

# **O DESAFIO DE GARANTIR A PROTEÇÃO DE MARCAS REGISTRADAS NO METAVERSO**

## **THE CHALLENGE OF ENSURING THE PROTECTION OF TRADEMARKS IN THE METAVERSE**

Geovania Luiza Francisco

### **RESUMO**

O termo Metaverso surgiu com o autor Neal Stephenson, em 1990, com o livro de ficção científica “*Snow Crash*”, onde se referia a um espaço virtual 3D habitado por avatares de pessoas reais. Ao longo da última década, a proteção da propriedade intelectual tem sido constantemente desafiada por novas tecnologias disruptivas que inserem a sociedade em um novo ambiente de relações pessoais, profissionais e comerciais. Por conta disso, a criação do Metaverso representa um desses importantes desafios e exige um posicionamento cada vez mais rápido e assertivo dos titulares de direitos de propriedade intelectual e dos titulares de registros de marcas.

Palavras-chave: Metaverso; propriedade intelectual; marcas registradas.

## **THE CHALLENGE OF ENSURING THE PROTECTION OF TRADEMARKS IN THE METAVERSE**

### **ABSTRACT**

The term Metaverse came up with author Neal Stephenson, in 1990, with the science fiction book “*Snow Crash*”, where he referred to a 3D virtual space inhabited by avatars of real people. Over the last decade, the protection of intellectual property has been constantly challenged by new disruptive technologies that insert society into a new environment of personal, professional and commercial relationships. Because of this, the creation of Metaverso represents one of these important challenges and requires an increasingly fast and assertive positioning of intellectual property rights holders and trademark registration holders.

Keywords: Metaverse; intellectual property; trademark.

Área tecnológica: Propriedade intelectual, inovação e desenvolvimento.



## INTRODUÇÃO

Conforme a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), a propriedade intelectual corresponde às concepções provenientes da psique: obras literárias, artísticas e científicas; às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, modelos utilizados no comércio.

Desta forma, a propriedade intelectual confere ao autor, inventor e/ou titular do conhecimento protegido o poder sobre as criações. No ano de 2022, o Fórum Econômico Mundial, que aconteceu em Davos, na Suíça, anunciou o tema “Definindo e Construindo o Metaverso” com o objetivo de alinhar a viabilidade econômica da construção do metaverso. Desta forma, esse ambiente virtual é uma das tecnologias disruptivas que inserem os titulares de direitos de propriedade intelectual em um novo ambiente de relações pessoais, profissionais e comerciais. Ao mesmo tempo que novas tecnologias são apresentadas, novas dúvidas surgem e uma delas é extremamente relevante: deve-se registrar a marca consolidada no mundo físico para uso no ambiente virtual?

O artigo busca apresentar os desafios para responder a essa pergunta. Visto que, nos tempos atuais, houve aumento significativo na busca por investimentos no novo ambiente virtual, por parte de pessoas e empresas, a proteção de ativos se faz necessária.

E vale ressaltar ainda, que atualmente não há uma legislação específica de garantia de direitos de exclusividade de uso de uma marca, patente ou direito autoral para o metaverso.

Para apresentar as características do metaverso e seus impactos, precisa-se contextualizar as origens desse ambiente virtual, como Teoria Geral dos Sistemas, Cibernética e então Metaverso.

A Teoria Geral dos Sistemas é oriunda dos trabalhos do biólogo austríaco Ludwig von Bertalanffy, no início do século XX. Bertalanffy baseou sua pesquisa em uma visão diferente do reducionismo científico aplicado pela ciência convencional da época. O biólogo e outros pesquisadores do período estabeleceram o conceito organísmico, que, em outras palavras, significa que os organismos são coisas organizadas (ROSSINI e PALMISANO, 2012, p.3).

Como resultado das pesquisas produzidas, ele desenvolveu a teoria dos sistemas abertos e dos estados estáveis, que é uma extensão da físico-química, da cinética e da termodinâmica convencionais. Posteriormente, o pesquisador generalizou esse ponto de vista e então estabeleceu o que chamou de Teoria Geral dos Sistemas (CHECKLAND; 1999, BERTALANFFY, 1975). Desta forma, a Teoria Geral dos Sistemas roga que um ser humano, uma máquina, um ser unicelular e uma aglutinação social, estão no mesmo grau de um sistema aberto, tendo características mais amplas (SILVA, 2008). Ainda no século XX, o matemático norte-americano Norbert Wiener iniciou a elaboração da Teoria da Cibernética.

Norbert Wiener (1894-1964), foi um matemático americano e professor do Massachusetts Institute of Technology (MIT), que desenvolveu a Teoria da Cibernética. Cita-se que na década de 40, Wiener participava de discussões sobre o método científico, e estas que tinham caráter interdisciplinar, eram promovidas pela escola de Medicina de Harvard, e foi assim que ele conheceu Walter Cannon e Arturo Rosenblueth (fisiologistas), com os quais iniciou discussões que deram início ao pensamento que originou a Cibernética (VASCONCELLOS, 2010).

E no ano de 1948, o livro *Cibernética* divulgou as idéias do matemático Norbert Wiener, e efetivou um novo campo oficial de pesquisa. Wiener conceituou, em 1948, a comunicação e o controle como o momento em que comunica-se uma mensagem a outra pessoa, e o momento em que a pessoa se comunica de volta, essa pessoa, por sua vez, responde a comunicação replicando com uma mensagem conexa, que contém informação que lhe foi originariamente acessível, e não a pessoa da qual iniciou a comunicação.

O conceito principal é que a sociedade só pode ser compreendida através de um estudo das mensagens e das facilidades de comunicação de que disponha, no qual a função se torna progressivamente mais importante se consideradas as mensagens comunicadoras entre o ser humano e o ser humano, entre o ser humano e a máquina, e entre a máquina e a máquina.

O filósofo Pierre Lévy na década de 90 estabeleceu que a cibercultura depende da definição de ciberespaço. De acordo com o filósofo, o termo ciberespaço, que é também chamado de “rede”, é o meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. E por isso, o ciberespaço deve ser concebido não apenas como uma infraestrutura material ou suporte tecnológico, mas também como um conjunto de informações e de usuários que habitam esse espaço e o alimentam de informações.

Logo, a cibercultura é conceituada como: “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”, Lévy (1999, p. 14).

É nesse quesito que a análise proposta foca em uma interface específica da Internet, onde a ênfase é a comunicação, e a linha de estudo é o ciberespaço.

Segundo Kellner (2001) o prefixo “cyber” vem do grego, significando “controle”. O termo ciberespaço foi concebido muito antes de ser possível estar ou se fazer parte deste “não-lugar”, quando as conexões multilaterais das redes da informática eram apenas um comprometimento de ficção-científica. Desta forma, William Gibson (2003), por meio da aglutinação do prefixo ciber (estar sobre o controle de algo) e da palavra espaço, cogitava um lugar informacional imaterial, desconexo do espaço físico. Baseando-se nisso, o prefixo “ciber” passou a referenciar diversos termos relacionados ao domínio da computação e das “máquinas inteligentes”, Cascais (2001).

O termo "metaverso" foi primordialmente citado no livro de ficção científica "Snow Crash" (1992), de Neal Stephenson. Ele fez a união das palavras "meta", que pode ser traduzida do inglês como "transcendente" ou "extensivo", e com a palavra "universo". Na obra de Stephenson, os personagens usam avatares digitais para entrar em um universo online, na maioria das vezes para escapar das dificuldades de uma realidade distópica.

E é neste quesito que a cibercultura propicia uma extensão da realidade devido a interatividade imersiva que pode ser encarada como um meio capaz de propiciar e alterar relações sociais ou a distância, o que acarreta em alterações nas ecologias cognitivas, ou nas formas sociais e individuais de aprender o mundo e nele intervir (BRETAS apud FAUSTO NETO, 2001, p.36), o que se verifica nas relações sociais no metaverso.

A origem do termo avatar, no mundo físico fora da Internet, é oriundo da mitologia hindu e a palavra vinda do sânscrito refere-se a encarnação de uma divindade. E no mundo on-line, de forma simples é como os usuários da Internet escolhem ser representados visualmente no ciberespaço. O conceito de avatar pode ser situado na ideia de um representante das ações e da forma humana, na linha direta das tradições literárias das representações físicas que ganham atributos humanos.

Vale destacar que é através desse avatar, que os usuários fazem a representação de sua "persona virtual", que o sujeito tem manifestada a sua "corporificação", designada por Lévy (1999) de corpo "tecnologizado", na imersão via telepresença, neste universo virtual. E essa telepresença do sujeito pelo avatar, é que oportuniza ele a interagir no mundo virtual.

Além disso, o avatar pode representar a simulação da "persona física", e através dele é possível: deslocar-se no espaço 3D – caminhar, sorrir, voar, pular, tal como interagir, se comunicar, por meio do chat escrito, do diálogo oral, dos gestos e realizar ações como: falar, acenar, chorar, sorrir.

## METODOLOGIA

Este estudo é caracterizado como descritivo exploratório e de análise documental. A pesquisa baseou-se na revisão de literatura de obras base do assunto metaverso e ambientes virtuais, e à investigação em documentos internos sobre propriedade intelectual, como as leis e portarias do INPI (Instituto Nacional de Propriedade Intelectual) e do OMPI (Organização Mundial da Propriedade Intelectual) assim como também, buscas em documentos externos como artigos jurídicos internacionais. Para tanto, a metodologia da pesquisa foi realizada por meio da busca no estado da técnica, mediante consultas sobre marcas registradas do Metaverso pelo Escritório de Patentes e Marcas dos Estados Unidos ( USPTO ) a fim de demonstrar a existência de uma classificação exclusiva para esse tipo de registro no exterior. Além disso, nesse contexto foi feita uma busca sobre a existência de uma

classificação para este tipo de registro no site do Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), para averiguar a existência desse tipo de registro em solo brasileiro.

O Metaverso possibilita simular, num ambiente virtual, uma vivência real. No ano de 2021, a empresa Meta/Facebook, lançou a plataforma Horizon Workrooms, uma plataforma que permite que funcionários de uma organização se reúnam com outras pessoas no Metaverso. De acordo com Mark Zuckerberg, fundador da Meta, esses tipos de experiências, nas quais você pode realmente se sentir presente com outras pessoas, são uma maneira muito mais rica de interagir do que os tipos de aplicativos sociais que são construídos em telefones ou computadores. Além disso, na área educacional, por exemplo, é possível simular ambientes e permitir ao estudante uma vivência próxima da realidade.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

As empresas que já estão oferecendo bens e serviços virtuais no Metaverso tem como foco a criação de novas inovações e recursos para permitir que os usuários interajam entre si de maneira eficiente e eficaz no mundo digital, é possível citar algumas das empresas que estão na vanguarda desse universo virtual: Nike, Ralph Lauren, Itaú, Vans, Fortnite, Gucci, Balenciaga, Burberry, Stella Artois e Lojas Renner.

No metaverso, corporações de grandes marcas internacionais estão desenvolvendo o comércio e fornecimento de bens e serviços virtuais. E isso é comprovado pelo aumento do número de novos pedidos apresentados ao United States Patent and Trademark Office (“USPTO”), buscando registrar marcas para uso de sua marca em realidade virtual. No Quadro 1, são apresentadas algumas marcas registradas para bens e serviços no Metaverso entre 2021 e 2022, o quadro foi elaborado pelo autor com base nas informações do artigo publicado por Benjamin D. Schwartz, na National Law Review, Volume XII, Number 42.

Tabela 1 – Marcas registradas para utilização no Metaverso em 2021/2022

MARCA	BENS/SERVIÇOS REGISTRADOS	ANO
NIKE	aplicações para NIKE, JUST DO IT, JORDAN, AIR JORDAN, a marca de design do logotipo Nike swoosh, o logotipo da silhueta Jordan e suas combinações, abrangendo vários bens e serviços virtuais;	2021
WALMART	aplicativos para o WALMART, abrangendo a criação e venda de bens virtuais como eletrônicos, brinquedos, decoração, artigos esportivos e produtos de higiene pessoal;	2021

CROCS	aplicativo para CROCS, abrangendo calçados, roupas e acessórios, e serviços de entretenimento em ambientes virtuais;	2021
JAY-Z	aplicativo para JAY-Z, abrangendo música, roupas e artigos de joalheria para uso em mundos virtuais online;	2021
MCDONALDS	oferecer serviços de um restaurante virtual com produtos reais e virtuais.	2022

Fonte: Autor (2022)

O registro das marcas apresentadas no Quadro 1, tem por objetivo proteger a identidade das empresas e a reputação que elas construíram em sua marca, inclusive no Metaverso. Nos Estados Unidos o pedido de marca registrada para utilização no metaverso é possível pelo US Patent and Trademark Office (USPTO), desde que feitas tem quatro etapas: liberação da marca por meio de uma pesquisa profissional de marca, preparar e aplicar um pedido de marca estrategicamente elaborado, navegar no processo de exame de inscrição no Escritório de Marcas e Patentes dos Estados Unidos (USPTO), e usar corretamente sua marca em seus produtos e serviços digitais.

Além disso, USPTO permite a inclusão dos seguintes itens para registro no Metaverso: bens virtuais, bens para uso em ambientes online, ambientes virtuais online e ambientes virtuais de realidade estendida, software para download para usuários pesquisar, navegar, visualizar e comprar bens virtuais, serviços de loja de varejo com bens virtuais, serviços de entretenimento, nomeadamente fornecimento de bens virtuais online não descarregáveis, software de realidade virtual para entretenimento interativo e jogos de realidade virtual, software para criação, produção e modificação de designs e personagens digitais, avatares, sobreposições digitais e skins. Na tabela 2, são apresentadas as classes e os pedidos de registro que mais vem sendo depositados por empresas no meio virtual:

Tabela 2 – Pedidos de registro no Metaverso por classe de produtos.

Classe	Classes dos pedidos de registros (Classificação Internacional)
9	Programas informáticos
35	Serviços prestados por lojas de varejo de produtos virtuais
35	Serviços de entretenimento
36	NFTs, produtos virtuais online
42	Serviços financeiros e tokens digitais

Fonte: Instituto de Marcas e Patentes dos Estados Unidos (2022)

Os dados apresentados da tabela 2, são oriundos da Classificação de Nice, que é proveniente do Acordo de Nice relativo à Classificação Internacional de Produtos e Serviços para o Registro de Marcas. Essa classificação ocorre quando uma marca é registrada por uma pessoa física ou jurídica e a mesma deve estar relacionada a produtos e serviços específicos. Ademais, o Instituto Nacional da

Propriedade Industrial, adota também a Classificação Internacional de Produtos e Serviços de Nice (NCL, na sigla em inglês), mas é importante ressaltar que a lista de 45 classes com informações sobre os diversos tipos de produtos e serviços conforme demonstra-se na imagem 1, não incluem todos os tipos de produtos e serviços que existem. E desta forma, para complementar as listas da Classificação Internacional de Nice, o INPI criou as Listas Auxiliares. Uma das marcas de maior alcance no Metaverso e que foi analisada durante esta pesquisa é a Nike. Na imagem 2, observa-se o universo da Nike no Metaverso, que chama-se Nikeland. É notável ainda que os usuários presentes nesse universo podem adquirir bens virtuais da Nike, que vão de roupas a calçados.

Imagem 2 – Nikeland - Produtos da Nike no metaverso



Fonte: Autor (2022)

A abordagem da pesquisa exploratória que foi feita neste novo ambiente digital demonstra o papel fundamental da garantia dos direitos de propriedade intelectual no que diz respeito a garantir os direitos autorais dos bens e serviços presentes no Metaverso. Conforme observa-se na imagem 2, no Metaverso existem diversas obras originais originadas com marcas registradas, e isso torna possível enfrentar a violação de direitos de Propriedade Intelectual no Metaverso em relação a obras originadas de dentro dele para fora também.

## PERSPECTIVAS FUTURAS

A marca de uma empresa é um tipo de propriedade intelectual, também conhecida como Propriedade Industrial, e portanto é regulamentada pela Lei 9.279/96 (Lei da Propriedade Industrial ou LPI). O Artigo 129 da LPI, expõe que para adquirir a propriedade sobre uma marca é preciso efetuar o registro junto ao INPI, e vale ressaltar, que no Brasil por lei quem primeiro entrar com o pedido de registro no INPI é que obterá prioridade no registro da marca.

O metaverso cria um universo virtual, no qual indivíduos e marcas estão mundialmente conectados em tempo real. E a partir dessa nova realidade, a demanda de proteção de marcas para ativos digitais exigirá uma experiência global, independente de fronteiras, e por isso os critérios estabelecidos por cada país individualmente talvez não sejam o suficiente para garantir a proteção das marcas no novo universo virtual.

Considerando o problema de pesquisa exposto: se organizações devem proteger as marcas consolidadas no mundo físico para utilização no Metaverso, foi possível verificar através dos dados apresentados que as companhias detentoras de grandes marcas como: Nike, Walmart, Crocs, estão buscando se fazer presentes no Metaverso com o objetivo de oferecer bens e serviços nos ambientes virtuais. Além disso, nesse quesito, verificou-se que o registro de marcas para bens virtuais já é crescente em países como os Estados Unidos através do Escritório de Marcas e Patentes dos Estados Unidos, país que foi um dos pioneiros na preocupação do registro de marcas para ativos no mundo virtual.

Ademais, a análise feita demonstrou que no Brasil, a garantia de proteção de marcas em ambientes virtuais é garantida a partir do registro das marcas de bens e serviços no mundo real, e essa proteção é feita exclusivamente pelo INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial). Atualmente, não há legislação específica para o metaverso em relação aos direitos de exclusividade de uso de uma marca, patente ou direito autoral no Brasil.

Por isso, quando se protege a marca da forma tradicional, com registro junto aos órgãos competentes do país (Instituto Nacional da Propriedade Industrial, no caso de marcas e patentes, e Biblioteca Nacional, para direitos autorais), ela já garante a proteção da marca no mundo virtual. No entanto, há classificações e especificações de produtos, serviços e comércio que precisam prever a exploração online, e essa perspectiva futura é um dos desafios jurídicos do Brasil para o registro de marcas no Metaverso.

## REFERÊNCIAS

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE PROPRIEDADE INTELECTUAL - **OMPI**. Disponível em: < [http://www.wipo.int/academy/en/courses/distance\\_learning/catalog/pt/c\\_index.html](http://www.wipo.int/academy/en/courses/distance_learning/catalog/pt/c_index.html) >. Acesso em: 23/4/2010.

BERTALANFFY, L. von. Teoria geral dos sistemas. São Paulo: Vozes, 1975.

CHECKLAND, P.B. *Soft systems methodology: a 30-year retrospective*. New York: John Wiley & Sons, 1999.

Rezende, D. A, e Abreu, A. F., *Tecnologia da Informação Aplicada a Sistemas de Informação Empresariais: o papel estratégico da informação e dos sistemas de informação nas empresas*, 7ª edição, Ed. Atlas, 2010, São Paulo.

Rossini, A. M., Palmisano, A., *Administração de Sistemas de Informação e a Gestão do Conhecimento*, 2ª edição, 2012, Ed. CENGAGE Learning, São Paulo.

WIENER, Norbert. *Cybernetics, or control and communication in the animal and the machine*. Wiley: MIT Press, 1948.

Vasconcellos, M. J. E. de. (2010). *Pensamento sistêmico: O novo paradigma da ciência* (9ª ed.). Campinas: Papyrus.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.

KELLNER, Douglas. Como mapear o presente a partir do futuro: de Baudrillard ao cyberpunk. In:\_\_\_\_\_. *A cultura da mídia*. Bauru: EDUSC, 2001. p.377-419.

CASCAIS, Fernando. *Dicionário de Jornalismo: as palavras dos media*. São Paulo: Verba, 2001.

GIBSON, Willian. *Neuromancer*. São Paulo: Aleph, 2003.

BRETAS, Maria Beatriz Almeida. In: FAUSTO NETO, Antônio, et al (Org.). *Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade*. Porto Alegre: Edipucrs, 2001. 234 p.

Edição online de 11 de fevereiro de 2022 da *The National Law Review*:

<https://www.natlawreview.com/article/trademarks-metaverse-brand-protection-virtual-goods-services>

RIES, Al e Laura. *A origem das marcas*. São Paulo: M. Books do Brasil, 2006.

Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Realizar consulta à Comissão de Classificação de Produtos e Serviços (CCPS). Disponível em <<https://www.gov.br/pt-br/servicos/realizar-consulta-a-comissao-de-classificacao-de-produtos-e-servicos-ccps>> Acesso em: 01 de jun. de 2022.