevista para ser a terceira maior hidrelétrica do mundo, é perpassado por uma série de controvérsias e conflitos. Já, no décimo quarto

tema tem-se A NECESSIDADE DA OBSERVÂNCIA DAS OBRIGAÇÕES AMBIENTAIS PARA A EFETIVAÇÃO DA USUCAPIÃO – UMA ABORDAGEM SISTÊMICA DA PRINCIPIOLOGIA DE DIREITO CIVIL E DE DIREITO AMBIENTAL dos autores Elcio Nacur Rezende, Humberto Gomes Macedo e Luiza Guerra Araújo analisando a usucapião frente aos princípios da Sustentabilidade e da Função Socioambiental da propriedade, para verificar a possibilidade de exigir o cumprimento das obrigações previstas no Código Florestal como requisitos para reconhecimento dessa aquisição de propriedade.

No décimo quinto tema 10 ANOS DO SISTEMA DISTRITAL DE UNIDADES DE CONSERVAÇÃO DA NATUREZA: AVANÇOS E RETROCESSOS dos autores Lorene Raquel De Souza, Marcia Dieguez Leuzinger e Paulo Campanha Santana verifica-se o Sistema Distrital de Unidades de Conservação da Natureza, criado pela Lei Complementar nº 827, de 22 de julho de 2010, está completando uma década com avanços e retrocessos. O objetivo do presente artigo, portanto, é avaliar as principais evoluções e involuções, com foco nos desafios que ainda permeiam a implementação desse sistema protetivo. Por fim, no décimo sexto trabalho como tema LICENCIAMENTO AMBIENTAL E AUTO MONITORAMENTO COMO INSTRUMENTO DE GESTÃO AMBIENTAL NO ESTADO DE MINAS GERAIS dos autores José Claudio Junqueira Ribeiro e Diego Henrique Pereira Praça objetiva-se apresentar o licenciamento ambiental no Brasil, com destaque para o auto monitoramento como instrumento de gestão ambiental. Pretende-se analisar o potencial desse instrumento de controle e se no caso do Estado de Minas Gerais tem se mostrado eficaz.

Prof. Dra. Cleide Calgaro - Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Elcio Nacur Rezende - Escola Superior Dom Helder Câmara

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - Universidade Federal de Santa Maria

Nota técnica: Os artigos do Grupo de Trabalho Direito e Sustentabilidade II apresentados no I Encontro Virtual do CONPEDI e que não constam nestes Anais, foram selecionados para publicação na Plataforma Index Law Journals (<https://www.indexlaw.org/>), conforme previsto no item 8.1 do edital do Evento, e podem ser encontrados na Revista de Direito e Sustentabilidade. Equipe Editorial Index Law Journal - publicacao@conpedi.org.br.

**PROPRIEDADE INTELECTUAL E A FUNÇÃO SOCIAL DAS MARCAS EM
OBSERVÂNCIA AO ASPECTO SOCIOAMBIENTAL**

**PROPIEDAD INTELECTUAL Y LA FUNCIÓN SOCIAL DE LAS MARCAS EN
CUMPLIMIENTO DEL ASPECTO SOCIOAMBIENTAL**

**Alisson Galvão Flores
Jerônimo Siqueira Tybusch**

Resumo

O presente estudo trata acerca do direito de propriedade intelectual, da categoria marca e do cumprimento da função social, observando o aspecto socioambiental, norteado pelos preceitos da sustentabilidade. Desse modo, questiona-se: Em que medida a sustentabilidade deve ser compreendida para que as marcas possam cumprir com sua função social, observando o aspecto socioambiental? A metodologia utilizada possui a abordagem sistêmico complexa, permitindo uma pesquisa interdisciplinar. O artigo se divide em três capítulos, o primeiro introduz acerca do instituto da propriedade intelectual, o segundo, sobre as marcas e sua função social e o terceiro aborda sobre a prática do greenwashing.

Palavras-chave: Função social, Marcas, propriedade intelectual, Socioambiental, Sustentabilidade

Abstract/Resumen/Résumé

Este estudio aborda los derechos de propiedad intelectual, de marca y el cumplimiento de la función social, observando el aspecto socioambiental, guiado por los preceptos de sostenibilidad. Por lo tanto, la pregunta es: ¿hasta qué punto debe entenderse la sostenibilidad para que las marcas puedan cumplir su función social, observando el aspecto socioambiental? La metodología utilizada tiene un enfoque sistémico complejo, que permite la investigación interdisciplinaria. El artículo está dividido en tres capítulos, el primero presenta sobre el instituto de propiedad intelectual, el segundo, sobre las marcas y su función social, y el tercero trata sobre la práctica del greenwashing.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Función social, Marcas registradas, Propiedad intelectual, Socioambiental, Sostenibilidad

INTRODUÇÃO

Com o passar dos anos, ocorreram mudanças da ótica sobre a propriedade, onde antes cultuava-se o individualismo na proteção da propriedade, atualmente, deve-se atentar aos interesses coletivos, norteados pela solidariedade e ideias de uma sociedade igualitárias e justa. Nesse contexto, a Constituição Federal de 1988 inaugura uma nova ordem constitucional com normas solidárias e valorização da coletividade, dando origem a uma versão do instituto da função social da propriedade.

Diante o exposto, o presente estudo objetiva tratar acerca da do direito de propriedade intelectual, em específico, as marcas e o cumprimento de sua função social em observância ao aspecto socioambiental, baseado nos preceitos da sustentabilidade. Desse modo, questiona-se: Em que medida o a sustentabilidade deve ser compreendida para que as marcas possam cumprir com sua função social, observando o aspecto socioambiental?

A metodologia utilizada obedece ao quadrinômio: Abordagem; Teoria de Base; Procedimento e Técnica. A abordagem utilizada é a sistêmico complexa, pois configura um método que permita uma pesquisa interdisciplinar e em sinergia com diferentes áreas de conhecimento, uma vez que a ciência jurídica isolada não é capaz de compreender a complexidade envolvida na questão socioambiental da atualidade. Como Teoria de Base, o referencial do presente estudo possui a matriz epistemológica pragmático-sistêmica, pois permite um enfoque interdisciplinar e sistêmico acerca do tema proposto. Desse modo, são utilizados autores que tratam do conceito de sustentabilidade na perspectiva multidimensional como Ignacy Sachs e Juarez Freitas e Carol Proner acerca da temática sobre direito de propriedade intelectual e função social. Quanto ao método de procedimento, faz-se uso da análise bibliográfica e documental, utilizando como técnica de coleta de dados a produção de fichamentos e resumos expandidos.

O artigo é dividido em três capítulos: O primeiro aborda acerca da origem e os aportes jurídicos e conceituais da propriedade intelectual. O segundo capítulo adentra-se ao estudo de uma das categorias da propriedade intelectual, denominada “marca” e ao cumprimento da sua função social, observando o aspecto socioambiental. Por fim, o terceiro capítulo promove uma reflexão sobre

os riscos da prática do *greenwashing*¹, devido a incompreensão do tema relacionado a sustentabilidade socioambiental.

1 PROPRIEDADE INTELECTUAL: Aportes jurídicos e conceituais

Fundamental para sobrevivência da espécie humana, as criações técnicas, como a confecção de recipientes de argila para estoque de alimentos, a produção de instrumentos de proteção contra animais, objetos e armas para auxílio na caça, dentre outras, estão presentes na história do ser humano desde os primórdios. Surgindo, assim, a propriedade decorrente da criação intelectual humana (FIGUEIREDO, 2008).

Desse modo, o conceito geral de propriedade intelectual é conferido por Willian Landes e Richard Posner (2003), tal concepção se refere a ideias, descobertas, invenções, símbolos, imagens e obras expressivas, ou, ainda, qualquer produto criado pelo ser humano com potencial suscetível de avaliação que tenha existência separada de uma personalidade física única. Nessa esteira, Marcelo Scudeler (2007, p. 03) explana que:

Com efeito, define-se como propriedade intelectual o conjunto de bens oriundos do intelecto humano, quais sejam, a criação artística, científica e literária, definida como direito do autor, e a criação industrial, para aplicação na indústria e no comércio, conceituada como propriedade industrial. Destarte, a propriedade intelectual é o gênero do qual a propriedade industrial é sua espécie, assim como o direito autoral.²

¹ O uso e aplicação do termo "*greenwashing*" ainda é bastante tímido no cenário jurídico brasileiro, mas bem corriqueiro no mundo do marketing [...] O termo "*greenwashing*" foi inicialmente utilizado em 1986 pelo norte-americano Jay Westerveld. Ao observar as então novas práticas hoteleiras de encorajar o consumidor a reutilizar as toalhas e lençóis sob o pretexto de que, com tal atitude, o hóspede estaria ajudando a "salvar o meio ambiente", Westerveld observou que tais práticas nada mais eram do que uma manobra para aumentar os lucros, pois, na realidade, a campanha de reutilização dos lençóis e toalhas era isolada e não havia nenhuma outra política ou ação efetivamente sustentável pelos hotéis. Nos dias atuais, a definição geral de "*greenwashing*" segue essa mesma percepção inicial de Westerveld. Melhor traduzido para o vernáculo como "lavagem verde" (ou algo do gênero), pode-se definir a expressão como aquelas ações de marketing que visam propagar, de forma enganosa, que determinado produto, serviço ou política de uma empresa são "verdes", quer dizer, ecologicamente sustentáveis quando, na realidade, não o são (HAIDAR, 2011, s.p.).

² Ainda hoje não é possível inferir claramente a exata dimensão dos conceitos: propriedade intelectual; propriedade imaterial; propriedade autoral e propriedade industrial. Para uns, a propriedade imaterial é o gênero, cujas espécies são a propriedade autoral (a qual é considerada sinônima da intelectual) e a industrial. Outros defendem ser a propriedade imaterial o gênero (sendo intelectual o seu sinônimo), cujas espécies são a autoral e a industrial (FIGUEIREDO, 2008, p. 108).

De forma similar, Carol Proner (2007, p. 03) leciona que:

A proteção da propriedade intelectual, em suas múltiplas formas, sempre respondeu a estímulos econômicos e políticos que predominaram em cada época. A categoria propriedade intelectual envolve múltiplas temáticas associadas que desencadeiam distintos efeitos: pode versar sobre direitos autorais, desenhos e processos industriais, marcas, patentes de invenção, denominações de origem, contratos de 3 transferência de tecnologia, saberes tradicionais - folclore, costumes populares, artes reproduzidas em pintura e escultura -, enfim, temáticas diversas e abrangentes.

Nesse sentido, a noção sobre direito de propriedade intelectual se complementa com as ideias dos professores Welber Barral e Luiz Otávio Pimentel (2006, p. 11-12)

Os direitos de propriedade intelectual são instrumentos que permitem uma posição jurídica (titularidade) e uma posição econômica (exclusividade). A proteção jurídica tende a garantir, ao seu titular, a recuperação de seus investimentos na pesquisa e desenvolvimento (P&D) tecnológico, que podem ser públicos ou privados, diretos ou indiretos. Garante também uma posição econômica privilegiada e lícita nos mercados regionais ou nacional, para uma empresa em concorrência com outra, ao permitir a exclusividade de processo industrial, de comercialização de um produto ou serviço, de seu signo distintivo, de obra literária, artística ou científica.

Dentre os argumentos teóricos favoráveis à proteção da propriedade intelectual se tem a justa recompensa, dada pelo reconhecimento social em virtude do esforço individual, a possibilidade de expansão do conhecimento humano e o estímulo econômico à inovação, assim como ao investimento pela garantia de lucro e ao desenvolvimento. (PRONER, 2007). Nesse raciocínio, a propriedade intelectual se configura como uma forma de apropriação dos resultados inventivos, impedindo que terceiros se utilizem da inovação sem autorização do inventor. Entretanto, sua eficácia varia de acordo com a matéria e o setor da inovação (CORREA, 1999).

Cumprir destacar que, “por ser invisível ou menos visível, o direito à propriedade decorrente do intelecto levou mais tempo até se consolidar como legítimo direito fundamental” (PRONER, 2007, p. 03), pois se caracterizada como bem imaterial, impassível de ser tocado pelo corpo, porém de possível contemplação e valoração econômica (FIGUEIREDO, 2008).

Para entender a evolução da propriedade intelectual industrial, que chega ao atual momento multilateral da OMC na esteira de uma “ordem espontânea”, faz-se necessário buscar as origens conceituais do direito de propriedade intelectual, suas vinculações com a propriedade de bens materiais e com as reviravoltas históricas do período industrial capitalista. Faz-se também necessário recorrer às transformações políticas, sociais e especialmente econômicas do pós-guerra, acompanhando a construção de instituições econômicas e jurídicas capazes de ordenar os comportamentos estatais com base em consensos multilaterais de comércio (PRONER, 2007, p. 05).

No ano 510 a.C., no Sul da Itália, tem-se os primeiros relatos acerca da propriedade intelectual. No Brasil, só em 1809 houve a primeira menção à propriedade intelectual, o qual constituía o pacote para incentivar o desenvolvimento nacional diante da revolução industrial e do domínio inglês (BARBOSA, 2020). Diante este cenário, devido aumento do fluxo de informações e transporte, fatores característicos da pós-modernidade, não demorou muito para os verdadeiros inventores reivindicassem seus direitos de propriedade de suas invenções. Assim, passaram a reclamar nas cortes internacionais, buscando providências capazes de solucionar o problema da contrafação.

O aumento na velocidade de troca de informações e transporte, aliada a exploração do engenho nos países nos quais não existia legislação interna a tutelar as invenções, eram fatores que contribuíam diretamente ao aumento das ilicitudes. Passava a indústria a se dirigir aos países que não possuíam a tutela e explorar, neste loco privilegiado, as invenções. O mundo torna-se mais interligado, experimentando-se uma homogeneização nas relações proprietárias e uma tendência de aproximação entre as diversas micro racionalidades. A pós-modernidade, ao mesmo tempo que assevera as diferenças, aproxima as culturas, em razão das trocas de informações à velocidade da luz (FIGUEIREDO, 2008, p. 113).

Os primeiros tratados³ sobre o tema, ocorreram a partir do final do século XIX, com a Convenção Internacional de Paris de 1883 e a Convenção Internacional de Berna de 1886. Tais tratados-leis foram reunidos oficialmente

³ A expressão tratado é gênero que engloba as mais diversas manifestações internacionais, conforme noticiam G. E. do Nascimento e Silva e Hildebrando Accioly (2002, p. 28-29 apud FIGUEIREDO, 2008, p. 113): “Por tratado entende-se o ato jurídico por meio do qual se manifesta o acordo de vontades entre duas ou mais pessoas internacionais. [...] Em outras palavras, tratado é expressão genérica. São inúmeras as denominações utilizadas conforme a sua forma, seu conteúdo, o seu objeto, ou seu fim, citando-se as seguintes: convenção, protocolo, convênio, declaração, modus vivendi, ajuste, compromisso, etc...”

em 1892, no BIRPI – *Bureaux Internationaux Réunis Pour la Protection de la Propriété Intellectuelle* – permanecendo inalterados (BASSO, 2003).

Seguindo o curso da história, a segunda guerra mundial alterou, sensivelmente, o cenário geopolítico, havendo importantes transformações em relação à propriedade intelectual. As Nações Unidas promoveram alterações nas duas Uniões (Paris e Berna), as quais passaram a ser enxergadas como arcaicas para o contexto mundial. Era momento de adaptar a estrutura das Uniões às novas organizações internacionais. A Convenção de Paris foi modificada diversas vezes, sendo a última revisão a feita pela Convenção de Estocolmo, em 1967, adotada pelo Brasil e de presença facilmente identificável na atual Lei da Propriedade Industrial – LPI. Foi, inclusive, nessa última revisão que foi criada a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI ou WIPO), sediada em Genebra, e que atua de forma ampla na seara da propriedade intelectual (FIGUEIREDO, 2008, P.114).

Nas últimas décadas do século XX, mais precisamente no anos 1986 e 1994, ocorreu no Uruguai o Acordo Geral Sobre Tarifas e Comércio – GATT, esta manifestação de caráter internacional se tornou importante para matéria relativa a propriedade intelectual, pois originou diversos acordos anexos, dentre eles, o Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Industrial (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights), o acordo TRIP's⁴ (FIGUEIREDO, 2008).

O TRIPS representa, portanto, um documento fundamental na consolidação da proteção dos direitos de propriedade intelectual na sociedade internacional contemporânea e a vinculação definitiva desses direitos ao comércio internacional. Com ele as partes ganharam e perderam e os interesses contrapostos acabaram chegando ao consenso. Certamente, o texto ficou aquém das expectativas dos países desenvolvidos, que buscavam no GATT patamares superiores de proteção dos direitos de propriedade intelectual. Por outro lado, os países em desenvolvimento, que buscavam assegurar a difusão de tecnologia, destacando as assimetrias norte-sul, comprometeram-se a implementar medidas eficazes e apropriadas para a aplicação de normas de proteção destes direitos relacionadas ao comércio, na perspectiva da cooperação internacional (BASSO, 2003, p. 20).

No Brasil, a atual legislação relativa a Propriedade Intelectual trouxe diversas inovações, como a adoção do pipeline, devido ao aumento dos bens

⁴ O TRIP's integra o Acordo Constitutivo da Organização Mundial do Comércio (OMC), também denominado como Ata Final da Rodada do Uruguai, Acordo Geral ou Acordo Constitutivo e consiste no resultado mais recente do processo de regulação internacional da propriedade intelectual, cujo pilar se encontra na Convenção da União de Paris (BASSO, 2003, p.20).

passíveis de patenteamento, a simplificação dos procedimentos administrativos, a faculdade de conceder licença provisória, a tipificação de crimes, englobando a Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96), os Direitos Autorais (Lei 9.910/98) e outros Direitos sobre bens imateriais de vários gêneros, tais como os Direitos Conexos, e as Proteções Sui Generis, como por exemplo, as Lei de Proteção de Cultivares, Lei nº 9.456/97 regulamentada pelo Decreto nº 2.366/97 (FIGUEIREDO, 2008).

Ademais, a Constituição Federal de 1988 (CF/88) também regula o assunto, assegurando proteção à propriedade industrial, ao lado da autoral, no artigo 5^o, garantindo o direito de propriedade⁶, a qual deve atender a sua função social⁷, tutelando o direito dos autores de inventos sociais⁸.

Diante o exposto, nota-se que ocorre a vinculação da proteção da propriedade intelectual à observância da função social, a propriedade não é classificada como espécie, mas sim enquanto gênero, do qual derivam várias espécies, a exemplo da propriedade de valores mobiliários, da propriedade literária e artística, da propriedade industrial e da propriedade do solo (FALCÃO, 2014). Desse modo, a função social da propriedade é uma expressão que cabe em diversas áreas, inclusive nos âmbito da Propriedade Industrial e suas categorias, conforme exposto no capítulo a seguir.

2 PRORIEDADE INDUSTRIAL E A FUNÇÃO SOCIAL DAS MARCAS PELO ASPECTO SOCIOAMBIENTAL

De acordo com o exposto anteriormente, denomina-se propriedade intelectual o conjunto de bens decorrentes do intelecto humano, agrupando-se em espécies, propriedade industrial, direitos do autor e proteção *sui generis*, dando origem a tutela de direitos da atividade intelectual. Na primeira,

⁵ Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...]

⁶ Art. 5º [...] XXII - é garantido o direito de propriedade;

⁷ Art. 5º [...] XXIII - a propriedade atenderá a sua função social;

⁸ Art. 5º [...] XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País;

denominada de propriedade industrial, incluem-se direitos relativos a invenções e marcas⁹ (SCUDELER, 2007).

Com o intuito de atender o objetivo desse estudo, conforme indicado em linhas alhures, o presente capítulo se delimita ao estudo da subcategoria marca e sua função social, pelo aspecto socioambiental. A marca se caracteriza como sinal distintivo, visualmente perceptível, que distingue produtos e serviços de outros análogos, de procedência diversa, bem como certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas.

Para Cristiane Feltre (2005, p. 95) a marca é “um mecanismo que fornece uma grande diferenciação entre os produtos existentes no mercado. Essa diferenciação se dá pela qualidade do produto ofertado”. Esta pode ser composta por palavras, símbolos ou signos que a diferenciem dos demais produtos ou serviços existentes no mercado, podendo até mesmo agregar um valor ao produto ou serviço (FERREIRA; OLIVEIRA, 2020).

Ainda, o art. 122, da Lei nº 9.279/96, define marca como “os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais” (BRASIL, 1996). Contudo, segundo evidencia Lívia Maia (2016), o instituto da marca extrapola os limites legais e econômicos concernentes à propriedade industrial, em razão do seu poder de adentrar no imaginário dos consumidores e influenciar suas escolhas e seus estilos de vida, envolvendo-os no mundo de fantasia que é a indústria da moda.

André Carvalhal (2016) pontua que os interesses em razão das marcas mudaram ao longo dos anos e, atualmente, também se posicionam através de um propósito. Isto é, as marcas passaram a buscar uma forma de melhorar a vida das pessoas, através do seu negócio, com engajamento de colaboradores, consumidores e investidores para criar impacto social positivo. É nesse sentido, Karen Teodoro (2019, p. ú.) expõe que

Uma marca não é simplesmente um símbolo visual. Uma marca é muito mais que um logotipo. Marca é um organismo vivo, que se transforma ao longo de sua existência, que deve evoluir e acompanhar as mudanças da sociedade e do mercado no qual está inserida. Nesse

⁹ A Lei 9.279/96 regula os direitos e obrigações relativos à Propriedade Industrial. No art. 2º, incisos I a III, o legislador protegeu quatro espécies de bens imateriais: 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: [...] III – concessão de registro de marca; (BRASIL, 1996).

contexto, as marcas devem exercer seu papel de agente transformador da sociedade, interagindo socialmente com *stakeholders* e promovendo ações com impacto positivo na vida das pessoas. Há muito tempo, as responsabilidades sociais deixaram de ser uma atribuição exclusiva do governo e passaram a ser compartilhadas com o terceiro setor e com a iniciativa privada.

Outrossim, a marca fica submetida à sua função social da propriedade. A função social da propriedade passou a ser relativizada, pois os direitos individuais não devem ser o único interesse, uma vez que serão considerados em conjunto com os interesses coletivos. Neste ramo privado, embora o capitalismo parece ser o principal objetivo da propriedade, a função social passou a estimular sua fundamentação jurídica (FIGUEIREDO, 2008).

Desse modo, os direitos subjetivos “podem ser estudados tanto pelo seu prisma estrutural, como pelo funcional, verificando-se, na estrutura, como é um dado direito, e, na sua função, sua serventia” (FARIAS, ROSENVALD 2006, p. 200). Para André Gondinho (2000), a propriedade sempre desempenhou uma função social, seja na ótica capitalista, em uma ideologia burguesa liberal, seja na tentativa de construir uma sociedade mais solidária. Em analogia, Daniel Sarmiento (2004), a expressão social significa o reconhecimento de que, embora cada um de nós consista em uma individualidade, irreduzível ao todo, estamos também, todos juntos, de alguma forma, em sinergia por um destino comum.

Muito se discute sobre o conceito de função social da propriedade, bem como se ela é uma limitação ao direito de propriedade, ou faz parte do seu conteúdo. Em um dos primeiros estudos realizado de forma mais aprofundada sobre o real significado da expressão função social, concluiu-se que o termo função se opõe ao de estrutura, sendo o norte para averiguar a forma pela qual o direito é operacionalizado. No instante em que o ordenamento reconhece que o direito de propriedade não deve ser exercido de forma a satisfazer unicamente ao interesse do seu titular, devendo também se dirigir aos não-proprietários, consigna uma função social ao direito de propriedade (FIGUEIREDO, 2008).

À vista disso, esse instituto confere caráter difuso ao direito de propriedade, transbordando os contornos de um direito e garantia individual, se constituindo enquanto uma garantia transindividual (FALCÃO, 2014). Outrossim, a proteção à propriedade se consagra como princípio geral da atividade econômica, pelo prisma da preservação da propriedade dos bens de produção

de caráter privado. Todavia, o proprietário possui o dever de conferir destinação de sua propriedade que atenda os interesses sociais¹⁰, baseados na solidariedade e ideais de justiça.

A função social é um limite fixado pelo legislador para identificar a propriedade, segundo os ditames do princípio da prevalência do interesse público sobre o particular, uma vez que a preservação do bem ambiental não beneficia apenas ao proprietário, mas a toda a coletividade. Exatamente com este propósito de se privilegiar a coletividade em detrimento do individualismo exacerbado que foi desenvolvida a teoria da função social. A consagração da função social da propriedade surgiu a partir da necessidade de se superar as concepções individualistas do direito privado, nas quais o homem é analisado de forma isolada de seus pares. Por isso, chegou-se à conclusão que nem o homem e nem a coletividade tem direitos, mas cada indivíduo tem uma função a cumprir em sociedade, uma determinada tarefa a executar (CUNHA, 2017, p. 06).

Cabe destacar que a função social da marca possui a observância de alguns aspectos, sendo os três principais: o primeiro trata acerca da sustentabilidade socioambiental, o segundo à questão social (relativa aos direitos trabalhistas) e, por fim, a questão filantrópica. Importante estabelecer como se dá a relação entre a função social da marca (propriedade intelectual) e o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, uma vez que ambos estão possuem tutela no ordenamento jurídico atual. A inserção da sustentabilidade¹¹ na cadeia de produção ou mesmo a promoção da

¹⁰ Não há uma única função social da propriedade porque esta também não é única. Como se observa do texto constitucional, para cada espécie de propriedade, de acordo com sua natureza, o legislador prescreve exigências diferenciadas para o cumprimento de sua função social. Em alguns casos, como o da propriedade urbana e da propriedade rural, o constituinte preferiu definir no próprio texto da CRFB a função social que se lhe impõe. Em outros casos, como na propriedade de bens de consumo dotados de função individual, o legislador restringe-se, apenas, a fazer uso de um conceito jurídico indeterminado amplo, transferindo à Administração a discricionariedade para que complete seu conteúdo. Já a função social da propriedade industrial, ao que nos parece, recebeu do constituinte um tratamento intermediário. Condicionando o cumprimento de sua função social ao atendimento do interesse social e ao desenvolvimento tecnológico e econômico do País, o constituinte aproveitou-se de conceitos jurídicos também indeterminados, mas de menor grau de abstração e de conteúdo vinculado às suas prescrições, para conferir à Administração a discricionariedade de, através de seu órgão técnico-administrativo, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), definir se aqueles bens de natureza móvel cumprem a finalidade que deles se espera (FALCÃO, 2014).

¹¹ O princípio de sustentabilidade surge no contexto da globalização como a marca de um limite e o sinal que reorienta o processo civilizatório da humanidade. A crise ambiental veio questionar a racionalidade e os paradigmas teóricos que impulsionaram e legitimaram o crescimento econômico, negando a natureza. A sustentabilidade ecológica aparece assim como um critério normativo para a reconstrução da ordem econômica, como uma condição para a sobrevivência humana e um suporte para chegar a um desenvolvimento duradouro, questionando as próprias bases da produção (LEFF, 2001, p. 15).

transparência na cadeia com o fim de valorizar o trabalhador de cada etapa do processo são exemplos de observância da função social da marca, evidenciando aspecto socioambiental da propriedade.

Ainda, em razão da sua função social, na definição de Roxana Borges (1999, p. 116), atua “como o conjunto de deveres imputados ao proprietário em face da necessidade de manutenção do equilíbrio ecológico multidimensional como elemento essencial da função social da propriedade”. Significa dizer que a sustentabilidade socioambiental está ligada diretamente a função social da propriedade, uma vez que a percepção sustentabilidade deve englobar a compreensão de várias dimensões, a modo que os aspectos sociais, ecológicos e o princípio da solidariedade estejam presentes para efetivar tal atividade.

Ignacy Sachs¹² (2008) atenta sobre a necessidade de promover uma reflexão acerca da compreensão sobre a sustentabilidade socioambiental, cabe salientar que essa deve ser observada além da esfera ambiental, abrangendo outros planos, englobando o equilíbrio entre as dimensões¹³ ambiental, social, política e econômica. A dimensão ambiental refere-se à capacidade de sustentação dos ecossistemas. A dimensão social tem como referência o desenvolvimento e como objeto a melhoria da qualidade de vida da população. A dimensão política refere-se ao processo de construção da cidadania e visa garantir a plena incorporação dos indivíduos ao processo de desenvolvimento. E a dimensão econômica, a qual implica na gestão eficiente dos recursos e regularidade de fluxos de investimento público e privado (GUERRA, 2006).

Para Juarez Freitas (2016), a sustentabilidade possui caráter pluridimensional, pois a sustentabilidade molda e condiciona o desenvolvimento

¹² Sendo assim, o desenvolvimento sustentável deve ser observado além da esfera ambiental, abrangendo outros planos. Por ser multidimensional, o desenvolvimento sustentável, engloba o equilíbrio entre cinco dimensões diferentes, sendo elas a social, a ambiental, a territorial, a econômica e a política. A dimensão social, tem em vista que a sociedade se encontra espalhada em diferentes locais. A segunda, a dimensão ambiental, relativa à utilização de recursos naturais e ao descarte de resíduos. A dimensão territorial compreende a distribuição de recursos, da sociedade e das atividades no espaço. A dimensão econômica, se faz necessária devido a disponibilidade de recursos financeiros. Por fim, a quinta é a dimensão política, relacionada com o exercício de um governo democrático. Nesse contexto, o autor percebe o desenvolvimento além do crescimento econômico, sendo assim, o desenvolvimento deve ser interpretado, também, a partir da efetividade dos direitos de igualdade, equidade e solidariedade, visando beneficiar, dessa forma, aqueles que vivem em condições vulneráveis (SACHS, 2008).

¹³ Não se descartam as demais dimensões mais específicas, como a territorial, a ética, ou até mesmo a estética, da sustentabilidade, mas as apresentadas no presente estudo se mostram, por ora, suficientes para sublinhar acerca do tema.

de maneira a ensejar o bem-estar das gerações presentes sem prejudicar o bem-estar das gerações futuras. Diante esse contexto, a dimensão social se finca no sentido de que não é admitido um desenvolvimento excludente, abrigoando os direitos fundamentais sociais, reclamando por educação de qualidade. Destarte, a dimensão ambiental da sustentabilidade

Quer-se aludir, com a dimensão propriamente ambiental da sustentabilidade, ao direito das gerações atuais, sem prejuízo das futuras, ao ambiente limpo, em todos os aspectos (meio ecologicamente equilibrado, como diz os aspectos do artigo 225 da Constituição Federal de 1988). De fato, certo como é que a degradação ambiental pode, no limite, inviabilizar a vida humana, incontornável se mostra o seu enfrentamento hábil e tempestivo, com ciência, prudência e tecnologia criticamente introduzida (FREITAS, 2016, p. 68)

Diante o exposto, é possível explicar que o aspecto socioambiental da função social das marcas engloba os demais aspectos, sejam eles sociais ou filantropos. Portanto, para que as marcas atendam sua função social, baseada na solidariedade e ideais de justiça, é necessário não apenas preservar o meio ambiente, limitando-o a natureza e ao plantio de árvores, dentre outros fatores, mas sim, exercer uma ética universal concretizável com o pleno reconhecimento das dignidade intrínseca do seres vivos em geral, respeitando e priorizando as necessidades sociais, sob o risco de cair na falácia do greenwashing.

3 SUSTENTABILIDADE E GREENWASHING

Conforme delineado no capítulo anterior, as marcas estão condicionadas a cumprir sua função social observando os aspectos socioambientais, atuando enquanto um conjunto de obrigações imputados ao proprietário em face do equilíbrio ecológico e dos direitos coletivos da sociedade, baseados no princípio da solidariedade. Sob este prisma, é essencial observar as relações de consumo da sociedade.

A abundância dos bens de consumo continuamente produzidos pelo sistema industrial é considerada, frequentemente, um símbolo da performance bem-sucedida das economias capitalistas modernas. No entanto, esta abundância passou a receber uma conotação negativa sendo objeto de críticas que consideram o consumismo um dos principais problemas das sociedades industriais modernas. A partir da

construção da percepção de que os atuais padrões de consumo estão nas raízes da crise ambiental (PORTILHO, 2010, p.67).

Nessa perspectiva, observa-se que as estratégias de mercado se articulam a partir da não satisfação dos desejos e a crença firme e eterna de que cada ato que visa satisfazê-los deixa muito a desejar e pode ser aperfeiçoado. São esses os volantes da economia, que tem por alvo o consumidor (BAUMANN, 2007). Frente essa realidade, se tornam nítidos os desafios para a questão ecológica na relação ao consumo e o mercado de produção das marcas.

Devido consumo exacerbado, frente a revolução tecnológica de comunicação, surge a necessidade de se promover uma reflexão originária da preocupação ecológica. Nessa trajetória, “o movimento ambientalista do último quarto de século conquistou posição de destaque no cenário da aventura humana” (CASTELLS, 2006, p. 141). Tal episódio tem repercussão direta nos meios de produção e no cenário de atuação de empresas e instituições. Entretanto, a questão ambiental não se faz presente na agenda política de governos e instituições financeiras, influenciando nos rumos do desenvolvimento socioeconômico. Uma expressiva parcela do setor empresarial percebe a sustentabilidade ambiental no sentido de manter um modelo econômico de mercado, voltado para o lucro.

Desse modo, a temática alusiva a sustentabilidade ambiental, evidentemente, se inseriu no discurso de grandes corporações e instituições internacionais. À vista disso, uma das tentativas de confundir e, ao mesmo tempo, demonstrar uma preocupação ecológica tem sido a figura do greenwashing (SOUZA, 2017). Vê-se que, “de um lado, as empresas cada vez mais buscam eficácia e eficiência em todas suas atividades de produção e distribuição, visando sempre a maior otimização possível de sua rentabilidade operacional” (ERENBERG, 2003, p. 24).

Nesse sentido, “o greenwashing pode ser praticado por governos, organizações não governamentais, empresas e corporações (...) ou, ainda, por pessoas que visam obter vantagens a partir de práticas ambientais que não correspondam coma realidade” (SOUZA, 2017, p. 150). Isso posto, observa-se que enquanto algumas instituições se esforçam para construir um modelo corporativo sustentável multidimensional, outras se utilizam da publicidade voltada para lavagem verde.

Desta forma, a publicidade e a propaganda são utilizadas como estratégias discursivas para manutenção de um modelo de convencimento enganoso, em defesa das questões ambientais, sem qualquer preocupação com as crises sociais e ambientais existentes que, evidentemente, não são apresentadas ao consumidor. Ao final o consumidor é induzido a crer que o produto, mercadoria ou serviço adquirido está voltado para a proteção ambiental e, essa lógica, ajuda a incrementar os lucros ou gera benefícios, sem que haja a discussão política das questões ambientais. Neste particular verifica-se que a ação de empresas e governos não está a promover ações concretas de mudança, mas modelos políticos de adaptação e lançamento de produtos e serviços com apelos de ecoeficiência, fundada em promessas publicitárias, para convencer o cidadão comum do pseudo compromisso com as questões ambientais. Assim, as chamadas “propagandas verdes” se apresentam como fator determinante de estratégia de marketing que muitas organizações utilizam para demonstrar seu compromisso e suas ações pela natureza (SOUZA, 2017, p. 151).

Conforme explana Érico Luciano Pagotto (2013), existem quatro principais formas em que o greenwashing pode ser reconhecido: A utilização de imagens sedutoras, associando o nome da empresa com imagens naturais e ecológicas; o desvio de atenção para projetos paralelos, como a apresentação de uma série de investimentos em projetos sociais e ambientais; a retirada do foco das atividades danosas e a apropriação da linguagem ecológica.

Ainda, o referido autor chama atenção ao afirmar que

[...] é fácil observar que a publicidade vem se utilizando cada vez mais de apelos ambientais e ecológicos para a promoção de empresas, seus produtos e serviços. Isso inclui não apenas os segmentos industriais, mas praticamente todos os setores econômicos, como por exemplo, concessionárias de serviços públicos, como energia, saneamento, transportes, entre outros, estabelecimentos varejistas, prestadores de serviços, e até mesmo empresas e órgãos públicos nas três esferas de governo (PAGOTTO, 2013, p. 140).

Nesse contexto, é notório que o greenwashing, em meio à diversos episódios, se afigura enquanto estratégia publicitária. Possui a finalidade de induzir o consumidor a adquirir determinados bens ou serviços, configurando-se como publicidade enganosa. Uma vez que, o princípio da informação é claramente violado, ou seja, a “oferta de produtos ou serviços inexistentes, mediante informações falsas ou omissão de informações relevantes sobre os mesmos” (ERENBERG, 2003, p. 52). Desse modo, produtos e serviços com rótulo de sustentáveis não podem ser limitados apenas à aspectos de uma

sustentabilidade superficial, rasa, simplista., fundamentada pelo discurso ecológico raso, em defesa da natureza.

Nessa esteira, o pensamento ecológico observa todas as dimensões da sustentabilidade, não apenas na simples ideia de utilizar os recursos renováveis sem a promoção de uma consciência política, sem investimentos robustos para uma educação libertadora e para todos, ou abordar políticas sobre o descarte de resíduos sem atentar-se às condições de trabalhos dos recicladores.

A política verde é um tipo de celebração. Reconhecemos que cada um de nós faz parte dos problemas do mundo, e que também fazemos parte da solução. Os perigos e as perspectivas de cura não estão apenas no meio que nos cerca. Começamos a atuar exatamente onde estamos. Não há necessidade de esperar até que as condições se tornem ideais. Podemos simplificar nossas vidas e viver em harmonia com valores humanos e ecológicos. Haverá melhores condições de vida porque nos permitimos começar... Portanto, pode-se dizer que o principal objetivo da política verde é uma revolução interior, “o verdejar do ser” (CASTELLS, 2006, p. 141).

Em 2019, a marca Ellus abriu a temporada do São Paulo Fashion Week com um "desfile ativista" em parceria com a ONG Route. Ao final do desfile modelos entraram com placas e cartazes com dizeres como “A Ellus está mudando com o mundo” ou “#domore” (Faça Mais, em português), alguns modelos também desfilaram com máscaras pretas cobrindo o rosto fazendo alusão à poluição de CO2 que respiramos diariamente. Contudo o desfile ativista trazia peças de couro e materiais sintéticos, tornando claro que o ativismo está nas marcas da moda e corre risco de virar tendência. Além de ser o quinto mercado mais poluente e o responsável por 5% do CO2 no mundo, a frente até mesmo da indústria da aviação e navegação juntas, as marcas ainda não entenderam é que sustentabilidade é uma necessidade e deve ser levada a sério – e a fundo (COLERATO, 2019).

Frente essa realidade, percebe-se que o principal desafio para o cumprimento da função social das marcas em observância ao aspecto socioambiental, está na compreensão das múltiplas dimensões da sustentabilidade e até mesmo do termo sustentabilidade socioambiental, em sua essência. Uma vez que, para que o aspecto socioambiental seja, de fato, efetivado, deve atentar-se também para os aspectos filantropos e sociais das

marcas, as condições de seus trabalhadores¹⁴ nas empresas, envolvendo infraestrutura e equipamentos de segurança, anúncios publicitários verídicos e informativos, sob risco de praticar o greenwashing.

CONCLUSÃO

O crescimento econômico internacional demonstra que a propriedade intelectual efetivamente representa instrumento capaz de garantir estímulo à criatividade social e estímulo ao desenvolvimento econômico. Nesse sentido, as marcas devem atender ao cumprimento da função social em razão do aspecto socioambiental, visando atender os interesses da coletividade com a finalidade de estabelecer justiça social e desenvolvimento com sustentabilidade, norteados pelo princípio da solidariedade.

Por ser multidimensional, o desenvolvimento sustentável engloba o equilíbrio de diferentes dimensões, sendo elas a social, a ambiental, a econômica e a política. É essencial promover a introdução da sustentabilidade socioambiental não apenas aos consumidores, mas também no setor empresarial, em específico, das marcas, com o fim de que o desenvolvimento sustentável ou preceitos da sustentabilidade sejam observados além da esfera propriamente ambiental, abrangendo outros planos.

Ocasionar impactos negativos ao meio ambiente, não promover transparência acerca da cadeia de produção, explorar os trabalhadores, são condutas que vão contra os preceitos da sustentabilidade, correndo risco de praticar o greenwashing. Portanto, é importante que o consumidor se atente para os diversos aspectos que englobam a sustentabilidade, principalmente quando se trata de anúncios publicitários que se dizem sustentáveis ou preocupados com o meio ambiente.

Uma marca não é sustentável apenas por promover uma linha de produtos com materiais reciclados, retirar o lixo e rejeitos do meio ambiente ou promover

¹⁴ Além dos severos impactos ambientais, as indústrias enfrentam críticas situações e problemas sociais relacionados a condições dos seus trabalhadores. Essa questão ficou evidente com o desastre do desabamento do edifício Rana Plaza em Bangladesh, em 24 de abril de 2013, causou mais de mil mortes de trabalhadores da indústria de confecção e deixou mais de 2.500 feridos, os quais trabalhavam para marcas globais, em condições análogas à escravidão (COLERATO, 2019).

desfiles com finalidade de plantio de árvores. Embora sejam condutas que minimizem os impactos negativos ao meio ambiente, oriundos da atividade econômica, é indispensável que se investigue sobre as condições dos trabalhadores, a cadeia de produção, quais os interesses políticos da empresa, entre outros fatores, englobando também a filantropia.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Denis Borges. **A função social dos direitos de propriedade industrial**. Disponível em: http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/palestras/funcao_social_direitos_pi.pdf. Acesso em: 04 jan. 2020.

BASSO, Maristela. **Os Fundamentos Atuais do Direito Internacional da Propriedade Intelectual**. 2003. Disponível em: <https://docplayer.com.br/9979321-Os-fundamentos-atuais-do-direito-internacional-da-propriedade-intelectual-maristela-basso.html> Acesso em 14 mar. 2020.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BORGES, Roxana Cardoso Brasileiro. **Função ambiental da propriedade rural**. São Paulo: LTr, 1999.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito: manifesto pela grande virada**. 1ª ed. São Paulo: Paralela, 2016.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. Tradução: Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Editora Paz e Terra S/A. 2006.

CORREA, Carlos. M. **Normativa nacional, regional e internacional sobre propiedad intelectual y su aplicación em los INIAS del Cono Sur**. Programa Cooperativo para el desarrollo tecnológico agropecuario del Cono Sur – PROCISUR. Uruguay, 1999

CUNHA, Mariana. A propriedade socioambiental como "instrumento" de sustentabilidade e garantia ao futuro: uma análise do direito de propriedade e do dever de solidariedade entre gerações. In.: **Revistas dos Tribunais**, RT. 2016 Disponível http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/bibli_boletim/bibli_bol_2006/RTrib_n.964.15.PDF Acesso em 16 mar. 2020

ERENBERG, Jean Jacques. **Publicidade patológica na Internet à luz da Legislação Brasileira**. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2003.

FALCÃO, Fernando Antônio Jambo Muniz. A função social da propriedade industrial. **Revista Jus Navigandi**. Teresina, ano 19, n. 3875, 2014. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/26659>. Acesso em 19 mar. 2020

FARIAS, Cristiano Chaves de. ROSENVALD, Nelson. **Direito Civil. Direitos Reais**. Rio de Janeiro: Lúmen Juris, 2006.

FELTRE, Cristiane. **A diversidade de mecanismos de governança na multiplicação de sementes de milho híbrido e soja no Brasil**. Dissertação de mestrado em Ciências Exatas e da Terra – Universidade Federal de São Carlos – UFCAR. São Carlos, 2005. Disponível em <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/3759>. Acesso em 16 mar. 2020

FERREIRA, Natália Bonora Vidrih; OLIVEIRA, Paulo Sérgio. Fundamentos da Propriedade Intelectual. In.: **Âmbito Jurídico**. 2020. Disponível em <https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-105/fundamentos-da-propriedade-intelectual/> Acesso em 18 mar. 2020

FIGUEIREDO, Luciano Lima. **A função social das patentes de medicamentos**. UFB: Salvador, 2008. Disponível em: <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/12373> Acesso em 14 mar. 2020.

FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: Direito ao futuro**. 3ed. Belo Horizonte: Fórum, 2016.

HADAIK, Karina. **Greenwashing: Picaretagem ecológica**. Notícias Agrícolas. 2011. Disponível em: https://www.noticiasagricolas.com.br/artigos/artigos-geral/87479-greenwashingpicaretagem-ecologica.html#.XQ_z2uhKjDc Acesso em 14 jan de 2020.

LANDES, William M.; POSNER, Richard A. **Estrutura econômica do Direito de Propriedade Intelectual** (The Economic Structure of Intellectual Property Law). EUA: Harvard University, 2003.

LEFF, Enrique. **Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. Tradução: Lúcia Mathilde Endlich Orth. Petrópolis: Vozes, 2001

MAIA, Livia Barboza. **A proteção do direito da moda pela propriedade intelectual**. Disponível em

<http://www.nbb.com.br/pub/A907%20Livia%20Barboza%20Maia.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2020.

PAGOTTO, Erico Luciano. **Greenwashing: os conflitos éticos da propaganda ambiental**. Dissertação (Mestrado em Mudança Social e Participação Política) - Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100134/tde-22072013-141652/pt-br.php> Acesso em 26 mar. 2020

PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade Ambiental, Consumo e Cidadania**. São Paulo: Cortez, 2010.

PRONER, Carol. **Propriedade Intelectual: Para uma outra ordem jurídica possível**. En publicação: Propriedade Intelectual: Para uma outra ordem jurídica possível. Cortez Editora, São Paulo: Brasil.2007.

. **Propriedade Intelectual e Direitos Humanos: Sistema Internacional de Patentes e Direito ao Desenvolvimento**. Porto Alegre: Sérgio Antonio Fabris. 2007.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro, Brasil: Garamond, 2008.

SARMENTO, Daniel. **A Ponderação de Interesses na Constituição Federal**. Rio de Janeiro: Lúmen Júris, 2003.

SCUDELER. Marcelo A. **A Propriedade Industrial e a Necessidade de Proteção da criação humana**. 2007. Disponível em <http://livrozilla.com/doc/1179841/marcelo-augusto-scudeler>. Acesso em 13 mar. 2020

SOUZA, José Fernando Vidal de. Uma abordagem crítica sobre o Greenwashing na atualidade. **Revista de direito Ambiental e Socioambientalismo**. V. 3, N. 2, 2017. Disponível em <https://indexlaw.org/index.php/Socioambientalismo/article/view/3765/pdf> Acesso em 02 de mar de 2020.

TEODORO, Karen. **O papel social das marcas**. Disponível em: <https://www.ideiademarketing.com.br/2015/11/09/o-papel-social-das-marcas/> Acesso em 20 mar. 2020