

# Moda, sostenibilidad y nuevas tecnologías: la protección por el derecho brasileño

Fernanda Pansini <sup>(1)</sup> y Thaielly  
da Silva José <sup>(2)</sup>

---

**Resumen:** Este artículo tiene como objetivo demostrar cómo se protegen las marcas de moda sustentables en Brasil, sin embargo, la protección será analizada desde la perspectiva de la innovación tecnológica y especialmente en relación con la agenda de la ONU 2030, en la que la moda está directamente relacionada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Así, analizaremos el perfil del mercado de la moda brasileña, sus objetivos y programas de responsabilidad con el desarrollo sostenible a través del uso de innovaciones relacionadas con la moda sostenible, analizando cómo pueden protegerse bajo la propiedad intelectual.

**Palabras clave:** innovación - tecnología - moda y sostenibilidad.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 70]

---

<sup>(1)</sup> Abogada. Pós Graduada en Derecho Empresarial, Universidade Cândido Mendes; Especialista en Fashion Business, FGV RJ; Especialista en Propiedad Intelectual y Gestión de la Propiedad Intelectual, WIPO. Miembro de la Escuela Latino Americana de la Propiedad Intelectual - ELAPI. [fepansini@gmail.com](mailto:fepansini@gmail.com)

<sup>(2)</sup> Abogada; Pós Graduada en Derecho Civil (ESMAFE, 2019); Especialista en Fashion Law (UNICESUMAR, 2021). Directora de Operaciones Brasil de la Escuela Latino Americana de la Propiedad Intelectual - ELAPI. [thaiellyjose.adv@gmail.com](mailto:thaiellyjose.adv@gmail.com)

## 1. Introducción

Moda, sostenibilidad, tecnología e innovación son conceptos que cada vez van más de la mano, debido a que se están desarrollando productos, marcas o procesos que agrupan estos elementos y que por sus características innovadoras requieren de protección, y para esto se hace uso de la propiedad intelectual.

Comenzando por la moda, esta forma parte de la vida de la mayoría de los seres humanos. Algunos se interesan más, buscan tendencias, consumen moda y la viven con más

intensidad. Otros simplemente consumen por necesidad. Con el paso de los años, los más interesados se convirtieron en mayoría, haciendo que los números de esta industria crezcan día a día.

Al mismo ritmo que el crecimiento de las cifras de valoración monetaria de la industria de la moda, se incrementó el considerable daño al medio ambiente. La moda se ha convertido en una de las industrias más contaminantes del planeta.

La creación de movimientos a favor de una moda más ética y sostenible propicia una mirada a la cadena productiva de la moda, con preguntas que buscan saber ¿quién está detrás de la ropa que usamos? o ¿de qué están hechas nuestras prendas? Esto ha fomentado cada vez más la búsqueda de una moda más consciente que valora la materia prima y respeta a las personas junto con el proceso creativo, dándole valor a los elementos relacionados con el posconsumo. Con esto, la valoración de las marcas sostenibles se convierte en una realidad y las marcas que no siguieron esta práctica, que ya no es una “tendencia”, comienzan a adoptar prácticas que siguen y respetan el concepto de sostenibilidad dentro de sus empresas.

La sustentabilidad comprende, además del punto de vista social (donde se pueda hablar de derechos humanos), la protección animal, prácticas de comercio justo, condiciones laborales dignas y buenas prácticas ambientales.

Las buenas prácticas relacionadas al medio ambiente buscan reducir los impactos ocasionados por la industria de la moda, con la intención de reducir principalmente la emisión de contaminantes provenientes de esta industria. Para ello, las empresas buscan introducir procesos y materiales innovadores para la creación de sus productos, comenzando por la producción con tejidos biodegradables, como fibra de banano, tejido de algas, algodón orgánico, lino y seda, que requieren menores cantidades de químicos y consumo de agua durante su producción.

Para conseguir desarrollar estas prácticas las empresas generan innovaciones tecnológicas, en las cuales se incluyen nuevos procedimientos, técnicas de producción, desarrollo de tejidos y productos. Es en este punto donde la propiedad intelectual se convierte en la forma de proteger estas innovaciones desarrolladas por las marcas.

En el transcurso de este estudio, también presentaremos el mercado de la moda brasileña y sus sectores, que buscan desarrollarse y cumplir con los objetivos de desarrollo sostenible de la agenda 2030 de las Naciones Unidas.

Por último, demostraremos cómo las empresas de moda sostenible pueden y deben proteger sus marcas e innovaciones, impulsando su crecimiento, valorando sus productos a través de la protección que puede dar la Propiedad Intelectual, por el registro de sus marcas, diseño industrial o de una patente de invención o modelo de utilidad.

## **2. La industria de la moda brasileña y el compromiso con el desarrollo sostenible**

En este apartado, se presentará el mercado de la moda brasileña con el fin de contextualizar el tamaño de esta industria y la necesidad de adoptar prácticas sostenibles para su

crecimiento de forma responsable con el medio ambiente y la sociedad, con el objetivo de cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU - Agenda 2030.

Es importante señalar que la industria de la Moda incluye, entre otras, la industria textil, del calzado, joyería y belleza. En este sentido, presentaremos algunos datos de estos sectores recogidos a través de las memorias anuales que presenta cada entidad.

En lo que respecta a la industria textil, según datos de la Asociación Brasileña de la Industria Textil (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção, 2021), actualizados en agosto de 2021, Brasil es la mayor cadena textil completa de occidente, lo que significa que tenemos, producción de fibras, plantaciones de algodón, desfiles de moda, pasando por hilado, tejido, procesamiento, confección y comercio al público.

La industria de la moda brasileña es el segundo mayor empleador de la industria manufacturera, solo superada por alimentos y bebidas (en conjunto), representa 11,0% de los puestos de trabajo y 6,6% de la facturación en la Industria Manufacturera.

Para acercar la producción a la sostenibilidad, ABIT trabaja con una agenda que involucra tecnología, sostenibilidad e innovación que converge con la Agenda Global de la Moda (GFA) y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. Según Fernando Pimentel (Pimentel, 2021), presidente de ABIT, “las empresas deben ser económica y financieramente sostenibles para que puedan ser ambientalmente viables en lo que proyectan y contribuyen a la sociedad”.

Entre los 17 ODS, el sector textil tiene una especial prioridad en relación con el ODS número 8, que aborda el trabajo decente y el crecimiento económico, el ODS 9 - Industria, Innovación e Infraestructuras, el ODS 12 - Consumo y producción responsables y el ODS 17 - Alianzas y medios de implementación y para alcanzar las metas al 2030 el sector busca promover la innovación tecnológica, según estudio presentado por la Confederación Nacional de la Industria (Confederação Nacional da Indústria, 2017) .

En relación con el sector del calzado, según el Informe Anual de Actividades de la Asociación Brasileña de las Industrias del Calzados (ABICALÇADOS, 2021), el sector del calzado tiene gran relevancia económica y social para Brasil, y genera más de 247 (doscientos cuarenta y siete) mil puestos de trabajo directos, ubicándose como el 4to productor de calzado más grande del mundo.

El sector del calzado brasileño tiene un valor de producción estimado, según proyecciones de ABICALÇADOS, de R\$ 22,4 (veintidós coma cuatro) mil millones de reales y se destaca por la gran cantidad de pares de calzado exportados que alcanzan los 93 (noventa y tres) millones pares exportados a más de 170 (ciento setenta) países del mundo, siendo los principales destinos Estados Unidos, Argentina y Francia.

Una de las medidas adoptadas por el sector en relación a la agenda sustentable fue la creación del programa Origen Sustentable (ABICALÇADOS, 2021), creado para certificar industrias de la cadena del calzado que adoptan procesos productivos sustentables. Los indicadores del programa se basan en referentes internacionales como los 17 objetivos de desarrollo sostenible de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), lo que le da alcance en el mercado exterior.

En cuanto al sector de la belleza, que engloba la industria de la higiene personal, la perfumería y la cosmética, según datos del sector, Brasil tiene una producción local predo-

minante y es el 4º mayor mercado consumidor del mundo y el 2º mayor mercado de fragancias, productos masculinos y desodorantes.

En relación a este sector, la sostenibilidad ya es una de las tres mayores preocupaciones para el 32% de los brasileños a la hora de comprar, según datos de Infobase (Infobase, 2021), productos sin experimentación con animales tuvo un aumento del 61% en las ventas y los productos con ingredientes naturales tuvieron un aumento de más del 124% en las ventas, lo que demuestra el cambio en los hábitos de consumo y, en consecuencia, un cambio en las marcas de belleza para acompañar este movimiento de consumo.

Finalmente, en lo que respecta al sector de la joyería, Brasil se encuentra entre los 15 mayores productores de joyería, con un total de 22 toneladas de piezas creadas y vendidas, según datos del Instituto Brasileño de Gemas y Metales Preciosos (IBGM).

Según Otávio Lyra (Lyra, 2021),

El sector se destaca en sus procesos de producción, con diseño y creatividad, así como en la calidad de sus productos, lo que permite a Brasil competir en igualdad de condiciones con naciones de larga tradición en el sector de la joyería, como Italia, Tailandia e India (traducción propia).

La búsqueda en este sector de una cadena más ética y sostenible se ve desafiada por cuestiones relacionadas con la minería, muchas veces ilegal e ilegal. Por esto las marcas del segmento buscan innovar en materiales sostenibles, como el desarrollo de diamantes sintéticos, así como el diseño de joyas sostenibles, a través del uso de residuos sólidos.

Dado el contexto presentado, podemos ver el tamaño de la industria de la moda brasileña y los consiguientes impactos que los números de esta industria causan al medio ambiente, necesarios para implementar prácticas sostenibles que a menudo se proponen con la implementación de prácticas innovadoras y tecnológicas para cumplir estos objetivos.

En consecuencia, todo diseño, proceso, innovación que las marcas han ido adoptando para ingresar al mercado de la moda sustentable puede y debe ser protegido por propiedad intelectual, asegurando su justa explotación económica, agregando valor y exclusividad a sus productos y procesos.

En ese sentido, haremos la conexión entre sustentabilidad y tecnología en el siguiente numeral, yendo tras las formas de protección por la ley brasileña de los bienes derivados de la propiedad intelectual, que pueden ser protegidos por derechos de autor o propiedad industrial, a través de marcas, diseños industriales y patentes.

### **3. Conexión: sostenibilidad y tecnología en la moda brasileña**

Sin duda, la tecnología y la sustentabilidad son grandes aliados, en Brasil y en el mundo caminan cada vez más juntos para preservar el medio ambiente. Actualmente, la mayoría de las industrias y marcas brasileñas se encuentran en lo que llamamos “conciencia exponencial” hacia políticas de negocios sostenibles para garantizar limpiamente su res-

ponsabilidad social. Hoy en día, ser una marca sostenible ya no es una novedad, es algo necesario, demandado y acompañado por la sociedad.

Como vimos en el numeral anterior, la industria de la moda es amplia, dentro de ella existen varios sectores. El sector de los textiles siempre ha sido considerado uno de los principales villanos en lo que respecta al medio ambiente. Esto sucede principalmente por los procesos productivos de alta escala que se dan en el mundo. Además dentro de la producción de tejidos se llevan a cabo procesos de tintura que son contaminantes. De acuerdo con lo anterior la industria textil se ha convertido en una de las principales responsables de la emisión de dióxido de carbono a la atmósfera, la producción de residuos y el consumo de agua (Kreutzfeld, 2020).

Si bien el teñido de los tejidos es un proceso contaminante, también puede realizarse a través de procesos regulados, con un tratamiento eficiente de los residuos y otras acciones eficientes para el control de calidad que valora la optimización de los recursos utilizados en todas las etapas de fabricación del producto.

La marca brasileña AMARO, que fue fundada en 2012 y tiene su sede en São Paulo y opera en la estrategia omnicanal, es uno de los grandes ejemplos de una marca nacional que logró la hazaña de ser una empresa 100% carbono negativo, compensando el doble de carbono emitido a lo largo de la cadena productiva. Esto gracias al desarrollo de una línea de ropa sustentable, que está hecha a partir de un proceso innovador que reutiliza sobras y retazos de telas desechadas por las industrias textiles. Durante el proceso también entran residuos de botellas PET recicladas, que se transforman en piezas 100% sostenibles. Todos estos detalles se dan a conocer al público en lo que la marca llama un informe verde, a disposición de los consumidores de forma clara, objetiva y dinámica.

Otra marca brasileña que se destaca en términos de sustentabilidad y tecnología es la marca Vegana Urban Flowers, fundada en Campo Bom, en la región metropolitana de Porto Alegre. Además de la materia prima de las piezas, la marca de calzado prioriza las prácticas sostenibles y el residuo cero. Desde la elección del material de las papeleras del baño, hasta la posición solar estratégica para ahorrar recursos. La empresa abraza causas como el veganismo, el feminismo, la sustentabilidad y el slow fashion, además de priorizar la transparencia también con los proveedores de componentes, siendo parte importante de la estrategia (Bueno, 2021).

De los grandes valores de las marcas nacionales, prevalece la confianza del consumidor, y esta confianza también se debe a la protección intelectual y las políticas sostenibles. Cada vez se presiona más a las marcas para que asuman roles más conscientes en la sociedad. Sostenibilidad en la industria de la moda, protección legal que ya no es novedad, y se convierte en un tema aún más discutido y demandado por los consumidores.

En el siguiente apartado, se analizará la propiedad intelectual en Brasil y cómo las empresas y los emprendedores que desarrollan productos de moda sostenible pueden, a través de la protección de sus activos de propiedad intelectual, proteger sus creaciones, marcas e innovaciones en el mercado brasileño, así como esta protección puede ser una ventaja competitiva e impulsar el desarrollo sostenible.

#### 4. Propiedad Intelectual en Brasil

El campo de las creaciones intelectuales es bastante amplio, y en Brasil se muestra en constante evolución, por lo que este artículo pretende contribuir a que otros profesionales o interesados en el tema de la Propiedad Intelectual comprendan cómo funciona la materia en Brasil.

Entendemos tres tipos de protección intelectual: protección industrial, con base en la Ley nº 9.279 de 14 de mayo de 1996, que regula la Propiedad Industrial en Brasil, – LDA, en vigor desde 1998. Su función principal es que toda reproducción, distribución y alteración de una obra intelectual debe ser previamente aprobada por el creador. Por otra parte existe la categoría más reciente denominada Protección Sui Generis, es decir, una Protección Híbrida, una especie de figuras jurídicas intermedias entre la propiedad industrial y el Derecho de Autor, y que cuentan con su propia legislación.

Cada país tiene su propio sistema de protección de la propiedad intelectual, todos coordinados por la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual). Y en Brasil, la agencia federal responsable de la Propiedad Industrial es el INPI (Instituto Nacional de la Propiedad Industrial) creado en 1970, y está vinculado al Ministerio de Economía, responsable de la mejora, difusión y gestión del sistema brasileño de concesión y garantía de derechos de autor propiedad intelectual para la industria. Su misión es estimular la innovación y la competitividad al servicio del desarrollo tecnológico y económico de Brasil, a través de la protección eficaz de la propiedad industrial.

En Brasil, en los últimos dos años, incluso con la pandemia de COVID-19, hemos tenido un aumento significativo en el número de pequeñas empresas. Las pequeñas empresas tuvieron un aumento del 75 % en las solicitudes de registros de marcas privadas en la primera mitad de 2021. Durante este período, hubo 82 000 solicitudes de este tipo; el año pasado, hubo 126.000. Esto demuestra un cambio en la mentalidad de los empresarios brasileños y del mercado en general, siendo un fuerte indicio de que las empresas buscan agregar valor a sus productos e invertir en el desarrollo de un diferencial en el mercado.

El término propiedad intelectual se refiere a las patentes, invenciones, marcas, indicaciones geográficas, protección contra la competencia desleal y todos los demás derechos inherentes a la actividad intelectual en los campos industrial, científico, literario y artístico. Es una garantía al autor/creador del derecho, por un tiempo determinado, a explotar económicamente su creación y determina los derechos y deberes legales en relación con la explotación de las propiedades industriales. Sin duda, en Brasil y en el mundo, la propiedad intelectual es un factor determinante para el desarrollo económico y social sostenible de una nación. Para aumentar su competitividad, un país necesita crear un ambiente de negocios para asegurar a las empresas que la inversión está protegida y estimular la creación y el desarrollo de capacidades tecnológicas e inventivas.

Desde febrero de 2019, Claudia Vilar Furtado es Presidente del Instituto Nacional de Propiedad Industrial - INPI en Brasil (INPI, 2019). Además del INPI, en Brasil existen otras instituciones que protegen la protección intelectual, entre ellas la Biblioteca Nacional, donde se registran las obras literarias, y la ENBA (Escuela Nacional de Bellas Artes) donde se protegen las obras artísticas.

#### 4.1. Protección de marcas de moda y legislación brasileña

Citando a Flávia Mansur Murad (MURAD, 2019), “la moda no existe sin una marca” (traducción propia).

De acuerdo con la legislación brasileña, todos los signos distintivos visualmente perceptibles que no estén comprendidos en las prohibiciones legales, en la forma prevista en el art. 122 de la Ley N° 9279/96 (LEI N° 9.279, 1996).

La marca está directamente relacionada con la moda. Los consumidores reconocen los productos y servicios en el mercado de consumo a través de las marcas, por lo que la protección de las marcas con el registro efectivo ante el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial es fundamental, solo con el registro es que la persona natural o jurídica podrá impedir que terceros utilizar su marca sin autorización.

Para efectos del registro ante el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI), las marcas se clasifican por la forma de presentación. Se dividen en nominativas, figurativas, mixtas y tridimensionales. Cabe señalar que en Brasil no se pueden registrar marcas no tradicionales, es decir, marcas olfativas, sonoras, gustativas y táctiles.

Recientemente, el INPI, a través de la Ordenanza N° 37/2021 (PORTARIA N° 37, 2021), pasó a ser registrable como marca, las marcas de posición, entendidas como el conjunto distintivo capaz de identificar productos o servicios y distinguirlos de otros idénticos o similares.

Este cambio representó un avance en materia de protección marcaria, especialmente para las marcas de moda, las cuales hacen un uso recurrente de las marcas de posición para distinguir sus productos y servicios.

Las marcas son consideradas activos intangibles, agregan valor a los productos y servicios y los diferencian en el mercado, transmiten mayor confianza y credibilidad al consumidor, especialmente cuando hablamos de marcas sustentables, que tienen una gran inversión en la generación de valor agregado.

El proceso de registro de marca en Brasil toma un promedio de 9 meses, en los casos en que no hay oposiciones o apelaciones. Las marcas registradas están protegidas por 10 años y pueden renovarse infinitamente por el mismo período.

#### 4.2. La protección que concede el diseño industrial

El registro de Diseño Industrial protege los aspectos ornamentales de un objeto susceptible de reproducción industrial, tanto su forma tridimensional como los aspectos bidimensionales, como los estampados y patrones aplicados (INPI, 2019).

Una vez otorgado, el registro del diseño industrial tiene validez en el territorio nacional y otorga a su titular el derecho, durante el período de vigencia, de excluir a terceros de la fabricación, comercialización, importación, uso o venta del material protegido sin su previa autorización.

El plazo de vigencia es de diez años contados a partir de la fecha de presentación, renovable por tres períodos sucesivos de cinco años.

En lo que respecta a la industria de la moda, es uno de los registros más importantes y utilizados, ya que a través de él es posible proteger aspectos ornamentales de artículos de moda, como la forma de un zapato, un bolso, el diseño de una joya y las huellas dactilares. En cuanto a los estampados, Clarice Fernandes (Fernandes, 2021) destaca que “los estampados textiles en el universo de la moda juegan un papel que va más allá de lo estético y ornamental. Transmite el concepto e identidad de una marca, además de aportar personalidad y exclusividad a los productos” (traducción propia).

Cabe señalar que, en lo que respecta a las impresiones, también pueden estar protegidas por derechos de autor (LEI N° 9.610, 1998) . En este caso, el registro es opcional, pero muy recomendable. En el caso de la creación artística, la inscripción en Brasil se puede realizar en la Escola de Belas Arte do Rio de Janeiro.

#### **4.3. Proteger las innovaciones mediante patentes**

La protección que otorgan las patentes es de suma importancia para las marcas de moda sustentable, ya que desarrollan sus procesos y productos con los requisitos de novedad, con actividad inventiva y aplicación industrial.

Según el arte. 8 de la Ley 9.276/1996 (LEI N° 9.279, 1996), es patentable la invención (PI) que cumple los requisitos de novedad, actividad inventiva y aplicación industrial. Aún así, el arte. 9 de la citada ley dispone que el objeto de uso práctico, o parte del mismo, susceptible de aplicación industrial, que presente una nueva forma o disposición, implique un acto inventivo, que resulte en una mejora funcional en su uso o en su fabricación.

En Brasil, el organismo facultado para otorgar una patente es el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INPI).

Es importante mencionar que la protección otorgada es territorial y válida, en el caso de una patente de invención (PI) es de 20 años y para una patente de modelo de utilidad (MU) es de 15 años, ambos contados a partir de la fecha de presentación.

Asimismo, entre los derechos conferidos está el de impedir que terceros, sin su consentimiento, produzcan, utilicen, ofrezcan en venta, vendan o importen para estos fines un producto objeto de una patente y un proceso o producto obtenido directamente por un proceso patentado.

Además de los derechos que la ley otorga al titular, el patentamiento de invenciones da acceso al titular a nuevos mercados, a través de la concesión de licencias de patentes (o incluso solicitudes de patentes), en cuyo caso la patente debe ser protegida en el mercado extranjero donde se desarrollará.

Un ejemplo de la aplicación del uso de una patente (BRASIL Patente N° BR 10 2013 032157 5 B1, 2013) como forma de protección de la moda sostenible, otorgado a la Universidad Federal de Londrina, que se refiere al procesamiento de residuos textiles de la industria de la confección compuestos por Poliamida, Elastano y Glicerina para obtener un producto sólido rígido, diferenciado de esta transformación.

De acuerdo con el resumen de la solicitud de patente, que fue otorgada por el INPI en 2020, el proceso desarrollado permitió la creación de una nueva materia prima a partir de residuos textiles de origen sintético, para aplicación en construcción civil, arquitectura,

diseño de interiores, diseño de productos (muebles, lámparas, útiles de oficina, mesa, cocina, productos de moda) entre otros.

Este es solo un ejemplo del uso de la protección de patentes en el caso de nuevos procesos desarrollados para construir una moda más sostenible y legalmente protegida.

## 5. La tecnología blockchain como forma de garantizar la transparencia en las relaciones con el consumidor

La sociedad actual, especialmente la generación Z, que nace entre 1995 y 2010, está cada vez más preocupada por el consumo consciente y por pautas sobre sostenibilidad. Y para acompañar marcas que sean realmente sustentables, es necesario tener transparencia en esta relación: marcas y consumidores.

Aunque en Brasil, la transparencia está prevista en la ley desde 1990 por el Código de Protección al Consumidor:

Según el artículo 6º del Código de Protección al Consumidor brasileño (Código de Defensa del Consumidor, 1990), uno de los derechos básicos del consumidor es *“información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con correcta especificación de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que presentan” (inciso III), siendo la libertad de elección un derecho garantizado al consumidor (punto II). Y, según el art. 31 del mismo código, “la oferta y presentación de productos o servicios debe garantizar información correcta, clara, precisa, ostensiva en portugués sobre sus características, calidades, cantidad, composición, precio, garantía, fechas de vencimiento y origen, entre otros datos, así como los riesgos que suponen para la salud y seguridad de los consumidores” (traducción propia).*

Cabe mencionar que esta “transparencia” en el origen y consecuentemente en la calidad de los productos, nunca había sido tan exigida y monitoreada como en los últimos tiempos. El libre albedrío de los consumidores sólo se da de verdad si su elección está debidamente ligada a información correcta, accesible y satisfactoria sobre los productos y servicios que los proveedores colocan en el mercado de consumo.

La traducción de la expresión “Blockchain” puede entenderse como una “secuencia de bloques”. Esta comprensión está directamente relacionada con su funcionamiento, ya que es una tecnología que básicamente almacena información de forma sucesiva y permanente en una secuencia (cadena) de pequeños “bloques” encriptados, trayendo así ventajas en el campo legal, en términos de pruebas y garantías inmutables.

Por eso, la tecnología blockchain llega para asegurar aún más esa transparencia y trazabilidad de las transacciones que involucran toda la cadena productiva, desde la concepción hasta la venta de una pieza al consumidor final, es decir, es una tecnología con acceso a la más diversa información, tal como valores, insumos, proveedores, bienes, servicios. En la práctica, todo quedará registrado y almacenado en los bloques. Así, será posible tener un registro y control permanente y seguro de dónde proviene la información y hacia dónde va, garantizando la propiedad intelectual de los datos.

En Brasil, aunque el país todavía tiene poco incentivo para tecnologías más innovadoras, invierte poco en I+D (investigación y desarrollo), y por ser un tema relativamente nuevo

y sin regulación en el ámbito legal, existe un gran temor de que la evidencia producida a partir de Blockchain no sea aceptada en los Tribunales y otros organismos públicos y/o privados. Sin embargo, a pesar de este escenario aún conservador, algunas empresas brasileñas ya adoptaron la tecnología, como es el caso de la mayor marca minorista de moda de Brasil, Renner SA, que está monitoreando la producción textil con los proveedores junto con el cumplimiento de las normas laborales vigentes.

La conclusión es que la tecnología Blockchain puede ser utilizada en la certificación de documentos e información, y en la producción de pruebas, siendo una tecnología sumamente importante en la lucha contra el fraude, además de ofrecer la posibilidad de monitorear toda la cadena productiva de una industria textil. Por ejemplo, es un aliado muy importante en la lucha contra la piratería. Adicionalmente en el tema de la protección de la propiedad intelectual, podemos utilizarla para acreditar creaciones de obras con derecho de autor, que si bien no es obligatorio el registro, se sabe que la acreditación de la autoría es indispensable para efectos de comercialización de la obra y reconocimiento por la creación.

Se advierte que Blockchain sigue siendo una apuesta tecnológica de futuro, y requerirá un avance conjunto del Gobierno, investigadores, especialistas y operadores de justicia para enfrentar los vacíos que retrasan el crecimiento de la tecnología en el país.

Brasil es un país con un importante crecimiento tecnológico y necesita de este esfuerzo conjunto para impulsar la tecnología Blockchain en su territorio, en Derecho y dentro del área de Propiedad Intelectual.

## 6. Conclusiones

La necesidad de una moda sostenible es una realidad. La moda está presente en el día a día de prácticamente todos los seres humanos, genera empleo e ingresos y su crecimiento insostenible puede tener altas consecuencias negativas en el futuro.

En este sentido, se puede apreciar que en Brasil todos los sectores relacionados con las industrias de la moda, textil, calzado, higiene, belleza y el sector de la joyería están comprometidos en el desarrollo de procesos y productos más sustentables, buscando en ese sentido cumplir con los objetivos de la agenda de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas 2030.

Además, hubo una creciente demanda de los consumidores por marcas más sostenibles y además del crecimiento en el número de empresas enfocadas en la sostenibilidad, las empresas existentes han adoptado medidas para ser más sostenibles en sus procesos y productos.

Junto con esta búsqueda de la sostenibilidad vienen los procesos innovadores y tecnológicos, que pueden ser protegidos, como las marcas, por la propiedad intelectual.

En este contexto, analizamos la protección conferida por la propiedad intelectual en Brasil, las formas de aplicación y su importancia en el mercado.

Finalmente, se analizó la tecnología Blockchain como una forma de asegurar la transparencia de las prácticas sostenibles y de toda la cadena productiva.

Concluimos que el mercado de la moda necesita cada vez más prácticas verdaderamente sostenibles, los consumidores buscan cada vez más marcas responsables en su cadena de producción que respeten a sus trabajadores y ofrezcan productos y servicios respetuosos con el medio ambiente.

Las nuevas tecnologías, las innovaciones pueden ser un fuerte aliado si se utilizan junto con la propiedad intelectual, con el objetivo de proteger todos los activos creados en la industria de la moda.

## Referencias bibliográficas

- ABICALÇADOS. (03 de 09 de 2021). *ABICALÇADOS*. Acesso em 12 de 01 de 2022, disponível em Origem Sustentável é tema do Seminário de Desenvolvimento Econômico: <https://www.abicalcados.com.br/noticia/origem-sustentavel-e-tema-do-seminario-de-desenvolvimento-economico>
- ABICALÇADOS. (2021). *Relatório Setorial Industrial de Calçados*. Novo Hamburgo. Acesso em 22 de 12 de 2021, disponível em file:///C:/Users/Thayele/Downloads/Relat%C3%B3rio%20Setorial%20da%20Ind%C3%BAstria%20de%20Cal%C3%A7ados%20do%20Brasil%202021%20(1).pdf
- Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção. (2021). *Perfil do Setor*. Fonte: ABIT: <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>
- Bueno, S. R. (02 de 123 de 2021). Urban Flowers une veganismo e “slow fashion”. Fonte: <https://rssustentavel.com.br/blog/2021/12/02/urban-flowers-une-veganismo-e-slow-fashion/>
- Código de Defesa do Consumidor. (1990). Fonte: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm)
- Confederação Nacional da Indústria. (2017). *O setor têxtil e de confecção e os desafios da sustentabilidade*. O setor têxtil e de confecção e os desafios da sustentabilidade, Brasília. Acesso em 2021, disponível em [https://static.portaldaindustria.com.br/media/filer\\_public/bb/6f/bb6fdd8d-8201-41ca-981d-deef4f58461f/abit.pdf](https://static.portaldaindustria.com.br/media/filer_public/bb/6f/bb6fdd8d-8201-41ca-981d-deef4f58461f/abit.pdf)
- Fernandes, C. (17 de 09 de 2021). O Direito da Moda aplicado à estamparia. Fonte: Moda com Direito: <https://modacomdireito.com.br/o-direito-da-moda-aplicado-a-estamparia/>
- INFOBASE. (2021). O mercado de beleza brasileiro. Acesso em 2022, disponível em <https://infobase.com.br/o-mercado-de-beleza-brasileiro/>
- INPI. (2019). *Instituto Nacional da Propriedade Intelectual*. Fonte: Instituto Nacional da Propriedade Intelectual: <https://www.gov.br/inpi/pt-br>
- INPI. (2019). *Manual de Desenhos Industriais*. Rio de Janeiro. Fonte: file:///C:/Users/Thayele/Downloads/Manual%20de%20Desenhos%20Industriais%20-%201a%20edi%C3%A7%C3%A3o%20(1).pdf
- Kreutzfeld, F. (2020). DELTA MÁQUINAS TÊXTEIS. *Sustentabilidade na indústria da moda: qual é o papel da inovação?* Acesso em 2022, disponível em <https://www.deltamaquinas-texteis.com.br/automacao-textil/sustentabilidade-na-moda/>

- Lei Nº 9.279. (1996). Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. BRASIL. Fonte: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm)
- Lei Nº 9.610. (1998). Lei de Direitos Autorais. Fonte: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9610.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm)
- Lira, O. (03 de 09 de 2021). Como o segmento joalheiro no Brasil tem empregado a Sustentabilidade? Acesso em 2022, disponível em <https://www.aberje.com.br/blog/como-o-seg-mento-joalheiro-no-brasil-tem-empregado-a-sustentabilidade>
- Martins, S. B.; Baumi, J.; Guedes, C. L., & Sampaio, C. P. (13 de 12 de 2013). *BRASIL Patente Nº BR 10 2013 032157 5 B1*.
- Murad, F. M. (2019). As marcas na industria da moda. Em R. C. Ferreira, *Fashion Law: Direito da Moda* (p. 25). Belo Horizonte: D'Plácido.
- Pimentel, F. (13 de Julho de 2021). *CETESB*. Acesso em 2021, disponível em Companhia Ambiental do Estado de São Paulo: <https://cetesb.sp.gov.br/blog/2021/07/13/setor-textil-e-cetesb-assinam-protocolo-sobre-ods-criados-na-onu/>
- PORTARIA Nº 37. (13 de 09 de 2021). *INPI*. Fonte: Instituto Nacional da Propriedade Intelectual: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/noticias/PortariaINPI-MarcadePosio.pdf>
- 

**Abstract:** This article aims to demonstrate how sustainable fashion brands are protected in Brazil, however, the protection will be analyzed from the perspective of technological innovation and especially in relation to the UN 2030 agenda, in which fashion is directly related to the Sustainable Development Goals (SDGs). Thus, we will analyze the profile of the Brazilian fashion market, its objectives and responsibility programs with sustainable development through the use of innovations related to sustainable fashion, analyzing how they can be protected under intellectual property.

**Keywords:** innovation - technology - fashion and sustainability.

**Resumo:** Este artigo tem como objetivo demonstrar como se protegem as marcas de moda sustentáveis no Brasil. Entretanto, a proteção será analisada sob a perspectiva da inovação tecnológica e como estas inovações estão diretamente relacionadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU (Organizações da Nações Unidas), agenda 2030. Desta forma, analisaremos o perfil do mercado da moda brasileira, seus objetivos e programas de responsabilidade com o desenvolvimento sustentável através do uso e inovações relacionadas com a moda sustentável, analisando como podem ser protegidas pela propriedade intelectual.

**Palavras chave:** inovação - tecnologia - moda e sustentabilidade.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

---