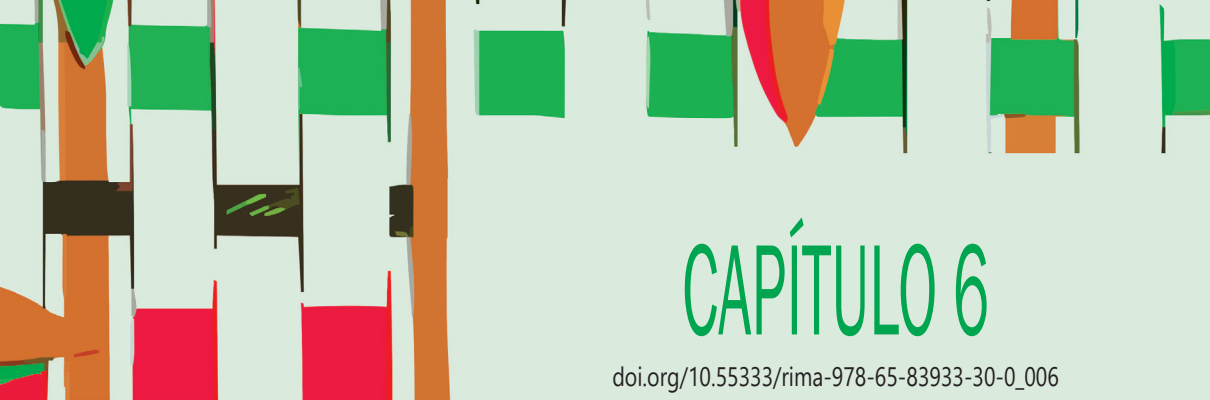




CAPÍTULO 6

doi.org/10.55333/rima-978-65-83933-30-0_006

AS MARCAS DE CERTIFICAÇÃO NO CONTEXTO DOS OBJETIVOS E METAS DA AGENDA 2030 PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Rafael dos Santos Viveiros de Faria

Doutor em Propriedade Intelectual e Inovação pelo INPI, Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

E-mail: rafasvf@gmail.com. ORCID: 0009-0009-9657-5485

Elizabeth Ferreira da Silva

Doutora em Engenharia Civil pela UFRJ, Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: silvafbeth@gmail.com.

ORCID: 0000-0001-9899-2834

Patricia Pereira Peralta

Doutora em Artes Visuais pela UFRJ, Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: patricia.p.peralta@gmail.com.

ORCID: 0000-0003-3092-9040

Resumo

Este capítulo tem por objetivo analisar o conteúdo das documentações técnicas que instruem as marcas de certificação registradas junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), cujo escopo seja a certificação de produtos e/ou serviços voltados ao desenvolvimento sustentável e que tenham sido depositadas após a entrada em vigor da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, concebida no âmbito da Organização das Nações Unidas (ONU). Busca-se verificar se tais documentações contemplam as metas e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) elencados na referida Agenda. Como método, além da revisão bibliográfica, utiliza-se a análise documental referente aos materiais constantes nos processos das marcas de certificação. Os resultados apontam que há pouca aderência, por parte desses documentos, às diretrizes da Agenda 2030, evidenciando uma oportunidade de aprimoramento em termos de políticas setoriais e públicas relacionadas às marcas de certificação.

Palavras-chave: Desenvolvimento sustentável. Agenda 2030. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Marcas de certificação.

INTRODUÇÃO

Ao longo dos últimos tempos, o debate sobre desenvolvimento sustentável tornou-se uma das pautas mais relevantes e urgentes em âmbito mundial. Vivemos uma crise ambiental sem precedentes, resultado do uso inconsciente dos recursos naturais e da busca desenfreada pelo crescimento econômico. Nesse contexto, discussões globais vêm destacando a necessidade de repensar os modelos de produção e consumo, fomentando um novo conceito de progresso atrelado à preservação ambiental e à promoção de uma economia baseada no consumo consciente de recursos, de modo a impulsionar um desenvolvimento efetivamente sustentável.

Na década de 1990, John Elkington defendeu que o sucesso de uma organização depende não apenas de sua performance financeira, mas também de seu desempenho social e ambiental (Norman; MacDonald, 2014). Notoriamente conhecido como o “pai da sustentabilidade”, Elkington, considerado um dos precursores da responsabilidade socioambiental nas grandes corporações, concebeu a teoria do *Triple Bottom Line* (Elkington, 1994), segundo a qual uma empresa ou organização, para ser sustentável, deve ser financeiramente viável, socialmente justa e ambientalmente responsável. O conceito de desenvolvimento sustentável foi aprimorado na Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento – também conhecida como Eco-92, Cúpula da Terra ou Rio-92 –, passando a enfatizar o equilíbrio entre desenvolvimento econômico, bem-estar social e proteção ambiental, pilares interdependentes do desenvolvimento sustentável (UN, 1992).

A temática do desenvolvimento sustentável, inicialmente ancorada na percepção de que o ser humano interferia de forma nociva no meio ambiente, evoluiu do mero protecionismo e da simples não interferência nos sistemas naturais para uma visão que contempla a inclusão social e a urgência de melhorias na qualidade de vida. Do ponto de vista econômico, impôs-se a necessidade de viabilizar um novo modelo de desenvolvimento.

Com o intuito de orientar esse novo modelo, a Organização das Nações Unidas, que há décadas promove conferências e programas voltados à sustentabilidade, elaborou uma agenda baseada em uma visão holística das diversas necessidades que devem ser atendidas em prol de uma sociedade menos desigual e mais sustentável. Essa agenda dirige atenção especial aos mais vulneráveis, integra componentes ambientais e sociais e abrange também o desenvolvimento industrial e tecnológico, possibilitando que o mundo prospere de maneira sustentável e assegurando um futuro mais seguro para as gerações vindouras (UN WSS, 2017). A chamada Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, criada em 2015 e implementada em 1º de janeiro de 2016, apresenta 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), compostos por

169 metas, que têm por finalidade estimular mudanças de pensamento e comportamento, promovendo um desenvolvimento mais sustentável do planeta. Além disso, funciona como uma bússola para empresas, ao oferecer diretrizes claras para o cumprimento das metas e dos objetivos elencados.

Diante desse panorama, é imperioso que as empresas busquem se reestruturar e se adequar a essa nova realidade, adotando diretrizes voltadas à sustentabilidade em suas práticas gerenciais e operacionais. Isso implica alinhar-se às novas demandas sociais por responsabilidade socioambiental, sobretudo diante de consumidores que, gradativamente, vêm adotando uma postura mais ecologicamente responsável e práticas de consumo mais conscientes (Lages, 2002). Essa mudança de comportamento pressiona as empresas a assumirem maior responsabilidade sobre os impactos sociais e ambientais decorrentes de suas atividades.

Entre as práticas empresariais que têm crescido e gerado impactos positivos está a utilização de certificações, selos, rótulos e etiquetas sustentáveis, verdes ou ecológicas (entre outras denominações), atribuídas a produtos ou serviços para sinalizar que a empresa, em alguma etapa de seu ciclo de produção ou gestão, preocupa-se com questões sociais e/ou ambientais. Tal estratégia potencialmente aumenta a visibilidade da empresa e agrega valor à marca, diferenciando-a de seus concorrentes (Deus; Felizola; Silva, 2010). A atividade certificadora é uma necessidade crescente nos mercados nacionais e estrangeiros, e não pode ser integralmente absorvida pelo Estado. Por essa razão, na maioria dos países, a gestão e a tutela da certificação de produtos e serviços são realizadas por entidades independentes, por meio das chamadas marcas de certificação.

Nesse contexto, o presente capítulo tem por objetivo analisar as documentações técnicas que instruem as marcas de certificação depositadas no INPI após a entrada em vigor da Agenda 2030, verificando se — e quais — ODS foram contemplados para o estabelecimento dos critérios de certificação dos produtos e/ou serviços por elas especificados.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para a compreensão da temática de pesquisa aqui proposta, apresentam-se os fundamentos teóricos relacionados à Agenda 2030, aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e às marcas de certificação, de modo a proporcionar um entendimento mais consistente dos resultados obtidos na análise desenvolvida ao longo deste capítulo.

A Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável é resultado de um processo global participativo de mais de dois anos, coordenado pela ONU, com a colaboração de governos, sociedade civil, iniciativa privada e instituições de pesquisa. Seu principal objetivo é garantir o desenvolvimento humano e o atendimento às necessidades básicas dos cidadãos por meio de um processo econômico, político e social que respeite o meio ambiente, com foco na sustentabilidade (UN, 2015). Adotada em setembro de 2015 pelos 193 Estados-Membros da ONU, entrou em vigor em 1º de janeiro de 2016. Apresenta 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e 169 metas que contribuem para seu cumprimento até o ano de 2030. Considerada ambiciosa, abrange uma diversidade de campos de atuação, incluindo erradicação da pobreza e da fome; saúde e bem-estar; educação; igualdade de gênero; acesso à água potável e saneamento; energia limpa; trabalho decente; crescimento econômico sustentável; redução das desigualdades; sustentabilidade da vida terrestre e marinha; inovação e infraestrutura; consumo responsável; cidades sustentáveis; responsabilidade climática; instituições eficazes; e promoção da paz.

A Agenda 2030 foi implementada com o intuito de dar continuidade à Agenda de Desenvolvimento do Milênio (2000-2015), cujas diretrizes estabeleceram os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM). A nova Agenda ampliou significativamente seu escopo, passando a abranger temas como desenvolvimento econômico, sustentabilidade ambiental, inclusão social, erradicação da pobreza extrema, paz, segurança e boa governança em todos os níveis. Nessa reformulação, o setor privado assumiu posição de maior centralidade do que nos ODM, ampliando o número e a relevância dos papéis que as empresas podem desempenhar na promoção do desenvolvimento sustentável (Scheyvens; Banks; Hughes, 2016). O foco compartilhado nas dimensões econômica, ambiental e social tornou-se a marca conceitual do desenvolvimento sustentável e representa um consenso global sobre o qual o mundo deve se orientar (Sachs, 2012).

Os 17 objetivos e 169 metas da Agenda abrangem de forma integrada as dimensões ambiental, econômica e social, configurando uma inovação incremental em relação aos ODM. Parte dessa inovação deriva do processo de revisão das falhas apontadas pelo PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) e pelo Banco Mundial durante a vigência da agenda anterior. Dentre os avanços, destaca-se o papel reforçado do setor privado, que deixou de ser considerado apenas complementar e passou a ocupar posição estratégica.

Além de incorporar prioridades herdadas dos ODM, como erradicação da pobreza, saúde, educação e segurança alimentar e nutricional, a Agenda 2030 definiu

um amplo conjunto de objetivos econômicos, sociais e ambientais e vislumbrou sociedades mais pacíficas, inclusivas e resilientes. Trouxe uma abordagem integrada, com forte interconexão entre metas e múltiplos elementos transversais. Assim, os novos Objetivos foram construídos sobre o legado dos ODM, mas com a intenção de concluir e ampliar aquilo que estes não conseguiram alcançar. Como partes integrantes de uma Agenda Sustentável global, os ODS seguem e expandem as diretrizes de seus antecessores (Sachs, 2012). Deste modo, solicita-se a cada país que incorpore os 17 objetivos em suas agendas nacionais, formule políticas públicas alinhadas às metas e trabalhe de forma comprometida para atingir os resultados esperados (Filho *et al.*, 2019).

Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (Figura 1) e suas 169 metas refletem a ambição universal da Agenda 2030. Foram concebidos como um conjunto integrado, transversal e indivisível de diretrizes e indicadores, que visa fortalecer a interconexão e o equilíbrio entre as três dimensões do desenvolvimento sustentável — econômica, social e ambiental — em um ambiente global (ONU, 2015a).



Figura 1 Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Fonte: <https://brasil.un.org/>

De acordo com o estabelecido na Agenda 2030, os Objetivos e as metas pretendem estimular ações, orientar decisões e subsidiar a formulação de políticas públicas ao longo de seus 15 anos de vigência, estruturando-se em cinco dimensões integradas e fundamentais (Figura 2) (ONU, 2015a):

♦ Pessoas

Objetivos: assegurar os meios necessários para erradicar a pobreza e a fome, em todas as suas formas e dimensões, garantindo que todos os seres humanos possam realizar plenamente suas potencialidades, com dignidade, igualdade e em um ambiente saudável;

♦ Planeta

Objetivos: proteger o planeta da degradação, sobretudo por meio da promoção do consumo e da produção sustentáveis, da gestão responsável dos recursos naturais e da adoção de medidas urgentes frente às mudanças climáticas, assegurando que as necessidades das gerações presentes e futuras sejam atendidas;

♦ Prosperidade

Objetivos: assegurar que todas as pessoas desfrutem de uma vida próspera e plenamente realizada, garantindo que o progresso econômico, social e tecnológico ocorra em harmonia com a natureza;

♦ Paz

Objetivos: contribuir para a promoção de sociedades pacíficas, justas e inclusivas, livres do medo e da violência. Não é possível alcançar desenvolvimento sustentável sem paz, assim como não se pode alcançar paz duradoura sem desenvolvimento sustentável;

♦ Parcerias

Objetivos: mobilizar os meios necessários para implementar a Agenda 2030 por meio de uma Parceria Global para o Desenvolvimento Sustentável revitalizada, fortalecendo o espírito de solidariedade internacional, com ênfase nas necessidades dos mais pobres e vulneráveis, e assegurando a participação de todos os países, de todas as partes interessadas e de todas as pessoas, sem deixar ninguém para trás (ONU, 2015b).

Até 2030, pretende-se que todos os países desenvolvam políticas, medidas e ações voltadas ao cumprimento e à implementação dos 17 ODS, de modo a conciliar e explorar um modelo global capaz de erradicar a pobreza, promover a prosperidade e o bem-estar de todos e proteger o meio ambiente, considerando o fenômeno das alterações climáticas (Resende, 2018). Para isso, é primordial que haja um trabalho conjunto entre todos os segmentos da sociedade, abrangendo desde pequenas atitudes individuais até a participação, o envolvimento e o compromisso dos governos e do setor privado, com o propósito de oferecer soluções para alguns dos principais problemas ambientais globais e assegurar o alcance das metas propostas pelos ODS.

Sob a perspectiva da Agenda 2030, as empresas devem exercer um papel central na contribuição aos esforços globais de mitigação dos impactos ambientais e de melhoria da qualidade de vida dos indivíduos. Embora não se exija que as empresas, isoladamente, alcancem os ODS, a Agenda não poderá ser efetivada sem um envolvimento significativo por parte delas. O setor privado possui papel crucial como fonte de financiamento, motor de inovação e desenvolvimento tecnológico e agente fundamental do crescimento econômico e da geração de empregos.



Figura 2 As cinco dimensões do desenvolvimento sustentável. Fonte: <https://sdgs.un.org/goals>

Se, por um lado, as empresas são pressionadas por políticas públicas e privadas a assumirem protagonismo no campo do desenvolvimento sustentável, por outro, enfrentam pressão ainda maior dos consumidores. O interesse dos consumidores finais é considerado um fator de regulação das atividades de mercado (CEBDS, 2020). Esses consumidores, especialmente aqueles pertencentes às novas gerações, estão cada vez mais conscientes em relação ao que consomem e ao impacto que esse consumo provoca. Por conseguinte, cobram de forma crescente e ativa uma atuação sustentável das empresas.

Após os impactos decorrentes da pandemia de Covid-19, observa-se uma transformação no modo de consumir. Se antes as pessoas já esperavam que as empresas tivessem um propósito maior do que simplesmente gerar lucro aos acionistas, a demanda por respostas de cunho socioambiental tornou-se ainda mais intensa. Os indivíduos, enquanto consumidores e cidadãos, mostram-se mais capazes de fazer escolhas responsáveis, desenvolvendo uma consciência mais ampla sobre as consequências ambientais e sociais de suas ações. Essa crescente sensibilidade influencia diretamente suas opções de consumo e pode impulsionar melhorias na qualidade de vida e no desenvolvimento local (Costa; Teodósio, 2011). No entanto, a consolidação dessas práticas demanda mudanças na lógica dos atuais padrões de produção e consumo, de modo a equilibrar os impactos causados ao meio ambiente, garantindo que as necessidades das gerações presentes sejam atendidas sem comprometer as gerações

futuras, utilizando os recursos naturais e gerindo os resíduos compativelmente com a capacidade do ecossistema (Abramovay, 2012).

Os consumidores, especialmente os chamados “consumidores verdes”, estão mais informados e atentos às práticas de *greenwashing*¹ ou *socialwashing*², e exigem coerência entre os discursos das empresas e suas ações efetivas de sustentabilidade. Incoerências nesse campo são altamente prejudiciais e podem gerar ceticismo e percepções negativas acerca de iniciativas sustentáveis. As empresas precisam compreender como suas ações e sua credibilidade corporativa influenciam a percepção dos consumidores. Um risco fatal à reputação empresarial ocorre quando se identifica dissonância entre as práticas e os discursos divulgados. Vale destacar que a confiança conquistada e a reputação construída estão sempre vinculadas às marcas, que constituem o veículo mais eficiente para comunicar propósitos, valores, características e demais atributos que fazem parte da identidade organizacional.

Além de fortalecer a reputação e conquistar a confiança, e, conseqüentemente, a fidelização dos consumidores, as marcas de empresas que se destacam por adotarem práticas sustentáveis têm grande potencial de diferenciação e ganho de competitividade. Esse potencial tende a ser ainda maior quando os produtos ou serviços ofertados são certificados, permitindo que as empresas ampliem sua competitividade global.

Nesse sentido, destacam-se as Marcas de Certificação, pois, ao garantir a conformidade de determinadas características de produtos ou serviços a critérios de certificação, representam uma significativa agregação de valor no campo da sustentabilidade, especialmente quando abarcam os ODS, que oferecem diretrizes e apontam tendências globais no desenvolvimento sustentável. As características, funções e formas de utilização das marcas de certificação, bem como sua aplicação no contexto da sustentabilidade, serão abordadas no tópico seguinte.

As Marcas de Certificação

A marca de certificação está definida no inciso II do art. 123 da Lei da Propriedade Industrial (LPI) como “aquela usada para atestar a conformidade de um produto ou

1. *Greenwashing* é termo pejorativo popularizado no início dos anos 90 pelo Greenpeace para descrever uma situação em que se promove uma imagem ambiental positiva que não corresponde à realidade, ou, literalmente, o ato de enganar consumidores em relação às práticas ambientais de uma companhia ou em relação aos benefícios ambientais de determinado produto ou serviço (Pagotto, 2013).
2. *Socialwashing* é um termo cunhado para designar a “lavagem social”, ou seja, a prática que envolve desconexão entre os dados do pilar “Social” e as iniciativas efetivas das organizações, que são comunicadas publicamente.

serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada" (Brasil, 1996).

Assim, as marcas de certificação indicam a conformidade de certos produtos e serviços a determinado padrão ou a características específicas, estipulados pelo titular da marca. O titular da marca de certificação pode ser pessoa física ou jurídica, de direito público ou privado, desde que não tenha interesse comercial ou industrial direto no produto ou serviço. Não é necessário que seja uma entidade certificadora, porém deve possuir a imparcialidade própria de uma. O titular não é usuário da marca de certificação, visto que seu uso é realizado por terceiros, autorizados pelo titular, desde que atendam às condições preestabelecidas na documentação técnica. Cabe ao titular conceder autorizações para o uso do signo, estabelecer e aplicar medidas de controle e promover as sanções cabíveis em caso de descumprimento das regras de utilização.

De acordo com Porto (2010), a certificação, que pode ser efetuada tanto por órgãos privados quanto por órgãos públicos, e pode ser voluntária ou compulsória, somente pode ser emitida por pessoas estranhas ao fabrico e uso dos produtos e à prestação dos serviços, previamente habilitadas e com autoridade comprovada. O cumprimento dessa exigência é fundamental para garantir a imparcialidade e a idoneidade do titular na elaboração da documentação técnica que estabelece os requisitos para a utilização da marca, bem como na avaliação do cumprimento desses requisitos. Por essa razão, apenas indivíduos sem interesse comercial ou industrial direto nos produtos ou serviços atestados podem ser titulares de marcas de certificação, uma vez que precisam de distanciamento e imparcialidade para certificar tais atributos.

Além da imparcialidade, exige-se do titular capacidade técnica para atestar a conformidade e certificar as características dos produtos e serviços, bem como exercer as medidas de controle necessárias para a manutenção dos padrões técnicos certificados. Geralmente, as certificações precisam ser renovadas e reavaliadas periodicamente por um órgão regulador certificador, que é responsável pela credibilidade dos métodos de avaliação aplicados.

Destarte, a marca de certificação tem por objetivo assegurar e atestar que produtos ou serviços provenientes de produtores ou prestadores distintos possuam determinadas características comuns. Garante-se, assim, que tais produtos ou serviços foram testados, aprovados e submetidos a controle prévio, sendo considerados adequados. Por meio da documentação técnica, o titular da marca determina as características ou atributos a serem certificados, atendendo às demandas dos consumidores e do mercado em geral. Esse instrumento normativo regula, de forma precisa e detalhada, o regime administrativo específico para a certificação de cada produto ou serviço, que passa, então, a incorporar um valor agregado certificado.

A documentação técnica é o instrumento designado pela legislação vigente³ para regular os aspectos técnicos e as características dos produtos ou serviços certificados, as medidas de controle, o escopo da marca e as limitações, direitos, deveres e sanções dos usuários. Trata-se de um requisito legal indispensável à proteção jurídica da marca de certificação, uma vez que garante sua efetividade. Assim, além de estabelecer e dar publicidade às condições para autorização do uso, especificações, métodos de controle e sanções, “é por meio desse instrumento que se traçam os contornos e extensões do vínculo obrigacional do titular da marca com seus usuários, com seus consumidores e com a sociedade de uma forma geral” (Porto, 2010).

Ângulo (2006) argumenta que a certificação constitui uma das melhores formas para o consumidor final reconhecer nos produtos ou serviços certas propriedades que os caracterizam e qualificam, desde que tenham sido submetidos a um sistema de controle realizado por terceiro independente do fabricante ou comerciante, com idoneidade econômica e técnica.

Nesse sentido, as marcas de certificação se mostram instrumentos eficazes para atestar propriedades socioambientais associadas aos produtos ou serviços, conferindo-lhes valor agregado e funcionando como mecanismo de diferenciação e ganho de reputação para as empresas que as utilizam. Além de informar a adoção de medidas de responsabilidade socioambiental, elas protegem, em certa medida, os consumidores de práticas de *greenwashing* e *socialwashing*, uma vez que os símbolos de certificação conferem credibilidade e legitimam as informações atribuídas à marca certificada.

Considerando que os ODS e as metas da Agenda 2030 estabelecem prioridades globais bem definidas no campo do desenvolvimento sustentável, com diretrizes fundamentais para todos os setores público e privado, especialmente para as empresas que passaram a ser vistas como agentes centrais na execução das metas, é desejável que tais diretrizes sejam incorporadas em todas as ações empresariais, desde a definição de propósitos e práticas de governança até suas atividades finalísticas.

Essa premissa também se aplica às empresas que utilizam marcas de certificação para atestar produtos ou serviços voltados ao desenvolvimento sustentável. Para estarem alinhadas com as diretrizes globais propostas pela ONU e com as demandas do mercado e dos consumidores, espera-se que essas marcas estabeleçam em suas documentações técnicas critérios de avaliação de conformidade que contemplem os Objetivos e metas de desenvolvimento sustentável.

Nos tópicos seguintes, analisaremos se tal prática foi observada nas marcas de certificação depositadas no INPI após a entrada em vigor da Agenda 2030.

3. Arts. 147 e 148 da LPI c/c Instrução Normativa INPI nº 59/2016.

METODOLOGIA

O presente tópico apresenta dados coletados a partir de consultas realizadas na base de marcas do INPI⁴, obtidos por meio de pesquisas no sistema e-Marcas⁵, por intermédio da ferramenta de busca disponibilizada no site da instituição⁶, e/ou do sistema IPAS (Industrial Property Automation System)⁷, utilizado pelos examinadores da Diretoria de Marcas do INPI para o processamento automatizado de petições e pedidos de registro. Os dados levantados referem-se aos registros de marcas de certificação depositados diretamente no sistema eletrônico do INPI, bem como àqueles protocolados via Protocolo de Madri, que se encontram ativos na base de dados de marcas⁸.

Do total de 2.956 pedidos de registro de marca com natureza de certificação protocolados junto ao INPI, tanto por via direta quanto pelo Protocolo de Madri, e depositados ou com prioridade incluída no período delimitado para a amostragem⁹, apenas 67 tornaram-se registros. Desses 67 registros de marcas de certificação, 57 são provenientes de depósitos diretos no INPI e 10 foram depositados via Protocolo de Madri. Entre as 67 marcas de certificação analisadas (MCERT), 37 apresentam em suas documentações técnicas (DOC TEC) requisitos específicos que estabelecem critérios para certificação contemplando aspectos relacionados ao desenvolvimento sustentável (Gráfico 1).

4. Dados levantados e atualizados até 25 de junho de 2024.

5. Disponível em: <https://gru.inpi.gov.br/emarcas/>. Acesso em: 10 abr. 2022.

6. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas>. Acesso em 08 nov. 2022.

7. Trata-se de um sistema desenvolvido pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) e adotado por institutos de cerca de trinta países, inclusive o Brasil. Disponível em: http://marcasdoc.inpi.gov.br/projects/manual-do-ipas/wiki/Sobre_o_IPAS. Acesso em: 30 set. 2023.

8. Por ocasião do levantamento das documentações, estas encontravam-se acessíveis para aqueles que tivessem um cadastro no sítio do INPI. Isso foi alterado, não se tendo ideia de quando tal procedimento ocorreu. Em que pese a importância do sigilo para muitos dos dados de propriedade industrial, o acesso a tais informações revela-se essencial para as estratégias de mercado de empresas brasileiras, bem como para os fins de pesquisa acadêmica. Ademais, qualquer interessado pode solicitar a cópia integral ou parcial de pedido, por meio de petição específica (cópia reprográfica simples ou autenticada). As cópias poderão ser obtidas pelo interessado mediante acesso com login e senha ao serviço disponível no sistema e-INPI (<https://www.gov.br/inpi/pt-br/cadastro-no-e-inpi>).

9. Conforme descrito no item 3.1.1 (p. 124).

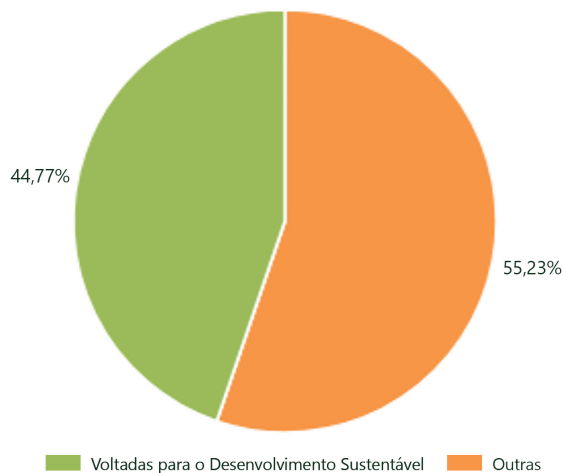


Gráfico 1 Marcas de certificação (MCERT) voltadas para o desenvolvimento sustentável em relação às demais registradas no INPI. *Fonte:* Os autores (2024).

Dessas 37 MCERT¹⁰, 17 são nacionais, pertencentes a 15 titulares diferentes, e 20 foram depositadas por 11 titulares estrangeiros (Gráfico 6), provenientes dos seguintes países: Estados Unidos (4), Alemanha (4), Holanda (1), Bélgica (1) e Itália (1).



Gráfico 2 Titulares das marcas de certificação (MCERT). *Fonte:* Os autores (2024).

10. Incluso o registro 918491185 – Certificado de Energia Renovável REC Instituto Totum –, de titularidade da empresa nacional Instituto Totum de Desenvolvimento e Gestão Empresarial LTDA., que não foi elegível para compor a amostragem de MCERT que tiveram suas respectivas DOC TEC analisadas.

A Tabela 1 apresenta a relação dos titulares nacionais¹¹ e estrangeiros¹² conforme a natureza e o porte de cada um, cujos perfis estão classificados no Gráfico 3. Ressalta-se que, no caso dos titulares estrangeiros, não foi possível definir o perfil de todos, em razão da indisponibilidade de dados suficientes para a determinação do porte de algumas empresas.

Tabela 1 Perfil dos titulares das marcas de certificação.¹³

Titulares das MCERT	Número de titulares
Titulares Nacionais	14
Pessoa Física (PF)	01
Pessoa Jurídica de Direito Público (Município)	01
Associações Privadas	03
Microempresas (ME)	04
Empresas de Pequeno Porte (EPP)	04
Sociedade Anônima (SA) (Médio Porte)	01
Titulares Estrangeiros	11
Empresas de Pequeno Porte (EPP)	02
Empresas de Grande Porte (Grande)	03
Empresas sem Dados Disponíveis (Porte Indefinido)	06

Fonte: Os autores (2023).

No período compreendido pela amostra, verifica-se que, a partir de 2016, houve um aumento crescente no número de MCERT depositadas no INPI, possivelmente em virtude da publicação da Instrução Normativa nº 59, de 25 de agosto de 2016. Essa normativa passou a disciplinar o pedido de registro de marca de certificação, trazendo elementos mais claros e objetivos para a instrução dos pedidos, especialmente quanto

11. Dados das empresas nacionais obtidos a partir de consulta na Redesim (Rede Nacional para Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios). Disponível em: https://consultacnpj.redesim.gov.br/?code=eyJraWQiOiJjb2RIQ3J5cHRvZ3JhcGh5IiwiaWxnljoiZ-GlyliwiZW5lIjoQTi1NkdDTSJ9..idZwUPMqKMqw3p2F.hmQ79pxePmj1-ucRp-fgWRJ5oy_nIVT-SulUp40PI-YTRWw.27UNlJKINWdjqldN_OZFpQ&state=. Acesso em: 08 jun. 2024.

12. Dados das empresas estrangeiras obtidos a partir de informações disponibilizadas nos sites oficiais das organizações por meio de relatórios ou informes financeiros contendo receita/faturamento, número de funcionários e outros dados relevantes para determinar o porte das empresas. Para essa classificação, considerou-se a tabela adotada pela Anvisa, com base na Medida Provisória nº 2.190-34/2001 e na Lei Complementar nº 139/2011.

13. Somente MCERT cujas DOC TEC preencheram os requisitos para compor a amostra da pesquisa.

ao conteúdo da documentação técnica que deve acompanhá-los, além de fornecer um modelo que poderia ser utilizado pelos usuários.

Cumprе mencionar que a referida IN é resultado de estudos e discussões realizados no âmbito do grupo de trabalho (GT) voltado especificamente para marcas de certificação e marcas coletivas, criado pela Diretoria de Marcas do INPI em 2009, com o objetivo de fomentar o debate sobre o tema e ampliar o conhecimento acerca desses direitos de propriedade intelectual, tanto no âmbito institucional quanto entre usuários e a sociedade em geral. Ademais, o trabalho do GT possibilitou a correção de algumas inconsistências nos exames de pedidos de registro dessas marcas, culminando na publicação de comunicado na RPI nº 2380, de 16/08/2016, informando aos usuários que os pedidos de MCERT pendentes de exame sofreriam exigência¹⁴ para saneamento, conforme estabelecido no Parecer nº 0033-2016-AGU/PGF/PFE/INPI/COOPI-LBC-1.0¹⁵, que tratava da legitimidade para requerer marcas de certificação.

Nos anos de 2020 e 2021, observa-se uma interrupção nesse crescimento, possivelmente influenciada pelos efeitos da pandemia de Covid-19¹⁶, entre outros fatores, com retomada em 2022. O crescimento exponencial registrado em 2022 pode ter sido influenciado por diversos fatores, como o aumento da pressão dos consumidores por

14. Teor da exigência: “Preste esclarecimento quanto à expressão ‘certificação’ contida na especificação, tendo em vista que a mesma está restrita à NCL(10)42 sob a natureza de marca de certificação. Diga se deseja prosseguir como marca de certificação ou manter a natureza solicitada no pedido inicial. No caso de ser marca de certificação, apresente a documentação técnica exigida pelo art. 148 da LPI, atentando-se para o fato de que o requerente não deve ter interesse comercial ou industrial direto no produto ou serviço atestado, sob pena de indeferimento do pedido com base no § 3º do art. 128 da LPI. Caso opte por manter a natureza solicitada no pedido inicial, retire a expressão ‘certificação’ da especificação e adapte-se às entradas contidas na NCL(10)42 e às novas entradas previstas no Comunicado da Comissão de Classificação de Produtos e Serviços, publicado na RPI nº 2380, de 16/08/2016, e incorporada à Lista Auxiliar de Serviços na Classificação de Nice NCL (10-2016) – Revisada”. Cumprе esclarecer que, em virtude do disposto no comunicado publicado na seção de Marcas na RPI 2380 de 16/08/2016, todos os serviços contendo o termo “certificação” estão restritos à classe internacional de Nice 42, sob a natureza de marca de certificação. Disponível em: <https://revistas.inpi.gov.br/rpi/> Acesso em: 09 abr. 2024.

15. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/legislacao/Parecern00332016_AGU_PGF_PFE_INPI_COOPE_LBC1.0.pdf. Acesso em: 10 out. 2023.

16. Em 11 de março de 2020, a OMS (Organização Mundial da Saúde) declarou a pandemia de Covid-19. Fonte: OPAS – Organização Pan-Americana da Saúde. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/COVID19/historico-da-pandemia-COVID-19#:~:text=Em%2011%20de%20mar%C3%A7o%20de,pa%C3%ADses%20e%20regi%C3%B5es%20do%20mundo> Acesso em: 10 nov. 2022.

produtos e serviços que atendam a critérios socioambientais, impulsionada, sobretudo, pelas mudanças de comportamento de consumo pós-pandemia, ou ainda pela retomada de ações empresariais que haviam sido reprimidas durante o período pandêmico (Gráfico 4).

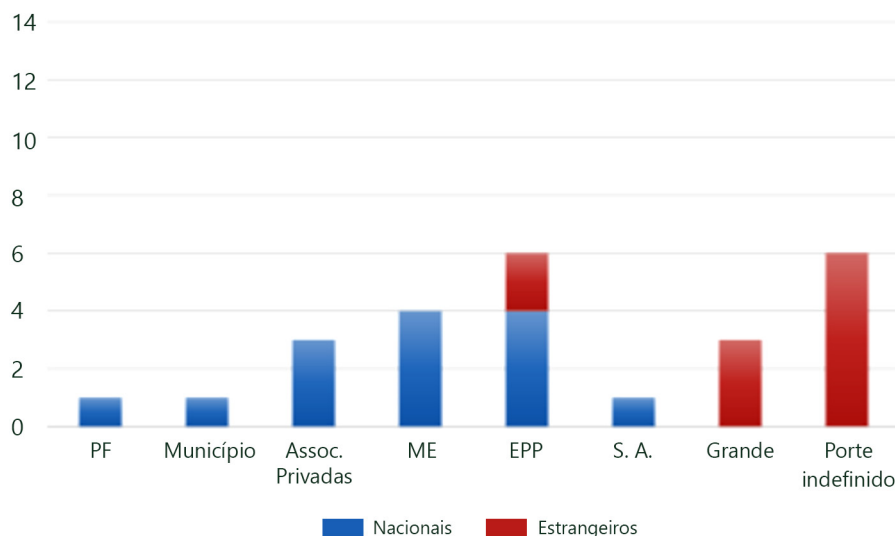


Gráfico 3 Classificação dos titulares de MCERT por natureza/porte. Fonte: Os autores (2024).

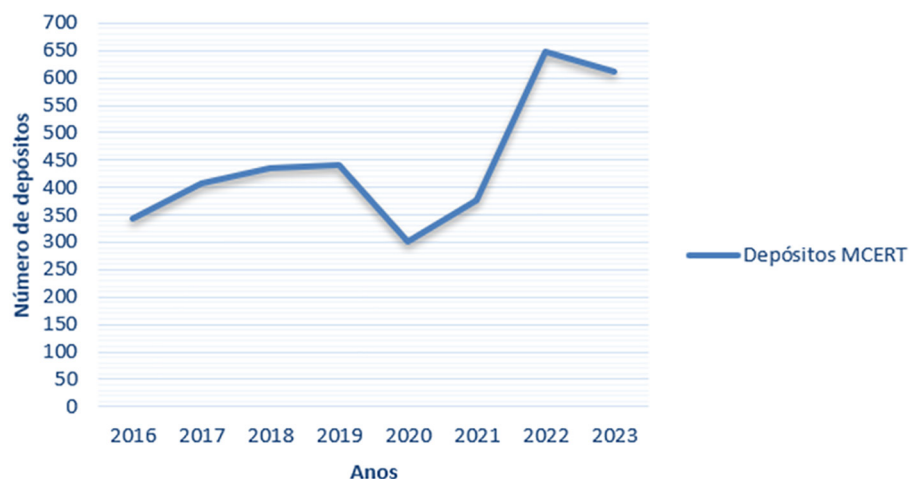


Gráfico 4 Quantitativo de depósitos de MCERT por ano. Fonte: Os autores (2023).

Composição da Amostragem

A amostra de pesquisa compreende as MCERT cujos pedidos de registro junto ao INPI tenham sido depositados ou tenham data de reivindicação de prioridade¹⁷ entre 1º de janeiro de 2016 e 1º de janeiro de 2023. A escolha da data inicial para o recorte da amostra se justifica por dois motivos. O primeiro, e principal, é que a Resolução 70/1 da Assembleia Geral das Nações Unidas (UN, 2015), realizada em 21 de outubro de 2015, da qual originou o documento *Transformando Nosso Mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável*, estabeleceu que os Objetivos e as metas da Agenda entrariam em vigor em 1º de janeiro de 2016, data a partir da qual passaram a produzir efeitos para os 193 Estados-Membros da ONU, incluindo o Brasil.

O segundo motivo refere-se ao fato de que, embora a Instrução Normativa INPI nº 59, de 25/08/2016 — normativa que originalmente estabeleceu as disposições sobre pedidos de registro de MCERT — tenha sido publicada na *Revista da Propriedade Industrial* (RPI) nº 2382, de 30/08/2016 (INPI, 2016), tal data não deve ser considerada como limitadora para o recorte temporal da amostra. Isso porque o art. 9º da referida IN estabelece que “[...] as disposições desta Instrução Normativa aplicam-se aos pedidos de registro de marca de certificação pendentes de decisão na data da publicação deste ato [...]”, ou seja, a normativa é aplicável inclusive aos pedidos de registro de MCERT anteriores à sua publicação, abrangendo, portanto, pedidos depositados a partir da data de recorte estabelecida — 1º de janeiro de 2016 — data de entrada em

17. O item 2.4.1 do Manual de Marcas aborda a reivindicação de prioridade unionista. A reivindicação de prioridade é prevista na Convenção da União de Paris (CUP), sendo também contemplada no art. 127 da Lei da Propriedade Industrial: Art. 127. Ao pedido de marca depositado em país que mantenha acordo com o Brasil ou em organização internacional que produza efeito de depósito nacional, será assegurado o direito de prioridade, nos prazos estabelecidos no acordo, não sendo o depósito invalidado nem prejudicado por fatos ocorridos nesses prazos. Tal mecanismo permite que a data de prioridade do pedido no Brasil passe a ser a mesma do pedido ou registro estrangeiro, desde que atendidas as seguintes condições:

- ♦ O requerente tem até 6 (seis) meses, da data do primeiro depósito em país signatário da CUP, para depositar pedido de sinal idêntico no Brasil;
- ♦ A reivindicação da prioridade será feita no ato do depósito, podendo ser suplementada dentro de 60 (sessenta) dias por outras prioridades anteriores à data do depósito no Brasil.
- ♦ A reivindicação de prioridade deverá ser comprovada por documento hábil da origem, contendo o número, a data e a reprodução do pedido ou registro, acompanhado de tradução simples, cujo teor será de inteira responsabilidade do requerente.
- ♦ Se não for efetuada no momento do depósito, a comprovação deverá ser feita em até 4 (quatro) meses, contados da data do depósito, sob pena da perda da prioridade e subsequente republicação do pedido (Brasil, 1996).

vigor da Agenda 2030. Ademais, como anteriormente não havia diretrizes específicas para análise desses pedidos, a maior parte deles passou a ser efetivamente examinada somente após a publicação da referida IN, que regulamentou a matéria.

Outro critério do recorte diz respeito ao conteúdo das MCERT. Considerando a temática da pesquisa, foram selecionadas apenas as MCERT voltadas ao desenvolvimento sustentável, ou seja, aquelas que apresentam critérios de certificação socioambientais. Além disso, entendeu-se que a amostra deveria incluir apenas MCERT com registro ativo no banco de dados do INPI, ou seja, marcas deferidas e com registro concedido e vigente à época do levantamento dos dados. As MCERT que constam como ativas no banco de dados, mas que se encontram pendentes de exame/decisão ou em prazo para apresentação de documentos ou cumprimento de exigências, foram excluídas da amostra, em razão da situação de indefinição que poderia comprometer a homogeneidade necessária para análise e obtenção dos resultados pretendidos.

Além dos critérios supramencionados, também foram consideradas questões de ordem técnica que regulam as MCERT, tais como as normas e diretrizes estabelecidas na LPI — Lei da Propriedade Industrial¹⁸; na Instrução Normativa INPI nº 59/2016 (revogada pela Portaria INPI/PR nº 08, de 17 de janeiro de 2022¹⁹, com redação alterada pela Portaria INPI/PR nº 28/2023); e no Manual de Marcas, instituído pela Resolução INPI/PR nº 249/2019²⁰.

A análise das documentações técnicas que instruem as MCERT consideradas na amostra teve por objetivo verificar se existe correlação, direta ou indireta, entre os critérios técnicos utilizados para a certificação dos produtos ou serviços por elas especificados e os ODS e metas estabelecidos pela Agenda 2030. Cabe aqui registrar uma ressalva: uma das MCERT, embora apresentasse critérios de certificação voltados ao desenvolvimento sustentável em sua documentação técnica, não foi incluída na amostra em virtude da inviabilidade de estabelecer relação entre seu conteúdo e os ODS individualmente considerados. Assim, foram consideradas elegíveis para compor a amostra 36 documentações técnicas das MCERT levantadas. O resultado da análise será apresentado no tópico seguinte.

18. Lei nº 9.279, de 14/05/1996. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm. Acesso em: 07 nov. 2022.

19. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/legislacao/PORT_INPI_PR_08_2022_consolidada_agosto_2023.pdf3 Acesso em: 18 nov. 2022.

20. Disponível em: <http://manualdemarcas.inpi.gov.br>. Acesso em: 07 nov. 2022.

RESULTADOS E ANÁLISE

O presente tópico apresenta os resultados obtidos a partir da análise das documentações técnicas das MCERT que estabelecem critérios socioambientais (ou apenas ambientais ou apenas sociais) para a certificação da conformidade dos produtos ou serviços por elas especificados.

No que se refere aos critérios técnicos elencados nas 36 documentações técnicas analisadas, verifica-se que 25 delas apresentaram critérios socioambientais, 8 apresentaram apenas critérios ambientais e 3 apresentaram exclusivamente critérios sociais, conforme demonstrado a seguir (Gráfico 5).

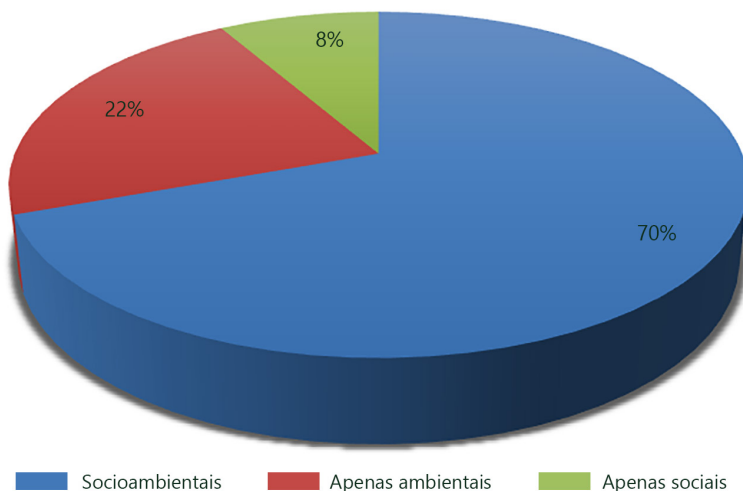


Gráfico 5 Critérios elencados nas documentações técnicas. *Fonte:* Os autores (2024).

Em geral, os critérios utilizados estão relacionados ao campo de atuação e/ou à natureza dos produtos ou serviços certificados pela marca. Foram identificadas 22 marcas de certificação de produtos, 12 marcas voltadas à certificação de serviços e 2 marcas cuja especificação inclui tanto produtos quanto serviços (Gráfico 6).

Por fim, a partir da análise das MCERT voltadas ao desenvolvimento sustentável, foi extraído o quantitativo de ODS relacionados nas documentações técnicas que as instruem, seja direta ou indiretamente, conforme demonstrado a seguir (Gráfico 7).

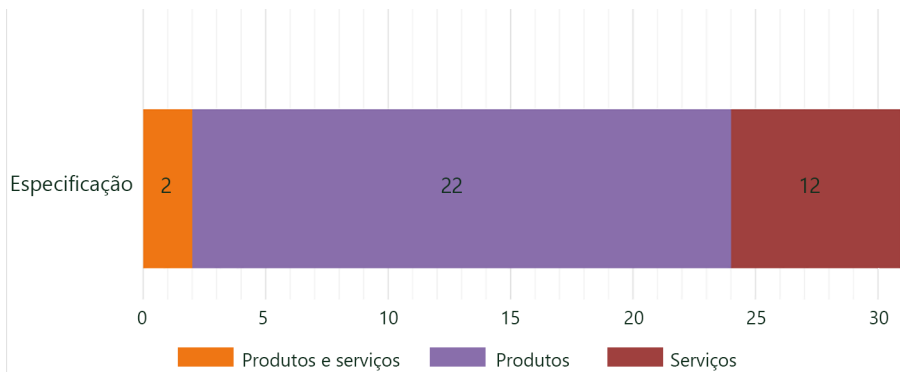


Gráfico 6 Objeto das MCERT com base na especificação apresentada no depósito. *Fonte:* Os autores (2024).

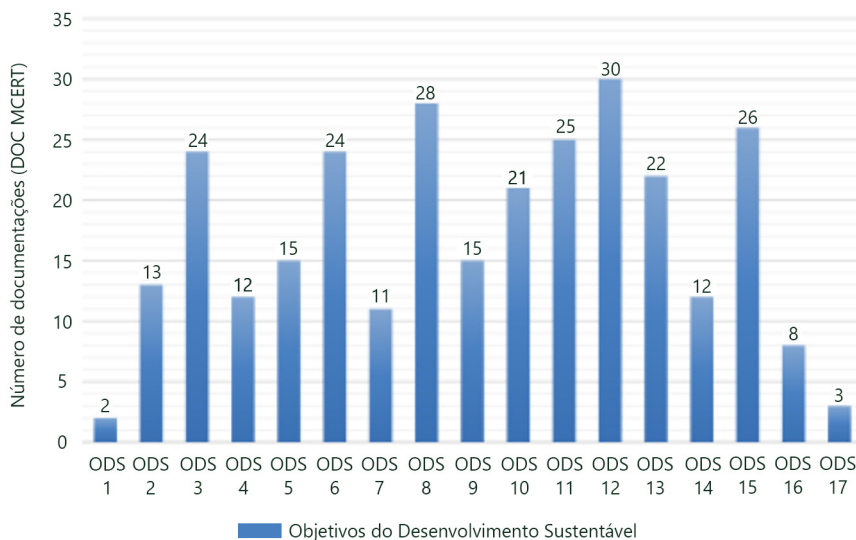


Gráfico 7 Quantitativo das ocorrências de ODS observadas nas documentações técnicas. *Fonte:* Os autores (2023).

Os ODS com maior número de ocorrências foram o ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis, com 30 ocorrências; seguido pelo ODS 8 – Emprego Digno e Crescimento Econômico, com 28 ocorrências; ODS 15 – Vida Terrestre, com 26 ocorrências; e ODS 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis, com 25 ocorrências. Quanto aos ODS com menor número de registros, identificou-se o ODS 1 – Erradicação da Pobreza, com 2 ocorrências; o ODS 17 – Parcerias e Meios de Implementação, com 3 ocorrências; se-

guido pelo ODS 16 – Paz, Justiça e Instituições Eficazes, com 8 ocorrências; e o ODS 7 – Energia Acessível e Limpa, com 11 ocorrências (Gráfico 8).

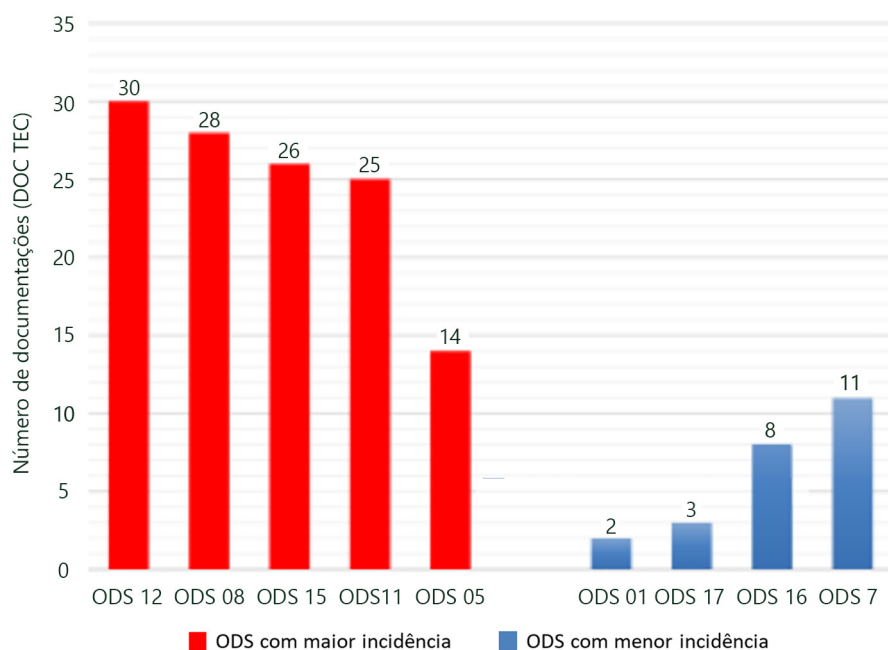


Gráfico 8 Ocorrência dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável nas documentações técnicas analisadas. Fonte: Os autores (2024).

Das cinco dimensões do desenvolvimento sustentável (apresentadas na Tabela 3 e na Figura 4), a que mostrou maior incidência de critérios de certificação foi a dimensão Planeta (114), seguida por Prosperidade (100), Pessoas (66), Paz (8) e, por último, com menor número de incidências, a dimensão Parcerias (3), conforme demonstrado no Gráfico 9.

Com relação às 169 metas estabelecidas na Agenda 2030 para o alcance dos ODS, verificou-se, no conjunto das documentações técnicas analisadas, que 121 metas foram contempladas pelos critérios de certificação apresentados, enquanto 48 metas não foram identificadas no conteúdo dessas documentações (Gráfico 10).

Das metas que tiveram incidência nas documentações técnicas, averiguou-se que 16 foram contempladas diretamente, 43 foram contempladas apenas de forma indireta e 62 foram contempladas tanto direta quanto indiretamente (Gráfico 11).

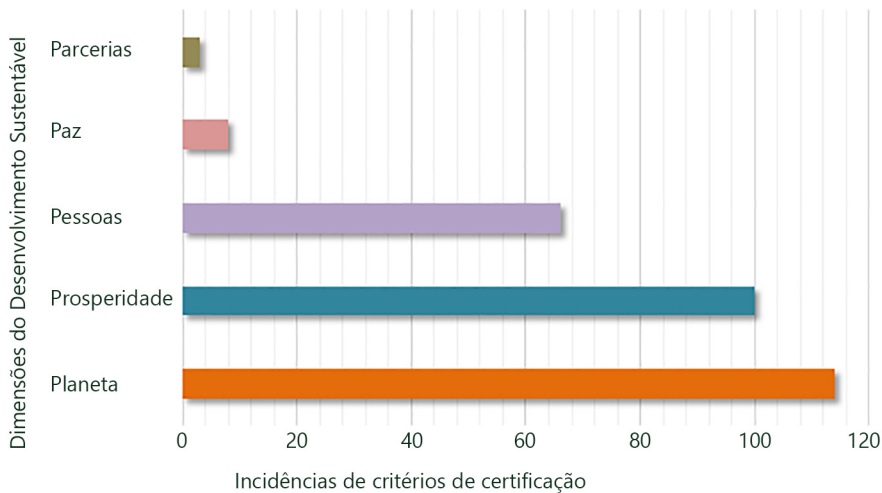


Gráfico 9 Incidência dos ODS por dimensão de desenvolvimento sustentável. *Fonte:* Os autores (2024).

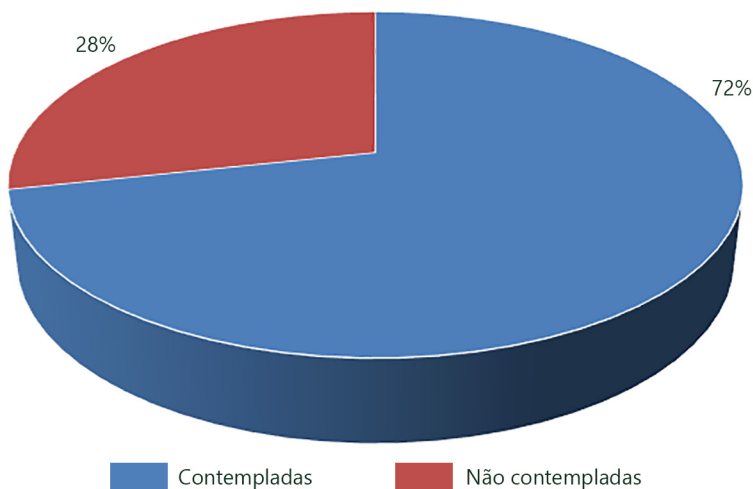


Gráfico 10 Metas da Agenda 2030 contempladas nas documentações técnicas. *Fonte:* Os autores (2024).

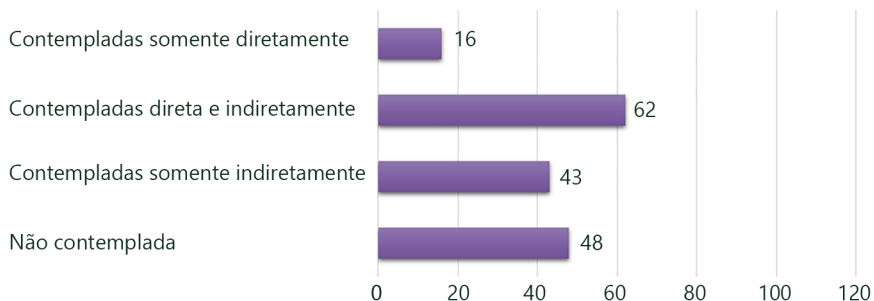


Gráfico 11 Incidência das 169 metas nas documentações técnicas analisadas. *Fonte:* Os autores (2024).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na análise dos documentos selecionados para compor a amostra da pesquisa, é possível concluir que, apesar de integrarem uma Agenda global que estabeleça diretrizes para a promoção do desenvolvimento sustentável, os ODS não foram considerados de forma significativa na elaboração dos critérios de certificação presentes nas documentações técnicas das Marcas de Certificação analisadas.

Embora muitas das 169 metas tenham sido contempladas indiretamente, o fato de apenas duas documentações apresentarem critérios de certificação explicitamente baseados nos ODS — e outras duas apenas mencionarem esses Objetivos — revela que, nesse campo, sua incorporação ainda é pouco expressiva. Tal cenário pode ser resultado de diversos fatores, como desconhecimento por parte dos titulares ou requerentes das MCERT, seja pela insuficiência de divulgação da Agenda, seja por falta de interesse ou de oportunidade de acesso às informações. A ausência de políticas públicas que promovam os ODS e a carência de mecanismos de incentivo para seu alcance também podem ter contribuído para esses resultados. A investigação dessas motivações demanda estudos mais aprofundados e deve ser objeto de pesquisas futuras.

O alinhamento aos ODS possibilita que as empresas estabeleçam metas mais consistentes e comuniquem de maneira mais eficaz o seu compromisso com o desenvolvimento sustentável. Nesse sentido, as MCERT de produtos e serviços voltados ao desenvolvimento sustentável, quando alinhadas aos ODS, podem funcionar como ferramentas estratégicas para a disseminação, promoção e efetiva implementação desses Objetivos, o que, conforme demonstrado, ainda não vem sendo explorado pelas MCERT que compuseram a amostra analisada.

Por fim, cabe salientar que estamos a menos de cinco anos do prazo final para o cumprimento das metas e Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030. Assim, torna-se imperioso e urgente que instrumentos e estratégias voltados à

promoção desses Objetivos, como as Marcas de Certificação abordadas neste artigo, sejam divulgados e incentivados, tanto pelo setor público quanto pelo setor privado. Afinal, os Objetivos e metas da Agenda 2030 devem ser alcançados por todos e para todos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, R. **Muito além da economia verde**. São Paulo: Abril, 2012.

ÂNGULO, A. C. U. **As marcas de certificação**. 2006. Tese (Doutorado em Direito – Relações Internacionais) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

BRASIL. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996**. Regulamenta direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm. Acesso em: 18 ago. 2022.

BRUNDTLAND, G. H. **Nosso futuro comum**. Rio de Janeiro: FGV, 1987. Disponível em: <https://smastr16.blob.core.windows.net/portaleducacaoambiental/sites/11/2024/05/Nosso-Futuro-Comum.pdf>. Acesso em: 20 out. 2022.

CEBDS – Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável. **Guia de comunicação e sustentabilidade**. 2020. Disponível em: https://cebds.org/wp-content/uploads/2023/06/CEBDS_GuiaSustentabilidade_DIAGRAMACAO_REV2022.pdf. Acesso em: 25 ago. 2022.

COSTA, D. V.; TEODÓSIO, A. S. S. Desenvolvimento sustentável, consumo e cidadania: um estudo sobre a (des)articulação da comunicação de organizações da sociedade civil, do Estado e das empresas. **Revista de Administração da Mackenzie**, v. 12, n. 3, p. 114-145, 2011.

DEUS, N. S.; FELIZOLA, M. P. M.; SILVA, C. E. O consumidor socioambiental e seu comportamento frente aos selos de produtos responsáveis. **Revista Brasileira de Administração Científica**, Aracaju, 2010.

ECONOMIDES, N. S. The economics of trademarks. **Columbia Department of Economics Working Paper**, p. 353, 1987.

ELKINGTON, J. Triple bottom line revolution: reporting for the third millennium. **Australian CPA**, v. 69, p. 75, 1994.

FILHO, W. et al. Sustainable Development Goals and sustainability teaching at universities: Falling behind or getting ahead of the pack? **Journal of Cleaner Production**, v. 232, p. 285-294, 2019. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652619318451>. Acesso em: 14 out. 2022.

FURRIELA, R. B. Educação para o consumo sustentável. **Ciclo de palestras sobre o meio ambiente: Programa conheça a educação do Cibec/Inep – MEC/SEF/COEA**, 2001. Disponível em: <http://download.inep.gov.br/download/cibec/pce/2001/47-55.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2022.

GUIMARÃES, R. P. A ética da sustentabilidade e a formulação de políticas de desenvolvimento. In: **O desafio da sustentabilidade**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Instrução Normativa nº 59, de 25 de agosto de 2016**. Dispõe sobre o pedido de registro da marca de certificação. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/legislacao/copy_of_IN_592016certificacao.pdf. Acesso em: 18 ago. 2022.

LAGES, N. S.; VARGAS NETO, A. Mensurando a consciência ecológica do consumidor: um estudo realizado na cidade de Porto Alegre. In: **Anais do ENANPAD**. Salvador, 2002.

LANDES, W. M.; POSNER, R. A. Trademark law: an economic perspective. **Journal of Law & Economics**, v. 30, p. 265-311, 1987.

NUNES, M. et al. **Contribuir para o desenvolvimento sustentável das zonas costeiras: um guia com lições retiradas da parceria SUSTAIN**. Projeto SUSTAIN. Fundo Europeu para o Desenvolvimento Regional INTER-REG IVC, 2012. Disponível em: <https://silotips/download/contribuir-para-o-desenvolvimento-sustentavel-das-zonas-costeiras>. Acesso em: 24 ago. 2022.

ONU – Organização das Nações Unidas. **Transformando nosso mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**. 2015. Disponível em: <https://brasil.un.org/sites/default/files/2020-09/agenda2030-pt-br.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2022.

ONU – Organização das Nações Unidas. **Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development**. Nova Iorque, 2015a. Disponível em: <https://docs.un.org/en/A/RES/70/1>. Acesso em: 9 jul. 2022.

ONU – Organização das Nações Unidas. **Press kit for the Sustainable Development Summit 2015: Time for global action for people and planet**. 2015b. Disponível em: <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/73580adf-cdb5-461b-af7d-d2051eb76a63/content>. Acesso em: 20 out. 2022.

ONU – Organização das Nações Unidas. **Declaração do Milênio**. 2000. Disponível em: <https://www.undp.org/pt/brazil/publications/declaracao-do-milenio>. Acesso em: 26 set. 2022.

PAGOTTO, E. L. **Greenwashing: os conflitos éticos da propaganda ambiental**. 2014. Dissertação (Mestrado em Mudanças Sociais e Participação Política) – EACH/USP, São Paulo, 2014. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100134/tde-22072013-141652/en.php>. Acesso em: 10 ago. 2022.

PINHEIRO, M. D. **Ambiente e construção sustentável**. Lisboa: Instituto do Ambiente, 2006.

PORTO, P. C. R. **As marcas de certificação e marcas coletivas como instrumento de inovação nas empresas nacionais**. 2010. Disponível em: <https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/propriedade04.pdf>. Acesso em: 17 out. 2022.

PORTO, P. C. R. **A função de qualidade nos signos distintivos substanciais**. 2011. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação) – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2011.

POSNER, R. Intellectual property: the law and economics approach. **Journal of Economic Perspectives**, v. 19, n. 2, p. 57-73, 2005.

RAMELLO, G. B. Intellectual property and the markets of ideas. **Review of Network Economics**, p. 68-87, 2005.

RAMELLO, G. B. What's in a sign? Trademark law and economic theory. **Journal of Economic Surveys**, v. 20, n. 4, p. 547-565, 2006.

RAMELLO, G. B. Appropriating signs and meaning: the elusive economics of trademark. **Industrial and Corporate Change**, v. 15, n. 6, p. 937-963, 2006.

RESENDE, R. **A Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável nas Grandes Opções do Plano 2017**. 2018. Dissertação (Mestrado em Engenharia do Ambiente – Perfil Engenharia de Sistemas Ambientais) – Universidade Nova de Lisboa, 2018.

SACHS, J. D. From Millennium Development Goals to Sustainable Development Goals. **The Lancet**, v. 379, n. 9832, p. 2206-2211, 2012. Disponível em: [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(12\)60685-0/abstract](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(12)60685-0/abstract). Acesso em: 14 set. 2022.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

SAVITZ, A.; WEBER, K. **A empresa sustentável: o verdadeiro sucesso é o lucro com responsabilidade social e ambiental**. São Paulo: Campus/Elsevier, 2007.

SCHEYVENS, R.; BANKS, G.; HUGHES, E. The private sector and the SDGs: the need to move beyond “business as usual”. **Sustainable Development**, v. 24, n. 6, p. 371-382, 2016. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/sd.1623>. Acesso em: 9 set. 2022.

TOMÉ, F. **Tudo que você precisa saber sobre selo verde e ecoetiquetas: certificações ambientais e sociais**. São Paulo: Projeto W3, 2008.

UN – United Nations. **Report of the United Nations Conference on Environment and Development: Rio Declaration on Environment and Development**. 1992. Disponível em: https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A_CONF.151_26_Vol.I_Declaration.pdf. Acesso em: 14 set. 2022.

UNEP – United Nations Environment Programme. **Towards a green economy: pathways to sustainable development and poverty eradication – A synthesis for policy makers**. 2011. Disponível em: <https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/12099/GLOCIGESummaryPolicyMakers.pdf>. Acesso em: 8 jul. 2022.

UN GA – United Nations General Assembly. **Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development**. Resolution adopted on 25 September 2015. Disponível em: <https://docs.un.org/en/A/RES/70/1>. Acesso em: 8 set. 2022.

UN WSS – United Nations Web Services Section. **Sustainable Development Goals**. 2017. Disponível em: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>. Acesso em: 9 out. 2022.