

**Resolução da ABPI n° 84 /2014**

**ASSUNTO: Posição da ABPI sobre Embalagens Genéricas (denominadas em inglês como “Plain Packaging”).**

EM 29 DE MAIO DE 2014 O COMITÊ EXECUTIVO E O CONSELHO DIRETOR DA ABPI APROVARAM A PRESENTE RESOLUÇÃO.

**I. Considerando** que alguns países contemplam a possibilidade de aprovação de leis que instituem as chamadas embalagens genéricas (*plain packaging*) em produtos de diferentes indústrias, tais como, as indústrias de tabaco, medicamento, alimentos, bebidas alcoólicas;

**II. Considerando** que, dentre as indústrias atingidas, merece atenção especial o rápido avanço das iniciativas de adoção das embalagens genéricas na indústria do tabaco, sem a necessária avaliação de riscos a(o): ordem jurídica nacional e internacional, mercado, comércio, livre e justa concorrência, arrecadação tributária, indústria, consumidores, emprego e combate ao crime organizado;

**III. Considerando** que, em 06.06.2011, a ABPI manifestou sua posição contrária à adoção de embalagens genéricas, por ocasião da Consulta Pública de 07.04.2011, sobre o Projeto de Lei australiano denominado *Tobacco Plain Packaging Bill 2011*;

**IV. Considerando** que, em 01.12.2011, a Austrália adotou o *Tobacco Plain Packaging Act 2011*, que instituiu as embalagens genéricas em produtos derivados do tabaco naquele país;

**V. Considerando** que Ucrânia, República Dominicana, Honduras, Cuba e Indonésia iniciaram painéis na Organização Mundial do Comércio (OMC) contra a legislação australiana de embalagens genéricas;

**VI. Considerando** que tramitam no Congresso Nacional do Brasil Projetos de Lei para disciplinar as embalagens genéricas no país, tendo adquirido relevo o Projeto de Lei do Senado n° 103/2014, de autoria do Senador Rodrigo Rollemberg, para alterar a Lei 9.279/1996 – Lei da Propriedade Industrial;

**VII. Considerando** que, em breve, o Brasil precisará posicionar-se sobre embalagens genéricas, tanto nos fóruns internacionais, quanto internamente;

Em conformidade com a sua missão institucional de promover o avanço da legislação, jurisprudência e doutrina relacionadas ao tema da propriedade intelectual, a Associação Brasileira da Propriedade Intelectual – ABPI adota a presente **RESOLUÇÃO**, nos seguintes termos:

### **1. Introdução**

- 1.1. De uma forma geral, as leis de embalagens genéricas impõem a uniformização da apresentação externa das embalagens dos produtos, com a eliminação das cores e outros elementos distintivos não nominativos, ainda que registrados como marca, como figuras e elementos gráficos. Além disso, os elementos marcários nominativos passam a ser apostos em tamanhos e tipos de letra pré-definidos, comprometendo a percepção dos consumidores e a sua capacidade de diferenciação entre os produtos disponíveis no mercado.
- 1.2. A política de embalagens genéricas encontra justificativa na suposição que alguns governos fazem de que a supressão de elementos gráficos e cores dos produtos (ainda que isoladamente registrados como marca), bem como a padronização na forma de apresentação de marcas nominativas, reduziria a demanda desses produtos e, conseqüentemente, o risco que podem trazer à saúde da população.
- 1.3. Não há, porém, qualquer estudo que comprove tal assertiva. Pelo contrário, as pesquisas até agora realizadas mostram que as embalagens genéricas podem aumentar o risco à saúde do consumidor, pois dificultam e tornam incerta a escolha do produto original desejado, retiram o incentivo aos investimentos em qualidade e inovação, e facilitam a comercialização de produtos contrafeitos, elaborados à margem da lei e, portanto, sem qualquer compromisso com padrões de segurança.
- 1.4. Ainda no plano político, a adoção das embalagens genéricas pode gerar um clima de desconfiança em relação ao País, o que se torna crítico em um cenário de economia global, no qual as nações precisam transmitir segurança na árdua tarefa de atrair e reter investimentos em seus países.
- 1.5. No plano jurídico, as embalagens genéricas não se adéquam ao arcabouço constitucional nacional, violando diversas leis brasileiras e importantes tratados internacionais subscritos pelo Brasil. Sujeitam, ainda, o país a possíveis

questionamentos perante o Judiciário e até mesmo a OMC, que pode impor duras sanções comerciais no caso de inconsistência das leis e regulamentos locais com os compromissos internacionais assumidos pelo País.

- 1.6. Ao final, ficará evidente que as embalagens genéricas devem ser evitadas pelos governos que zelam pelo bem estar e a saúde de sua população, assim como pelos que primam pelo respeito às leis e aos tratados internacionais.

## **2. Os efeitos gerados pelas embalagens genéricas**

- 2.1. As embalagens genéricas são contempladas por governos que acreditam que a supressão das marcas registradas diminuiria o consumo de produtos potencialmente danosos à saúde, o que traria efeitos benéficos à sua população. Tal premissa, porém, não encontra amparo em pesquisas técnico-científicas, tampouco na lógica de mercado.
- 2.2. Com efeito, ao retirar as marcas dos produtos, as embalagens genéricas negam ao consumidor o direito ao conjunto de informações presentes na embalagem, no qual se incluem as marcas registradas, em suas diversas naturezas, associadas às suas características gráficas e cores. Tal medida subtrai ainda dos fabricantes o correspondente direito – e a obrigação – de prestar informações completas sobre o produto oferecido ao consumidor.
- 2.3. A ausência da marca registrada em embalagens transmite, ainda, a ideia de que os produtos são iguais, fato que reduz a capacidade de diferenciação entre eles e a identificação da sua origem – uma das funções primordiais das marcas.
- 2.4. A impossibilidade de distinguir seus produtos dos demais também desestimula o fabricante a aprimorar e manter a qualidade dos seus produtos, visto que é o reconhecimento da marca pelo consumidor que assegura ao fabricante o retorno de seu investimento.
- 2.5. Na medida em que o consumidor perde essa capacidade, por força de uma política pública impositiva, a competição entre os diferentes produtos comercializados no mercado restringe-se meramente ao *preço*, que passa a ser o único fator a influenciar a escolha. Esse cenário gera uma competição pobre, sem incentivo para o aumento e a manutenção da qualidade dos produtos. A consequência inevitável de tal equação é a redução sistemática dos preços, que conduz, por sua vez, ao aumento do próprio consumo, em resultado diametralmente oposto ao objetivo almejado pela iniciativa legislativa.

- 2.6. No Brasil, há uma política de controle de preço mínimo de cigarros. Se, por um lado, essa política pode parecer, em tese, uma barreira para o processo de diminuição dos preços, por outro, ela sinaliza que o objetivo do governo é desestimular a concorrência predatória de preços, a fabricação de produtos que não estejam de acordo com uma capacidade mínima de pagamentos de impostos e, indiretamente, revela que produtos diferenciados por marcas são estimulados e protegidos de uma concorrência predatória de produtos ilícitos.
- 2.7. O cenário concorrencial artificialmente criado pelas embalagens genéricas, que privilegiam as empresas capazes de criar produtos a custos mais baixos, incentivar, como se prevê, dois tipos de comportamentos. O primeiro, provavelmente a ser adotado pelos competidores tradicionais, será o de diminuir os custos dos seus produtos, com aumento da produção em detrimento do investimento em pesquisa e inovação, as quais, ao longo dos anos, incrementaram a qualidade e permitiram reduzir os efeitos nocivos gerados pelo consumo de um produto controverso.
- 2.8. O segundo comportamento, que tende a ser adotado pelos novos competidores, desprovidos de escala, penetração e posicionamento nesse mercado *sem marcas*, será o de redução contínua de preços. A sustentação dessa estratégia de sobrevivência comercial imporá ao segundo grupo de competidores a necessidade de negligenciar as suas obrigações sanitárias e fiscais, a fim de atender ao ciclo de redução de preços e permitir que seus produtos possam concorrer com os fabricantes tradicionais. Haverá, para esse universo, uma inequívoca tendência a práticas comerciais ilícitas.
- 2.9. Em um mercado tendente à *comoditização*, tanto os grandes quanto os pequenos produtores enfrentarão a grande investida dos produtos contrafeitos, que tradicionalmente não respeitam as normas e padrões sanitários mínimos. Nesse sentido, as embalagens genéricas servirão de estímulo aos contrafatores de marcas, que, numa perspectiva de pouca distinção entre produtos, aproveitarão a oportunidade para adotarem marcas idênticas ou semelhantes, expondo o consumidor à confusão e colocando sua saúde em risco.
- 2.10. Os contrafatores, como se tem conhecimento, não se curvam às normas regulatórias e sanitárias e, com isso, oferecem produtos potencialmente nocivos. No setor específico de tabaco, por exemplo, o mercado ilícito é um problema de escala global, já explorado pelo crime organizado.

- 2.11. O mercado ilícito também não recolhe tributos ao Erário, essenciais ao custeio estatal e a realização dos anseios da sociedade. São esses recursos, inclusive, que permitem ao Estado financiar um sistema de saúde pública condizente com as necessidades de seus nacionais. O aumento esperado do mercado ilícito decorrente das embalagens genéricas impactará na arrecadação tributária e no investimento estatal.
- 2.12. Ademais, o mercado ilegal, à margem da legislação que exige um preço mínimo para cigarros e que veda a sua venda a determinados públicos, acaba por facilitar o acesso de crianças e jovens aos produtos de tabaco. Ao dificultar a própria fiscalização e percepção, pelo consumidor, acerca do produto lícito, a embalagem genérica incentiva o mercado ilícito, facilitando o acesso aos produtos por crianças e jovens.
- 2.13. Como se verifica, a implementação das embalagens genéricas pode acarretar muitos efeitos indesejáveis, alguns deles contrários a própria lógica da sua adoção. Para além desses efeitos, a medida afronta a principal função da marca e viola leis e tratados internacionais que disciplinam a sua adequada exploração, o que será objeto de sucinta análise mais adiante.

### 3. Marcas

- 3.1. A marca é todo sinal distintivo usado para diferenciar produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa. Assim, todo e qualquer sinal, seja ele formado por um nome, um desenho, uma forma ornamental, ou a combinação destes elementos, desde que seja capaz de exercer a função distintiva da *fonte* do produto ou serviço, constitui uma marca, passível de proteção de cunho constitucional pelo ordenamento jurídico brasileiro.
- 3.2. Entre as marcas registradas, merece também atenção uma categoria específica, que representa a soma dos elementos característicos da embalagem, na forma como ela se apresenta ao consumidor. Trata-se aqui do chamado *trade dress*, ou conjunto-imagem para a doutrina brasileira, o qual, pela reunião de elementos que dão à sua aparência externa uma qualidade diferenciadora, conferem verdadeira identidade visual ao produto, permitindo imediato reconhecimento do consumidor no momento da decisão de compra. O *conjunto-imagem* desempenha, assim, a principal função da marca, que é aquela distintiva da *origem* de produtos/serviços.
- 3.3. Neste contexto, o *conjunto-imagem* apresentado na embalagem de um produto recebe a tutela jurídica destinada aos demais sinais distintivos passíveis de registro e

- proteção, podendo igualmente ser chamado de marca ou marca registrada, para efeitos desta análise.
- 3.4. A marca exerce papel central no estímulo à inovação e manutenção de qualidade dos produtos pela indústria, o que vai ao encontro do melhor interesse da sociedade e, em particular, do próprio consumidor. Não é por outro motivo que as marcas constituem ativos intangíveis de valor elevadíssimo e significativo para os seus titulares, atraindo o interesse de investidores e aquecendo o cenário concorrencial e a livre iniciativa, assegurados constitucionalmente.
- 3.5. A regulação de um segmento relevante não deve se dar de forma a ignorar as garantias constitucionais e legais assegurados às marcas e ao sistema da propriedade industrial vigentes.
- 3.6. Nesse contexto, é importante ponderar se, de fato, as medidas propostas por legislações de embalagens genéricas por alguns países - e que se ensaiam no Brasil - têm o condão de alcançar os seus propósitos, de modos a justificar as consequências indesejáveis anteriormente exploradas e o sacrifício de algumas garantias jurídicas. A resposta aqui não parece ser afirmativa.
- 3.7. Na verdade, não existem estudos que comprovem que as embalagens genéricas desestimulam o consumo dos produtos atingidos pela medida. Por outro lado, sem a devida comprovação da vantagem auferida, são flagrantes os sacrifícios impostos a direitos e princípios elementares.
- 3.8. Além disso, ainda que houvesse efetivas evidências de que embalagens genéricas desestimulariam o consumo, o que sequer existe, sua aplicação deveria ainda pressupor a inexistência de outras medidas menos onerosas ao titular do direito individual violado que produzissem o mesmo ou melhores resultados, sob pena de completa incompatibilidade com o cenário constitucional vigente no Brasil.
- 3.9. As embalagens genéricas são, assim, injustificadamente, uma clara violação ao direito de marca dos seus detentores, tutelado constitucionalmente como garantia fundamental. São contrárias aos interesses do consumidor, principalmente no que se refere ao seu direito à informação e de livre escolha.
- 3.10. Trata-se, também, de política contrária à livre iniciativa, na medida em que limita as condições de identificação no mercado de consumo, impondo medidas de padronização em ambiente concorrencial, no qual a regra é justamente a diferenciação entre os diferentes agentes e produtos.

- 3.11.A adoção das embalagens genéricas tem, ainda, caráter expropriatório, porque retira de seus titulares o pleno gozo de direitos sobre marcas registradas e em uso, importantes ativos de empresas, e contraria compromissos assumidos pelos países, quanto à proteção conferida à propriedade industrial, nos planos nacionais e internacionais.
- 3.12.A medida em análise, em abordagem não menos importante, afronta o direito à livre manifestação de pensamento e da atividade de comunicação e o direito à publicidade da atividade empresarial, impedindo que o fabricante possa livremente expressar e comunicar um produto lícito, transformando em vedação irrestrita ao que a Constituição da República aceita sob apenas certos limites.
- 3.13.Assim sendo, muito aquém de ser benéfica, as embalagens genéricas criam desequilíbrio desproporcional e desarrazoado entre o interesse público e privado, e se apresentam como grave violação à ordem jurídica nacional e internacional.

#### **4. Violação a Leis e Tratados Internacionais**

- 4.1. A tutela jurídica da marca está assegurada no Brasil pela Constituição Federal, em seu artigo 5º, inciso XXIX, pela Lei da Propriedade Industrial (Lei 9.279/96), em seu artigo 129, e pelos tratados internacionais dos quais o País é signatário, entre os quais vale mencionar o Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (Acordo TRIPs) da OMC.
- 4.2. Como se verá a seguir, as embalagens genéricas são incompatíveis com diversos compromissos internacionais assumidos pelo Brasil, em particular, com o Acordo TRIPs, além de parecer violar o Acordo sobre Barreiras Técnicas (arts. 2.1 e 2.2), também da OMC.
- 4.3. Em primeiro lugar, cumpre analisar as embalagens genéricas à luz do que dispõe o artigo 20 do Acordo TRIPs, que determina que o uso da marca de um titular não poderá ser onerado injustificadamente com exigências especiais. A presente norma internacional visa evitar intervenções dos Estados Membros da OMC nos direitos de marca de seus titulares, de cunho positivo, ou seja, para exigir que o uso da marca se dê, por exemplo, em detrimento à sua habilidade de distinguir (diferenciar), e de maneira injustificadamente onerosa.
- 4.4. De todo modo, ainda que se considerassem as medidas restritivas ao uso de uma marca como uma mera limitação (e não impedimento), o que se admite apenas

para argumentar, elas cairiam na proibição de “ônus injustificado” e, especificamente, nas hipóteses exemplificativas<sup>1</sup> enunciadas no artigo. Isso ocorre porque as embalagens genéricas acabam por disciplinar um “uso em detrimento de sua capacidade de distinguir os bens e serviços de uma empresa daqueles de outra empresa”, o que dispensa a necessidade de interpretação neste caso sobre o que seria “injustificado”.

- 4.5. De todo modo, vale a pena ressaltar que a doutrina especializada entende que a justificativa para as limitações deve ser razoável e proporcional às perdas que causa à “distintividade” da marca, nos seguintes termos:

*“A perda de distintividade é, portanto, o denominador comum dos três exemplos e que faz com que haja a necessidade de exame quanto à justificação de requisitos especiais. Isto significa que a justificação encontrada por um governo para a imposição de ônus sobre o uso de uma certa marca será avaliado vis-à-vis a perda de distintividade. [...] A preservação do caráter distintivo, nos termos do artigo 20, não dá origem a uma prova, como nos termos do artigo 17, mas apenas para um sentido de proporcionalidade quanto à possibilidade de justificar o ônus”<sup>2</sup>*  
(grifou-se)

- 4.6. Como já visto, nas medidas propostas em diversos países e no Brasil, as proibições estão longe de serem justificadas ou proporcionais, diante da grave interferência que causam aos direitos de particulares à ordem jurídica nacional e internacional.
- 4.7. Por certo, se por um lado inexistem estudos conclusivos quanto à eficácia das embalagens genéricas, por outro, é sabido que os Estados possuem meios menos invasivos de atingir os objetivos de saúde pública almejados, meios esses, inclusive, potencialmente mais eficazes. A confrontação dessas duas premissas explicitam a total ausência de razoabilidade e proporcionalidade do instituto.
- 4.8. Concretamente, na ausência de provas de que as embalagens genéricas resultariam em diminuição de consumo de um determinado produto – na verdade espera-se até que aumente com a *comoditização* e redução de preços – os Estados

---

<sup>1 1</sup> D. Gervais, Op. Cit, item 2.100. “In this respect, the use of the term ‘such as’ shows that the Article list prima facie forms of unjustifiable special requirements”

poderiam investir em campanhas educacionais, regulação de mercado e políticas ponderadas de saúde pública.

4.9. À luz de todas as considerações acima, uma rápida leitura do artigo 8º do TRIPS é suficiente para pôr fim a qualquer justificativa quanto à legitimidade das embalagens genéricas, ainda que sob a ótica da saúde pública.

4.10. Com efeito, o artigo 8º do TRIPS enuncia a possibilidade dos países membros da OMC de exercerem regulação no comércio em prol da saúde pública, porém, não há como argumentar que o referido dispositivo ampararia as embalagens genéricas, na medida em que o instituto não atende os demais requisitos exigidos pelo tratado.

4.11. As medidas de saúde pública justificadas no TRIPS devem ser “necessárias”. Nesse crivo, definitivamente, não se enquadram as embalagens genéricas, porque elas carecem de comprovação técnico-científica ou estudo conclusivo sobre o comportamento do consumidor e tendência de diminuição do consumo em decorrência da limitação ao uso de marcas nas embalagens.

4.12. Sobre a temática em análise, é preciso complementar que o artigo 15.4 do Acordo TRIPS, que corresponde ao artigo 7º da Convenção de Paris, garante o direito ao registro de marca, independentemente do produto que ela visa a distinguir no mercado, sendo vedado qualquer tipo de discriminação de tratamento, no que se refere à obtenção do registro nos Estados Membros, bem como às prerrogativas a ele inerentes.

4.13. Sobre a questão, o Professor G. H. C. BODENHAUSEN – diretor do então BIRPI, que precedeu a OMPI – se posiciona em seus comentários aos artigos da Convenção de Paris, perfeitamente aplicáveis à norma correspondente do Acordo TRIPS:

*“O artigo em questão também se aplica quando o uso de marcas registradas é proibido para qualquer categoria de bens, ou quando da venda de bens está sujeita a um monopólio ou uma concessão”<sup>3</sup>(grifou-se)*

4.14. Entretanto, o uso da marca, objeto de proteção por registro concedido validamente, é uma das prerrogativas essenciais da sua titularidade. Não há meios de desatrelar o

---

<sup>2</sup> N. Pires de Carvalho, na obra *“The TRIPS Regime of Trademarks and Designs”* (Kluwer eds., 2006), pg. 333

<sup>3</sup> G. H. C. BODENHAUSEN in *“Guia de aplicação da Convenção de Paris para a proteção da propriedade industrial como revisado em Estocolmo em 1967”*, pg. 86

direito de registro ao do direito de uso dele imanente, sob pena de tornar aquele um instituto desprovido de utilidade.

4.15. Neste ponto, vê-se a incompatibilidade desses artigos com as embalagens genéricas, que, na prática, resultam na própria proibição do direito de registro de um produto licitamente comercializado.

## **5. O Risco Real de Contencioso perante a Organização Mundial do Comércio**

5.1. Violações aos dispositivos do Acordo TRIPs são particularmente relevantes diante do sistema de resolução de controvérsias da Organização Mundial do Comércio (OMC), que tem por função e objetivo dar segurança e previsibilidade ao sistema multilateral de comércio. Ele abarca disputas decorrentes do descumprimento de obrigações assumidas nos tratados da organização por parte dos estados membros.

5.2. Nesta esteira, o descumprimento do Acordo TRIPs pela adoção das embalagens genéricas poderia levar uma nação a ser acionado perante o Órgão de Solução de Controvérsias (DSU) da OMC, como já vem ocorrendo com a Austrália, que foi o primeiro país a adotar leis de *plain packaging* para embalagens de cigarros.

5.3. O contencioso da Austrália já se estende por cinco distintos procedimentos, iniciados por Indonésia, Cuba, República Dominicana, Honduras e Ucrânia.

5.4. Caso a legislação de embalagens genéricas seja considerada incompatível com os compromissos internacionais assumidos por um determinado país, este poderá sofrer retaliações comerciais para compensar as perdas sofridas pelo descumprimento dos tratados internacionais violados, as quais se dão geralmente pela suspensão de obrigações dos países envolvidos na disputa no mesmo tratado objeto da violação.

5.5. As retaliações comerciais, porém, excepcionalmente, podem ser autorizadas em outros tratados, o que se denomina *retaliação cruzada*, quando o país demonstra, por exemplo, que a retaliação na área em que se verificou a violação trará prejuízos ao próprio país vencedor da disputa. Neste caso, o país vencedor poderá retaliar em outro tratado, mesmo que a violação tenha sido verificada na área de propriedade intelectual, suspendendo obrigações assumidas em tratados da OMC em relação a outros produtos e serviços, afetando indústrias diversas daquela em que a infração foi perpetrada.

5.6. Considerando que o Brasil, recentemente, flertou com a possibilidade de retaliações cruzadas na seara da Propriedade Intelectual por conta de um contencioso no segmento Agrícola, não seria por demais inventivo crer que algum Estado

propusesse o uso de retaliações cruzadas justamente ao contrário, causando impacto no setor Agrícola por força de um contencioso na seara da Propriedade Intelectual.

5.7. É recomendável, pois, a qualquer Estado membro da OMC aguardar o desfecho do contencioso iniciado contra a Austrália, para prevenir violações e evitar sanções. Tais sanções poderiam, inclusive, afetar setores diversos daqueles atingidos originalmente pela medida das embalagens genéricas.

## **6. Conclusão**

6.1. Em vista de todo o exposto, a adoção das embalagens genéricas deve ser afastada pelos governos, pois:

- Impede o pleno exercício da capacidade distintiva das marcas, limitando direitos constitucionalmente tutelados e fazendo incorrer em clara violação a direitos de propriedade intelectual vigentes no Brasil, por meio das leis e tratados internacionais incorporados ao nosso ordenamento jurídico;
- Não tem respaldo em justificativa ou provas concretas de que se prestem a realizar os seus objetivos, em particular, quanto à redução do consumo dos produtos e proteção à saúde pública;
- Obstrui a capacidade das empresas de exercerem suas atividades empresariais de forma plena, resultante das restrições na promoção de seus produtos no mercado;
- Incentiva o mercado informal e ilegal;
- Desestimula o investimento em inovação e na manutenção da qualidade dos produtos;
- Impede o consumidor de exercer a livre escolha e arbítrio no momento da compra;
- Estimula o aumento de infrações e, conseqüentemente, o ajuizamento de ações judiciais por violação de marcas e concorrência desleal;

- Tende a minar a reputação do Estado que observa as práticas do comércio internacional e que é atraente a investimentos estrangeiros; e
- Sujeita o Estado membro da OMC a sérias penalidades por descumprimento a obrigações assumidas junto às organizações internacionais e demais países membros, com sanções que podem ter ampla extensão, inclusive em segmentos outros, bastante sensíveis ao país.

6.2. Diante das questões acima apresentadas, a ABPI, na qualidade de associação atuante na defesa dos interesses de titulares de direitos de propriedade intelectual, expressa seu **veemente repúdio** às embalagens genéricas.

6.3. Na conformidade do acima exposto, a ABPI opõe-se à adoção das embalagens genéricas no Brasil e recomenda que o governo brasileiro posicione-se contrário a qualquer legislação estrangeira nos fóruns internacionais e em suas manifestações nos procedimentos de solução de controvérsias iniciados no âmbito da OMC e outros organizações internacionais.

Rio de Janeiro, 29 de maio de 2014.

Elisabeth E. G. Kasznar Fekete  
Presidente

Cláudio Lins de Vasconcelos  
Diretor Relator

Rodrigo Affonso de Ouro Preto Santos  
Diretor Tesoureiro