REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

FASHION LAW COMO ESTRATÉGIA DE PROTEÇÃO E CRESCIMENTO DE MARCAS DE MODA: UMA ANÁLISE JURÍDICA A PARTIR DO CASO FARM RIO

FASHION LAW AS A STRATEGY FOR THE PROTECTION AND GROWTH OF FASHION BRANDS: A LEGAL ANALYSIS BASED ON THE FARM RIO CASE

FASHION LAW COMO ESTRATEGIA PARA LA PROTECCIÓN Y EL CRECIMIENTO DE LAS MARCAS DE MODA: UN ANÁLISIS JURÍDICO BASADO EN EL CASO FARM RIO

Ana Paula Vanzin
Faculdade Santa Teresa, Brasil
E-mail: anapaula_vanzin@gmail.com

Natalia Camila Hayden
Faculdade Santa Teresa, Brasil,
E-mail: nahhayden16@gmail.com

Adriana Moutinho Ianuzzi
Faculdade Santa Teresa
E-mail: advadrianammi@gmail.com

Resumo

O presente artigo analisa o Fashion Law sob a perspectiva do Direito Administrativo, com foco na atuação do Estado na regulação, fiscalização e controle da indústria da moda. Busca-se compreender de que forma os mecanismos administrativos contribuem para a proteção da propriedade intelectual, a repressão de práticas ilícitas e a promoção do desenvolvimento sustentável no setor fashion. A pesquisa adota metodologia qualitativa, de caráter exploratório e bibliográfico, fundamentada em legislação nacional, doutrina especializada e dados institucionais relacionados à indústria da moda. A análise teórica é complementada por uma abordagem ilustrativa a partir do estudo de caso da marca FARM Rio, utilizada como exemplo representativo da dinâmica do mercado de moda no Brasil. Nesse contexto, examina-se a atuação de órgãos administrativos, com destaque para o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), evidenciando a importância dos atos administrativos na concessão, manutenção e proteção de registros de marcas e desenhos industriais, bem como na garantia da segurança jurídica dos agentes econômicos. O trabalho também investiga o exercício do poder de polícia administrativa como instrumento de contenção de práticas ilícitas recorrentes no setor, como a pirataria, a concorrência desleal e a publicidade enganosa. Além disso, discute-se a crescente atuação estatal na agenda ESG (Environmental, Social and Governance), especialmente no enfrentamento do

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

greenwashing e na promoção de práticas empresariais mais responsáveis e transparentes.

Observa-se que a indústria da moda, por sua natureza dinâmica e globalizada, exige uma atuação regulatória mais complexa, capaz de equilibrar inovação, proteção de direitos e interesses coletivos. Nesse cenário, o Direito Administrativo assume papel central ao estruturar as bases normativas que orientam a atuação dos agentes públicos e privados. Conclui-se que o Direito Administrativo exerce função estruturante na organização da indústria da moda, garantindo equilíbrio concorrencial, proteção ao consumidor e segurança jurídica. Além disso, atua como instrumento fundamental para o desenvolvimento sustentável do setor e para a consolidação das marcas no cenário global.

Palavras-chave: Direito Administrativo; Fashion Law; Regulação; Poder de Polícia; Propriedade Intelectual.

Abstract

This article analyzes Fashion Law from the perspective of Administrative Law, focusing on the role of the State in regulating, supervising, and controlling the fashion industry. It aims to understand how administrative mechanisms contribute to the protection of intellectual property, the suppression of illegal practices, and the promotion of sustainable development within the fashion sector. The research adopts a qualitative methodology of an exploratory and bibliographic nature, based on national legislation, specialized doctrine, and institutional data related to the fashion industry. The theoretical analysis is complemented by an illustrative approach through a case study of the brand FARM Rio, used as a representative example of the dynamics of the fashion market in Brazil. In this context, the study examines the role of administrative bodies, with emphasis on the National Institute of Industrial Property (INPI), highlighting the importance of administrative acts in the granting, maintenance, and protection of trademark and industrial design registrations, as well as in ensuring legal certainty for economic actors. The paper also investigates the exercise of administrative police power as a tool to curb common illegal practices in the sector, such as piracy, unfair competition, and misleading advertising. In addition, it discusses the growing role of the State in the ESG (Environmental, Social and Governance) agenda, particularly in addressing greenwashing and promoting more responsible and transparent business practices. It is observed that the fashion industry, due to its dynamic and globalized nature, requires a more complex regulatory approach capable of balancing innovation, rights protection, and collective interests. In this scenario, Administrative Law plays a central role in structuring the normative framework that guides both public and private actors. The study concludes that Administrative Law plays a structuring role

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

in organizing the fashion industry, ensuring competitive balance, consumer protection, and legal certainty. Furthermore, it serves as a key instrument for the sustainable development of the sector and for the consolidation of brands in the global market.

Keywords: Administrative Law; Fashion Law; Regulation; Police Power; Intellectual Property.

Resumen

Este artículo analiza el Fashion Law desde la perspectiva del Derecho Administrativo, centrándose en el papel del Estado en la regulación, fiscalización y control de la industria de la moda. El objetivo es comprender cómo los mecanismos administrativos contribuyen a la protección de la propiedad intelectual, a la represión de prácticas ilícitas y a la promoción del desarrollo sostenible en el sector de la moda. La investigación adopta una metodología cualitativa, de carácter exploratorio y bibliográfico, basada en legislación nacional, doctrina especializada y datos institucionales relacionados con la industria fashion. El análisis teórico se complementa con un enfoque ilustrativo mediante el estudio de caso de la marca FARM Rio, utilizada como ejemplo representativo de la dinámica del mercado de la moda en Brasil. En este contexto, se examina la actuación de los órganos administrativos, con énfasis en el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI), destacando la importancia de los actos administrativos en el otorgamiento, mantenimiento y protección de los registros de marcas y diseños industriales, así como en la garantía de la seguridad jurídica de los agentes económicos. El trabajo también investiga el ejercicio del poder de policía administrativa como instrumento para combatir prácticas ilícitas comunes en el sector, como la piratería, la competencia desleal y la publicidad engañosa. Además, se analiza la creciente intervención del Estado en la agenda ESG (Ambiental, Social y de Gobernanza), especialmente en el enfrentamiento del greenwashing y en la promoción de prácticas empresariales más responsables y transparentes. Se observa que la industria de la moda, debido a su naturaleza dinámica y globalizada, requiere un enfoque regulatorio más complejo, capaz de equilibrar la innovación, la protección de derechos y los intereses colectivos. En este escenario, el Derecho Administrativo desempeña un papel central al estructurar el marco normativo que orienta la actuación de los agentes públicos y privados. Se concluye que el Derecho Administrativo cumple una función estructurante en la organización de la industria de la moda, garantizando el equilibrio competitivo, la protección del consumidor y la seguridad jurídica. Además, actúa como un instrumento clave para

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

el desarrollo sostenible del sector y para la consolidación de las marcas en el mercado global.

Palabras clave: Derecho Administrativo; Fashion Law; Regulación; Poder de Policía; Propiedad Intelectual.

1. Introdução

A indústria da moda vem se consolidando, nas últimas décadas, como um dos setores mais relevantes e dinâmicos da economia global. Isso não acontece apenas pelo seu impacto financeiro, mas também pela sua forte influência sobre comportamentos sociais, identidades culturais e hábitos de consumo (KAWAMURA, 2005). Em um cenário marcado pela globalização, pelos avanços tecnológicos e pela valorização dos aspectos simbólicos dos produtos, a moda deixou de ser vista apenas como expressão estética e passou a ocupar um papel estratégico no contexto econômico atual.

Nesse ambiente, onde a criatividade e os ativos intangíveis ganham cada vez mais importância, surge o Fashion Law como um campo jurídico voltado à compreensão das diversas relações que envolvem a cadeia produtiva da moda — desde a criação até a comercialização e circulação internacional dos produtos (SCAFIDI, 2006). Trata-se de uma área que dialoga com diferentes ramos do Direito, refletindo a complexidade do setor.

Embora frequentemente associado ao Direito Privado, especialmente no que diz respeito à propriedade intelectual, aos contratos e à responsabilidade civil, o Fashion Law também apresenta uma forte conexão com o Direito Administrativo. Isso se deve à atuação do Estado como agente regulador, fiscalizador e indutor de comportamentos econômicos, desempenhando funções essenciais para a organização e estabilidade do mercado (DI PIETRO, 2023; JUSTEN FILHO, 2022).

Com o crescimento e a sofisticação da indústria da moda — impulsionados pela digitalização, pela internacionalização das marcas e pelo aumento das exigências regulatórias, especialmente nas áreas ambiental, consumerista e de governança — torna-se necessário um conjunto de instrumentos jurídicos capaz de proteger não apenas interesses individuais, mas também coletivos e difusos. Nesse contexto, o Direito Administrativo assume um papel fundamental ao equilibrar a liberdade econômica com o interesse público (GRAU, 2018).

Além disso, temas contemporâneos como sustentabilidade e responsabilidade social ampliam ainda mais a atuação estatal, reforçando a função indutora do Direito Administrativo na promoção de práticas empresariais mais éticas. Assim, a regulação da moda passa a abranger não apenas aspectos econômicos, mas também sociais e ambientais.

Diante disso, este artigo busca analisar o Fashion Law sob a ótica do Direito Administrativo, destacando como a atuação do Estado contribui para o desenvolvimento e a proteção do setor. A pesquisa é qualitativa, de caráter exploratório e baseada em revisão bibliográfica, utilizando a marca FARM Rio como exemplo ilustrativo. Mais do que um estudo de caso aprofundado, trata-se de um ensaio teórico que utiliza a prática como apoio à reflexão.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

Por fim, o trabalho se justifica pela crescente relevância do tema no cenário jurídico brasileiro e pela necessidade de aprofundar o debate acadêmico sobre o papel do Direito Administrativo na regulação da indústria da moda.

1.1. Metodologia

A presente pesquisa adota abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, voltada à compreensão da atuação do Direito Administrativo no contexto do Fashion Law e de seus impactos na proteção e no desenvolvimento de marcas de moda.

O método de abordagem utilizado é o dedutivo. Parte-se de uma análise mais ampla sobre o papel do Estado na regulação da atividade econômica para, então, direcionar o olhar à sua aplicação específica na indústria da moda. Esse movimento metodológico permite conectar fundamentos gerais do Direito Administrativo a um setor bastante dinâmico e contemporâneo.

Do ponto de vista técnico, a pesquisa se apoia principalmente em levantamento bibliográfico e documental. Foram consultadas legislações nacionais, obras de doutrina especializada, artigos científicos e relatórios institucionais, além de materiais produzidos por organismos nacionais e internacionais. Esse conjunto de fontes sustenta a construção do referencial teórico utilizado ao longo do trabalho.

Como complemento, foi incorporado o estudo de caso da marca FARM Rio, utilizado como recurso metodológico de natureza qualitativa e caráter ilustrativo. Não se trata de um estudo empírico estruturado nem de uma análise estatística representativa do setor da moda. A escolha da marca decorre de sua relevância no cenário brasileiro e internacional, além de sua presença em debates importantes envolvendo propriedade intelectual, sustentabilidade e apropriação cultural.

O caso é utilizado, portanto, como uma forma de aproximar teoria e prática, ajudando a visualizar como determinadas categorias jurídicas se manifestam em situações concretas. Ainda assim, não há intenção de generalizar conclusões ou estabelecer padrões amplos a partir dessa análise.

Por fim, a combinação entre pesquisa bibliográfica e estudo de caso contribui para uma compreensão mais completa do tema, permitindo relacionar a construção teórica do Direito Administrativo com sua aplicação prática no universo da moda.

2. Fashion Law: Fashion Law: Conceituação e Estrutura Normativa

O Fashion Law pode ser entendido como um campo jurídico em formação, marcado pelo diálogo entre diferentes áreas do Direito aplicadas à indústria da moda. Em vez de se limitar a um único ramo, ele reúne normas de Direito Civil, Empresarial, do Consumidor, Ambiental, Internacional e, cada vez mais, do Direito Administrativo, refletindo a complexidade desse setor (SCAFIDI, 2006).

O surgimento desse campo está diretamente ligado às transformações da própria indústria da moda, que se tornou mais globalizada, dinâmica e orientada por ativos intangíveis, como marcas, identidade visual e reputação (KAWAMURA, 2005). Diante desse cenário, tornou-se necessário organizar e compreender melhor as relações jurídicas específicas desse mercado, ainda que não exista uma codificação única para o tema.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

Do ponto de vista conceitual, o Fashion Law vai muito além da proteção da propriedade intelectual, embora essa seja uma de suas bases mais importantes. Como aponta Scafidi (2006), ele abrange todo o ciclo da moda: da criação e proteção de designs até questões envolvendo produção, distribuição, publicidade, consumo e responsabilidade socioambiental. Essa abrangência mostra como o setor exige uma leitura jurídica mais integrada.No campo normativo, é possível identificar três níveis de regulação que convivem na indústria da moda. O primeiro é a regulação estatal, realizada por órgãos públicos, com poder de fiscalização e aplicação de sanções. O segundo é a autorregulação, conduzida por entidades privadas, como associações e órgãos de controle publicitário, que estabelecem padrões éticos. Por fim, há a governança corporativa, desenvolvida pelas próprias empresas por meio de práticas internas como compliance e gestão de riscos (SUNSTEIN, 2019; VERÍSSIMO, 2017).

Entender essa divisão é importante para evitar confusões. A regulação estatal tem caráter obrigatório e coercitivo, enquanto a autorregulação e a governança funcionam, em geral, por adesão voluntária e pela busca de credibilidade no mercado, ainda que também tenham impactos concretos.

Nesse contexto, o Direito Administrativo ganha destaque ao estruturar e organizar o funcionamento da indústria da moda. Isso ocorre por meio de instrumentos como o poder de polícia, a regulação econômica e a aplicação de sanções (DI PIETRO, 2023; CARVALHO FILHO, 2023). Na prática, isso se reflete em atividades como o registro de marcas, a fiscalização de práticas comerciais, o combate à concorrência desleal e a proteção do consumidor.

Além da função de controle, o Estado também atua de forma indutora, incentivando comportamentos considerados desejáveis por meio de políticas públicas e normas regulatórias, especialmente em temas como sustentabilidade e responsabilidade social. Isso mostra que o Direito Administrativo não atua apenas de forma repressiva, mas também como agente de transformação do mercado (GRAU, 2018).

O avanço de agendas como ESG (Environmental, Social and Governance) reforça ainda mais esse papel, exigindo das empresas maior compromisso com padrões éticos, sociais e ambientais. Na indústria da moda, isso aparece, por exemplo, nas preocupações com a cadeia produtiva, as condições de trabalho e os impactos ambientais, evidenciando a necessidade de integração entre diferentes formas de regulação.

Por fim, é importante destacar que o Fashion Law não é um campo estático. Pelo contrário, ele está em constante evolução, acompanhando mudanças tecnológicas, econômicas e culturais. Isso exige do Direito uma postura mais flexível e adaptável, capaz de responder a novos desafios sem abrir mão da segurança jurídica e da estabilidade das relações de mercado.

3. A Centralidade dos Ativos Intangíveis na Indústria da Moda

A indústria da moda se diferencia de muitos outros setores porque seu valor não está apenas nos produtos físicos, mas, principalmente, nos chamados ativos intangíveis. Em vez de depender só da matéria-prima ou da produção em si, a moda se apoia fortemente em elementos como marca, design, identidade visual e

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

reputação. São esses fatores simbólicos que criam conexão com o público e tornam uma marca desejada (KAWAMURA, 2005; KOTLER; KELLER, 2016).

Nesse cenário, os ativos intangíveis se tornam essenciais para gerar valor e destacar empresas em um mercado altamente competitivo e em constante renovação. A marca, por exemplo, vai muito além de identificar um produto — ela carrega significados, histórias e percepções que influenciam diretamente o consumidor (AAKER, 1998).

No entanto, proteger esses ativos não é simples. A moda é marcada pela rapidez com que tendências surgem e desaparecem, o que dificulta a aplicação dos mecanismos tradicionais de propriedade intelectual, muitas vezes pensados para setores mais estáveis (RAUSTIALA; SPRIGMAN, 2012).

No Brasil, a proteção jurídica desses elementos está principalmente na Lei nº 9.279/1996, que trata da propriedade industrial. O registro de marcas e desenhos industriais é uma ferramenta fundamental, pois garante ao titular o uso exclusivo e a possibilidade de agir contra práticas desleais (BARBOSA, 2010).

Sob a ótica do Direito Administrativo, essa proteção depende da atuação de órgãos públicos responsáveis por analisar e conceder esses registros, assegurando validade jurídica e reconhecimento perante terceiros. Esse processo mostra como o Estado exerce um papel importante na organização do mercado (DI PIETRO, 2023).

Além disso, o Direito Administrativo também atua no combate a práticas ilegais, como pirataria e falsificação. Essas condutas prejudicam não apenas as empresas, mas também o funcionamento justo do mercado e a segurança dos consumidores (GRAU, 2018). Nesse sentido, o Estado exerce o chamado poder de polícia, fiscalizando, apreendendo produtos irregulares e aplicando sanções quando necessário.

Por outro lado, a proteção dos ativos intangíveis não depende só do Estado. As próprias empresas adotam estratégias para fortalecer e resguardar suas marcas, como programas de compliance, contratos de licenciamento e políticas de controle de qualidade (VERÍSSIMO, 2017).

Mais recentemente, o conceito de ativo intangível na moda tem se ampliado. Hoje, aspectos como sustentabilidade, responsabilidade social e impacto ambiental também influenciam o valor de uma marca. A reputação corporativa, nesse contexto, torna-se um diferencial importante, afetando diretamente as escolhas dos consumidores.

Diante disso, fica claro que a proteção desses ativos exige uma atuação conjunta entre o Direito Público e o Direito Privado. O Direito Administrativo, em especial, tem papel relevante ao regular e fiscalizar essas novas demandas, além de incentivar práticas empresariais mais responsáveis.

Por fim, a centralidade dos ativos intangíveis desafia o Direito a se adaptar a um ambiente marcado por inovação constante e mudanças rápidas. Para garantir a proteção efetiva desses bens e a estabilidade do mercado, torna-se essencial uma atuação integrada entre diferentes instrumentos jurídicos.

4. A Marca FARM Rio como Ilustração Empírica

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

O uso de exemplos práticos neste trabalho tem apenas uma função ilustrativa: ajudar a mostrar, de forma mais concreta, como os conceitos jurídicos discutidos se aplicam na realidade. Nesse sentido, a marca FARM Rio é utilizada como referência dentro da indústria da moda brasileira, mas não como objeto de um estudo de caso aprofundado ou de uma análise empírica detalhada.

Criada no Rio de Janeiro, a FARM Rio se consolidou como uma marca de destaque no cenário nacional, principalmente por sua identidade visual marcante, inspirada em elementos da cultura brasileira, como cores vibrantes, estampas e referências à fauna e à flora tropicais. Esse posicionamento evidencia como os ativos intangíveis — como imagem, identidade e conceito — são centrais para gerar valor e diferenciação no setor (KAWAMURA, 2005).

Do ponto de vista jurídico, a atuação da marca permite perceber, na prática, a importância da proteção da propriedade intelectual, especialmente no que diz respeito ao registro de marcas e à preservação da identidade visual. No Brasil, esses mecanismos são regulados pela Lei nº 9.279/1996, que garante ao titular o direito de uso exclusivo e proteção contra concorrência desleal (BARBOSA, 2010).

Essa proteção passa, necessariamente, pela atuação do Estado. É por meio de procedimentos administrativos — como o registro e a manutenção de marcas — que esses direitos ganham validade e eficácia. Nesse contexto, o Direito Administrativo exerce um papel essencial ao assegurar segurança jurídica e organização do mercado (DI PIETRO, 2023).

Além disso, a atuação de uma marca como a FARM Rio ocorre dentro de um ambiente regulado por diversas normas, incluindo regras de defesa do consumidor, publicidade e meio ambiente. A fiscalização dessas áreas demonstra como o Direito Administrativo está presente em diferentes dimensões da indústria da moda.

Atualmente, também ganham espaço debates sobre o uso de elementos culturais por marcas, muitas vezes relacionados à ideia de apropriação cultural. Embora esse não seja o foco central do trabalho, a menção a esse tema ajuda a ilustrar a complexidade das relações jurídicas no setor, que envolvem não apenas propriedade intelectual, mas também direitos culturais e regulação estatal (APPADURAI, 1996; SANTILLI, 2009).

Essas situações reforçam a importância de as empresas adotarem práticas internas de controle e prevenção, como programas de compliance e estratégias de gestão de riscos. Isso mostra que a proteção jurídica não depende apenas do Estado, mas também da atuação das próprias empresas, evidenciando a convivência entre regulação estatal e autorregulação (VERÍSSIMO, 2017).

Além disso, a presença da marca em mercados internacionais permite observar, ainda que de forma ilustrativa, os desafios de proteger ativos intangíveis em diferentes países. A necessidade de registrar marcas em várias jurisdições e de cumprir normas estrangeiras revela a complexidade da atuação em um contexto globalizado (GIDDENS, 2000).

Por fim, é importante destacar que a utilização da FARM Rio neste trabalho tem caráter apenas exemplificativo. A intenção não é esgotar a análise sobre a marca, mas utilizá-la como um recurso para tornar mais clara a aplicação prática dos conceitos discutidos. Assim, o estudo mantém seu caráter de ensaio teórico, com

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

apoio de exemplos, sem a pretensão de realizar uma análise empírica aprofundada ou generalizações amplas.

5. Propriedade Intelectual e Limites da Criação

A apropriação cultural é um dos temas mais delicados e complexos dentro do Fashion Law atualmente, especialmente em um mundo cada vez mais globalizado, onde ideias, estilos e símbolos circulam com rapidez. Na indústria da moda, isso aparece quando marcas utilizam elementos estéticos ou culturais de determinados grupos — muitas vezes comunidades indígenas, tradicionais ou historicamente marginalizadas — como forma de diferenciação no mercado. Essa prática levanta debates importantes sobre os limites da criatividade, o respeito às culturas e a própria ideia de justiça social (APPADURAI, 1996).

Do ponto de vista jurídico, um dos principais desafios está no fato de que os instrumentos tradicionais de propriedade intelectual não conseguem proteger adequadamente esse tipo de bem cultural. Isso porque o modelo clássico foi pensado para criações individuais, com autoria definida e finalidade econômica, enquanto muitas manifestações culturais são coletivas, transmitidas ao longo do tempo e sem um "dono" específico (SANTILLI, 2009).

Essa situação evidencia uma lacuna no sistema jurídico, que ainda busca formas mais eficazes de proteger esses bens. Nesse contexto, a Constituição Federal de 1988 tem papel importante ao reconhecer a diversidade cultural como patrimônio nacional, abrindo espaço para políticas públicas voltadas à sua preservação.

É justamente aí que o Direito Administrativo ganha relevância. Cabe ao Estado não só criar, mas também implementar e fiscalizar políticas que protejam o patrimônio cultural e valorizem a diversidade. Essa atuação acontece por meio de órgãos públicos, normas e instrumentos voltados à preservação de expressões culturais, reforçando o papel do Estado na proteção de interesses coletivos (DI PIETRO, 2023).

Além de proteger, o Estado também regula. Ou seja, pode estabelecer limites e diretrizes para o uso de elementos culturais por empresas, especialmente quando há risco de exploração indevida ou desrespeito às comunidades de origem. Essa regulação busca equilibrar a liberdade econômica com a necessidade de proteção cultural.

Vale destacar que a apropriação cultural não é apenas uma questão jurídica. Ela também envolve aspectos éticos, sociais e políticos. Por isso, a atuação estatal precisa ir além das normas, incluindo políticas públicas e espaços de participação social.

Na prática da indústria da moda, esse problema se torna ainda mais evidente, já que muitas vezes elementos culturais são utilizados sem o devido reconhecimento, contexto ou qualquer tipo de compensação às comunidades de origem. Mesmo sem aprofundar casos específicos, essa realidade mostra como o tema exige respostas mais adequadas do Direito.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

Diante disso, fica claro que os modelos tradicionais de proteção precisam ser repensados. É necessário desenvolver soluções mais amplas, que combinem a proteção jurídica com a defesa de direitos coletivos. Nesse cenário, o Direito Administrativo tem papel fundamental, tanto na criação de políticas públicas quanto na fiscalização e na promoção de maior equilíbrio social.

Ao mesmo tempo, muitas empresas já começam a incorporar essas preocupações em suas práticas internas, por meio de políticas de compliance e responsabilidade social. Além de reduzir riscos jurídicos e de imagem, essas medidas contribuem para relações mais justas entre mercado e sociedade (VERÍSSIMO, 2017).

Por fim, analisar a apropriação cultural dentro do Fashion Law mostra como esse é um tema que exige uma visão mais integrada do Direito. A articulação entre diferentes áreas e a atenção às dimensões sociais e culturais são essenciais para construir soluções mais justas e inclusivas, nas quais o Direito Administrativo desempenha um papel central.

6. Apropriação Cultural e Direitos Coletivos

A crescente complexidade das relações jurídicas na indústria da moda exige a adoção de instrumentos contratuais sofisticados e mecanismos de governança capazes de assegurar não apenas a proteção dos interesses privados, mas também a observância de normas de ordem pública e princípios administrativos. Nesse contexto, os contratos assumem papel central na estruturação das relações entre marcas, fornecedores, designers, influenciadores e comunidades tradicionais, sendo complementados por práticas de compliance que visam garantir conformidade normativa e responsabilidade social.

Sob a perspectiva do Direito Administrativo, a relevância dos contratos na indústria da moda ultrapassa o âmbito privado, especialmente quando tais relações envolvem interesses coletivos, direitos culturais ou impactos socioeconômicos mais amplos. A atuação estatal, nesse cenário, manifesta-se tanto por meio da regulação quanto da fiscalização das práticas contratuais, assegurando que estas estejam alinhadas com os princípios da legalidade, moralidade, eficiência e interesse público, conforme previsto no artigo 37 da Constituição Federal de 1988.

A Lei nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos) reforça a centralidade da governança e da integridade nas relações contratuais, estabelecendo diretrizes que, embora voltadas à Administração Pública, influenciam também o setor privado ao consolidar padrões de transparência, gestão de riscos e responsabilização. Nesse sentido, observa-se uma aproximação entre o Direito Administrativo e a governança corporativa, especialmente no que se refere à adoção de programas de integridade e mecanismos de controle interno.

A implementação de programas de compliance, nesse contexto, revela-se essencial para prevenir riscos jurídicos e reputacionais. Tais programas envolvem a criação de códigos de conduta, canais de denúncia, auditorias internas e políticas de relacionamento com terceiros, incluindo cláusulas contratuais específicas voltadas à proteção da propriedade intelectual, ao respeito à diversidade cultural e à observância de normas ambientais e trabalhistas.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

A doutrina administrativista contemporânea reconhece essa expansão da atuação estatal sobre a esfera privada. Para Marçal Justen Filho, o Estado moderno exerce função regulatória e indutora, estabelecendo padrões de comportamento que influenciam diretamente a atuação dos agentes econômicos. De forma complementar, Maria Sylvia Zanella Di Pietrodestaca que a atividade administrativa não se limita à prestação direta de serviços, mas abrange também o controle e a orientação das atividades privadas em prol do interesse coletivo.

No âmbito da responsabilização, destaca-se a Lei nº 12.846/2013 (Lei Anticorrupção), que estabelece a responsabilidade objetiva de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a Administração Pública, nacional ou estrangeira. Embora voltada principalmente à repressão de práticas corruptivas, essa legislação reforça a importância da adoção de mecanismos de integridade no setor privado, inclusive na indústria da moda, especialmente em operações que envolvam incentivos fiscais, parcerias público-privadas ou relações com entes estatais.

Além disso, a responsabilidade administrativa pode se manifestar em situações envolvendo violação de direitos do consumidor, concorrência desleal e uso indevido de bens culturais, exigindo a atuação de órgãos fiscalizadores e reguladores. A proteção do consumidor, nesse contexto, é reforçada por normas do Código de Defesa do Consumidor, cuja aplicação frequentemente envolve atuação administrativa por meio de órgãos de fiscalização e sanção.

No cenário internacional, diretrizes como os Princípios Orientadores das Nações Unidas sobre Empresas e Direitos Humanos reforçam a necessidade de que empresas adotem práticas responsáveis, respeitando direitos humanos e prevenindo impactos negativos decorrentes de suas atividades. Tais instrumentos ampliam o alcance da responsabilidade empresarial, aproximando-a de uma lógica de responsabilidade administrativa ampliada.

O caso da FARM Rio evidencia a importância da estruturação contratual e da adoção de práticas de compliance na indústria da moda. A celebração de parcerias com comunidades tradicionais, a proteção de ativos intangíveis e a expansão internacional da marca exigem instrumentos jurídicos robustos, capazes de garantir segurança jurídica e conformidade com normas nacionais e internacionais.

Nesse contexto, os contratos deixam de ser meros instrumentos de formalização de vontades para se tornarem mecanismos de governança e gestão de riscos, alinhados com princípios administrativos e diretrizes de sustentabilidade. A atuação estatal, por sua vez, assegura que tais relações se desenvolvam dentro de parâmetros éticos e jurídicos adequados, promovendo equilíbrio entre liberdade econômica e proteção do interesse público.

Ademais, a crescente incorporação de critérios ESG (Environmental, Social and Governance) reforça a necessidade de integração entre Direito Administrativo e práticas empresariais, exigindo que empresas adotem condutas responsáveis não apenas do ponto de vista econômico, mas também social e ambiental. A Administração Pública, ao estabelecer diretrizes e fiscalizar seu cumprimento, contribui para a consolidação de um modelo de desenvolvimento sustentável e inclusivo.

Dessa forma, a análise dos contratos, do compliance e da responsabilidade administrativa na indústria da moda evidencia a consolidação de um modelo

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

jurídico híbrido, no qual o Direito Administrativo desempenha papel fundamental na orientação, fiscalização e indução de comportamentos no setor privado, garantindo não apenas a legalidade das relações, mas também sua legitimidade social e ética.

7. Contratos, Compliance e Regulação

Em um cenário marcado pela globalização, pela fragmentação das cadeias produtivas e pelo aumento das exigências regulatórias, as empresas passaram a precisar de mecanismos mais eficazes para garantir que suas atividades estejam de acordo com a lei. É nesse contexto que o compliance e a governança corporativa ganham destaque como ferramentas essenciais para organizar e orientar o funcionamento do setor.

O compliance pode ser entendido como um conjunto de práticas e procedimentos adotados pelas empresas para assegurar que suas ações estejam em conformidade com normas jurídicas, regulatórias e também com padrões éticos (VERÍSSIMO, 2017). Mais do que simplesmente cumprir a lei, ele envolve uma postura preventiva, voltada a evitar riscos jurídicos, problemas de reputação e falhas operacionais.

Na indústria da moda, essa preocupação é ainda maior, já que o setor está sujeito a diversas áreas do Direito, como o Direito do Consumidor, do Trabalho, Ambiental e as normas que regulam a publicidade. Por isso, não basta apenas conhecer as regras — é fundamental incorporá-las no dia a dia da empresa, de forma estruturada.

A governança corporativa, por sua vez, está relacionada à forma como a empresa é administrada e controlada. Ela envolve transparência, definição de responsabilidades e prestação de contas. No setor da moda, a governança tem um papel estratégico, especialmente ao equilibrar interesses econômicos com demandas sociais, como sustentabilidade, condições de trabalho e responsabilidade social.

Do ponto de vista do Direito Administrativo, a relação entre compliance e governança mostra que o modelo de regulação atual é mais complexo e colaborativo. O Estado não atua apenas punindo, mas também incentivando boas práticas dentro das empresas (DI PIETRO, 2023).

Esse incentivo acontece por meio de normas, políticas públicas e diretrizes que estimulam a adoção de programas de compliance e estruturas de governança. Assim, o Estado passa a orientar o comportamento das empresas, ajudando a estabelecer padrões no mercado.

É importante destacar que a autorregulação — ou seja, as práticas adotadas pelas próprias empresas — não substitui a atuação do Estado. Pelo contrário, ela funciona em conjunto com a regulação estatal, muitas vezes sendo estimulada por ela. Nesse sentido, compliance e governança acabam levando as normas jurídicas para dentro das organizações.

Na indústria da moda, isso se torna ainda mais relevante diante da crescente cobrança por transparência nas cadeias produtivas, respeito ao meio ambiente e responsabilidade por práticas abusivas. Adotar mecanismos de compliance ajuda

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

não só a evitar infrações, mas também a lidar melhor com os desafios de atuar em diferentes países e sistemas jurídicos.

Mesmo sem analisar casos concretos, é possível perceber que esses instrumentos são fundamentais para o funcionamento do setor. A falta de programas de compliance, por exemplo, pode gerar sanções, processos e danos à imagem da empresa, o que reforça sua importância.

Além disso, investir em governança e compliance contribui para um ambiente de negócios mais seguro e previsível, fortalecendo a confiança entre empresas, consumidores e parceiros. Em um setor como o da moda, onde a reputação é um ativo valioso, isso faz toda a diferença.

Por fim, ao analisar compliance, governança e regulação em conjunto, percebe-se uma mudança no próprio papel do Direito Administrativo, que passa a atuar de forma mais flexível e colaborativa. No contexto do Fashion Law, essa evolução é essencial para equilibrar inovação, crescimento econômico e responsabilidade social.

8. Internacionalização das Marcas de Moda e Proteção Transnacional

A internacionalização das marcas de moda é um dos fenômenos mais marcantes da indústria contemporânea. Ela não acontece de forma isolada, mas como resultado direto de transformações profundas na economia global, como a globalização, o avanço das plataformas digitais, o crescimento do comércio eletrônico e a valorização crescente dos ativos intangíveis — especialmente marcas, reputação e identidade visual.

Na prática, isso significa que uma marca de moda já não atua apenas no seu país de origem. Ela pode vender para diferentes mercados ao mesmo tempo, lançar campanhas globais em redes sociais e construir uma identidade reconhecida internacionalmente. Esse movimento amplia oportunidades, mas também traz uma série de desafios jurídicos e regulatórios.

Um dos principais pontos é que o Direito da propriedade intelectual ainda é, em grande parte, baseado no princípio da territorialidade. Isso quer dizer que uma marca não é automaticamente protegida no mundo inteiro: ela precisa ser registrada em cada país ou em sistemas internacionais específicos. Por isso, empresas que atuam globalmente costumam registrar suas marcas em diversos territórios e usar mecanismos internacionais de cooperação para tentar reduzir conflitos e duplicidade de registros (COELHO, 2021).

Nesse cenário, instrumentos como sistemas internacionais de registro de marcas ajudam a simplificar parte do processo, mas não eliminam a complexidade. Cada país continua tendo regras próprias, prazos diferentes, exigências documentais específicas e interpretações jurídicas próprias sobre o que pode ou não ser protegido.

Além disso, a internacionalização das marcas de moda não envolve apenas propriedade intelectual. Ela também exige atenção a uma grande variedade de normas administrativas em cada jurisdição. Isso inclui regras de defesa do consumidor, rotulagem de produtos, padrões de publicidade, normas ambientais, restrições sobre importação e até exigências relacionadas às condições de trabalho na cadeia produtiva.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

Ou seja, uma mesma peça de roupa pode estar sujeita a diferentes regulações dependendo do país onde é vendida. Isso obriga as empresas a adotarem uma postura muito mais estruturada de conformidade, com equipes jurídicas especializadas e sistemas internos de controle.

É justamente aqui que o compliance ganha uma dimensão global. Ele deixa de ser apenas um conjunto de regras internas e passa a funcionar como uma estratégia de gestão de riscos internacionais. Isso inclui mapear legislações de diferentes países, monitorar mudanças regulatórias constantes e adaptar processos produtivos e de comunicação para evitar sanções ou restrições de mercado.

Outro fator importante é o crescimento do ambiente digital. Hoje, marcas de moda não dependem apenas de lojas físicas: elas atuam fortemente em e-commerce, marketplaces e redes sociais. Isso faz com que um único conteúdo publicitário possa atingir consumidores de dezenas de países ao mesmo tempo, o que gera conflitos de jurisdição e dúvidas sobre qual legislação deve ser aplicada em cada caso.

Por isso, autoridades administrativas ao redor do mundo têm aumentado a fiscalização sobre temas como publicidade enganosa, proteção de dados pessoais, práticas comerciais abusivas e impactos ambientais. A tendência global é de maior rigor regulatório, especialmente em setores altamente visíveis como o da moda.

Também é importante destacar que, na indústria da moda, a internacionalização não envolve apenas vendas, mas também reputação. Uma marca global precisa manter coerência de imagem, qualidade e discurso em diferentes países. Qualquer problema local pode rapidamente ganhar repercussão internacional, especialmente em redes sociais, afetando diretamente o valor da marca.

Nesse sentido, a proteção jurídica e a conformidade regulatória deixam de ser apenas obrigações legais e passam a ser estratégias de sobrevivência no mercado global. Empresas que não se adaptam podem enfrentar desde multas e bloqueios de produtos até danos reputacionais difíceis de reverter.

Outro ponto relevante é que a internacionalização também expõe desigualdades entre países. Enquanto algumas jurisdições possuem regras mais rígidas e estruturas de fiscalização mais fortes, outras têm sistemas mais flexíveis ou menos consolidados. Isso exige que as empresas atuem com cautela, respeitando padrões internacionais de conduta, especialmente em temas como sustentabilidade e direitos trabalhistas.

Por fim, é possível perceber que a internacionalização das marcas de moda exige muito mais do que expansão comercial. Ela demanda organização jurídica, capacidade de adaptação regulatória e visão estratégica global. Nesse processo, o Direito Administrativo desempenha um papel essencial ao estruturar a atuação do Estado, regular atividades econômicas e garantir padrões mínimos de proteção em diferentes áreas, contribuindo para um mercado internacional mais seguro, previsível e equilibrado.

9. RESULTADO E DISCUSSÃO

Considerando o caráter teórico deste estudo, é importante destacar que os “resultados” aqui apresentados não devem ser entendidos como conclusões obtidas a partir de pesquisa de campo ou análise empírica direta. Na verdade, eles

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

decorrem de uma construção analítica baseada na revisão da literatura e na interpretação do referencial jurídico adotado ao longo do trabalho. O objetivo principal, portanto, é organizar e sintetizar os principais argumentos discutidos, evidenciando suas implicações para o Fashion Law.

A análise desenvolvida permite perceber que o Fashion Law, embora ainda em consolidação como campo jurídico, não se resume à simples aplicação isolada de diferentes ramos do Direito na indústria da moda. Pelo contrário, ele se apresenta como um espaço de integração, onde convivem e dialogam áreas como o Direito Empresarial, o Direito do Consumidor, a Propriedade Intelectual e, de maneira cada vez mais relevante, o Direito Administrativo.

Um dos principais achados teóricos do estudo é justamente o reconhecimento de que o Direito Administrativo exerce uma função estruturante dentro desse setor. Isso ocorre porque sua atuação não se limita a punir condutas irregulares, mas também envolve a criação de políticas públicas, a definição de regras e a orientação do comportamento dos agentes econômicos por meio de incentivos e regulações.

Ao longo da discussão, também se torna evidente que uma visão puramente baseada no Direito Privado não é suficiente para compreender a complexidade do universo da moda. Questões como apropriação cultural, sustentabilidade e responsabilidade social mostram que o setor ultrapassa relações contratuais simples, envolvendo interesses coletivos, culturais e até ambientais.

Outro ponto importante é o papel cada vez mais relevante da governança corporativa e do compliance. A análise teórica indica que esses mecanismos não servem apenas para garantir o cumprimento da lei, mas também funcionam como uma ponte entre o Estado e as empresas, criando um modelo regulatório mais compartilhado, em que regulação pública e autorregulação privada atuam juntas.

No caso da internacionalização das marcas de moda, o estudo mostra que a atuação global das empresas aumenta significativamente a complexidade jurídica. Isso acontece porque diferentes países possuem regras próprias, exigências específicas e níveis distintos de fiscalização. Assim, torna-se indispensável o desenvolvimento de estratégias jurídicas integradas, capazes de garantir conformidade e proteção em múltiplos sistemas ao mesmo tempo.

É importante reforçar que, embora o trabalho utilize exemplos do setor da moda para facilitar a compreensão dos conceitos, ele não se configura como um estudo de caso empírico. Trata-se de um ensaio teórico com uso pontual de ilustrações, o que delimita o alcance das conclusões e evita generalizações indevidas.

A principal contribuição do estudo está em propor uma leitura do Fashion Law a partir do Direito Administrativo, permitindo enxergar a indústria da moda não apenas como um mercado econômico, mas como um espaço fortemente regulado, onde também estão presentes interesses públicos relevantes.

Além disso, a discussão aponta para a necessidade de construção de instrumentos jurídicos mais adequados à realidade atual do setor, especialmente diante de temas como diversidade cultural, impactos sociais e sustentabilidade. Isso reforça a importância de abordagens mais integradas e interdisciplinares no campo jurídico.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

Por fim, esses resultados devem ser compreendidos dentro dos limites próprios de uma pesquisa teórica, que não busca encerrar o debate, mas sim ampliá-lo. Nesse sentido, abre-se espaço para que futuras pesquisas avancem na investigação empírica dessas questões, aprofundando a compreensão sobre como esses conceitos se aplicam na prática.

10. CONCLUSÃO

O presente estudo teve como objetivo analisar o Fashion Law a partir de uma perspectiva jurídico-administrativa, buscando compreender de que maneira a atuação estatal e os mecanismos regulatórios influenciam a organização e o desenvolvimento da indústria da moda. A partir de uma abordagem teórica, fundamentada em revisão bibliográfica e articulação conceitual, foi possível evidenciar que o setor não pode ser compreendido exclusivamente sob a ótica privatista, exigindo a consideração de elementos normativos mais amplos.

A análise desenvolvida ao longo do trabalho permitiu identificar que o Fashion Law se configura como um campo jurídico transversal, no qual se articulam diferentes ramos do Direito, com destaque para o papel estruturante do Direito Administrativo. A atuação estatal, nesse contexto, revela-se fundamental não apenas na imposição de sanções, mas também na formulação de políticas públicas, na edição de normas e na indução de comportamentos por parte dos agentes econômicos.

Verificou-se, ainda, que a crescente complexidade da indústria da moda, marcada pela globalização, pela digitalização e pela valorização de ativos intangíveis, impõe desafios jurídicos que ultrapassam os limites dos instrumentos tradicionais de regulação. Questões como a proteção de direitos coletivos, a apropriação cultural, a sustentabilidade e a internacionalização das marcas evidenciam a necessidade de modelos normativos mais abrangentes e integrados.

No que se refere à apropriação cultural, a discussão demonstrou a insuficiência dos regimes clássicos de propriedade intelectual para a tutela de bens culturais de natureza coletiva, reforçando a importância da atuação estatal na proteção de direitos fundamentais e na promoção de justiça social. Nesse cenário, o Direito Administrativo assume papel central ao viabilizar a implementação de políticas públicas e mecanismos regulatórios voltados à preservação da diversidade cultural.

A análise dos mecanismos de compliance e governança evidenciou, por sua vez, a consolidação de um modelo regulatório híbrido, no qual a regulação estatal se articula com práticas de autorregulação e governança privada. Tal modelo reflete a evolução do Direito Administrativo contemporâneo, que passa a atuar não apenas de forma coercitiva, mas também como instrumento de orientação e indução de comportamentos no mercado.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

No âmbito da internacionalização, constatou-se que a expansão das marcas de moda para o cenário global intensifica a complexidade regulatória, exigindo a adaptação a múltiplos ordenamentos jurídicos e a adoção de estratégias de conformidade transnacional. Essa realidade reforça a importância da articulação entre Direito Administrativo e Direito Internacional na organização do setor.

Importa ressaltar que, em razão da natureza teórica do presente estudo, as conclusões aqui apresentadas devem ser compreendidas como construções analíticas, não decorrentes de investigação empírica, mas da sistematização crítica do referencial bibliográfico adotado. Tal delimitação metodológica impõe cautela quanto à generalização dos resultados, ao mesmo tempo em que reforça a consistência teórica das reflexões desenvolvidas.

A principal contribuição do trabalho consiste, portanto, na proposição de uma leitura do Fashion Law orientada pelo Direito Administrativo, evidenciando a centralidade da regulação estatal na estruturação da indústria da moda e na proteção de interesses coletivos. Essa abordagem permite ampliar a compreensão do setor, deslocando-o de uma perspectiva exclusivamente privada para um modelo mais complexo, no qual se articulam interesses econômicos, sociais e culturais.

Por fim, destaca-se que o tema permanece aberto a aprofundamentos, especialmente por meio de pesquisas empíricas que possam investigar a aplicação prática dos conceitos aqui discutidos. A continuidade dos estudos nesse campo mostra-se relevante para o desenvolvimento de soluções jurídicas mais adequadas às demandas contemporâneas da indústria da moda, contribuindo para a construção de um ambiente regulatório mais equilibrado, eficiente e socialmente responsável.

Referências

APPADURAI, Arjun. *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.

BASSO, Maristela. *Propriedade intelectual: legislação e tratados internacionais*. São Paulo: Atlas, 2017.

BARROSO, Luís Roberto. *Curso de direito constitucional contemporâneo*. 9. ed. São Paulo: Saraiva, 2020.

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. *Código de Defesa do Consumidor*. Brasília, DF: Presidência da República, 1990.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. *Lei da Propriedade Industrial*. Brasília, DF: Presidência da República, 1996.

COELHO, Fábio Ulhoa. *Curso de direito comercial: direito de empresa*. 20. ed. São Paulo: Saraiva, 2021.

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. *Direito administrativo*. 36. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2023.

FARAH, Marta Ferreira Santos. *Administração pública*. São Paulo: Fundação Getulio Vargas, 2019.

FEATHERSTONE, Mike. *Consumer culture and postmodernism*. Londres: Sage, 2007.

GRAU, Eros Roberto. *A ordem econômica na Constituição de 1988*. 17. ed. São Paulo: Malheiros, 2018.

JIMENEZ, Guillermo C.; KOLSUN, Barbara. *Fashion law: a guide for designers, fashion executives, and attorneys*. New York: Fairchild Books, 2014.

KAPFERER, Jean-Noël. *The luxury strategy: break the rules of marketing to build luxury brands*. 2. ed. Londres: Kogan Page, 2012.

LESSIG, Lawrence. *Free culture: how big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity*. New York: Penguin Press, 2004.

MORIN, Edgar. *A cultura de massas no século XX*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 15/04/2026
Vol: 13.06
DOI: 10.66104/r3ddnq94
Pages: 1-19

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL (OMPI). *Convenção de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial*. Paris, 1883.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO (OMC). *Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (TRIPS)*. Genebra, 1994.

OST, François. *O tempo do direito*. Lisboa: Instituto Piaget, 1999.

SANTILLI, Juliana. *Socioambientalismo e novos direitos: proteção jurídica à diversidade biológica e cultural*. São Paulo: Peirópolis, 2009.

SEN, Amartya. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

TEUBNER, Gunther. *Direito, sistema e identidade*. Lisboa: Piaget, 2005.

VEIGA, José Eli da. *Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI*. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

VERÍSSIMO, Carla. *Compliance: incentivo à adoção de medidas anticorrupção*. São Paulo: Saraiva, 2017.