

Combate à Pirataria no Metaverso

28.03.2022 4 minutos de leitura

Autores

Pedro Frankovsky Barroso

Jana Fraccaroli

Jose Humberto Deveza
Assola

Com a proposta de replicação do mundo real para um universo virtual, os usuários no Metaverso, além de interagir com outros avatares e frequentar ambientes virtuais, também podem adquirir itens digitais, como roupas, calçados e acessórios. Dentre diversas possibilidades, os itens adquiridos podem, por exemplo, ser usados por avatares ou personagens de jogos ou, ainda, ser aplicados a indivíduos por meio de tecnologia de realidade aumentada.

Assuntos

Propriedade Intelectual

Metaverso

Em regra, os itens digitais possuem a forma de **NFTs (tokens não-fungíveis)**, que consistem em uma espécie de certificado virtual de autenticidade e propriedade com base em tecnologia *blockchain*. Os NFTs mantêm informações que identificam o item original e o tornam único.

O mercado de compra e venda de NFTs está em crescente expansão e tem movimentado bilhões de dólares. Assim como nos segmentos de obras de artes e artigos de luxo, os principais motivos que levam à aquisição de NFTs, inclusive por elevadas quantias, são a exclusividade e a unicidade do item. Não coincidentemente, a indústria da moda está investindo cada vez mais neste segmento. Afinal, com essa junção entre moda e tecnologia, cria-se um novo mercado com imenso potencial econômico e muita sinergia conceitual. Marcas como Adidas, Balenciaga, Dolce & Gabbana, Gap, Gucci, Nike e Ralph Lauren já estão lançando **produtos digitais** sob a forma de NFTs.

Um dos grandes desafios das empresas no Metaverso é encontrar formas de ampliar a proteção e a efetividade dos seus direitos de propriedade intelectual para coibir a atuação de contrafactores virtuais.

É possível que a migração do modelo físico para o digital impulse a atuação de contrafactores. Isto porque, no universo virtual, é possível criar e vender itens virtuais que imitem o design e/ou a marca de produtos de terceiros de qualquer lugar do mundo, sem precisar de fábrica, estabelecimento físico de venda ou operação logística para transporte dos produtos. Nesse contexto, a identificação do local no qual ocorreu a violação de um direito de propriedade intelectual pode ser uma árdua tarefa, devendo-se levar em consideração ainda as diferentes legislações e práticas sobre o tema em diversas jurisdições.

Nike e Hermès são exemplos de empresas que já se depararam com itens virtuais que constituem **cópias não autorizadas** dos designs e marcas de alguns de seus famosos produtos e vêm enfrentando desafios para impedir esse tipo de pirataria no Metaverso.

Apesar de a prática de contrafações no Metaverso ser algo recente, titulares de direitos de propriedade intelectual já podem adotar algumas medidas para tentar ampliar a proteção e a efetividade dos seus direitos, sem prejuízo de outras medidas a serem adotadas no futuro a partir de uma melhor observação desse novo cenário.

Em vista da territorialidade da proteção conferida por um registro de marca, é recomendável que as empresas também passem a levar em consideração os locais que possuem os maiores números de provedores e usuários do Metaverso ao escolher as jurisdições para registrar suas marcas. Deve ser ainda considerado na gestão de um portfólio de marcas, independentemente do campo de atuação da empresa, uma ampliação do escopo de proteção dos registros para abranger produtos e serviços virtuais, notadamente nas classes 09, 35 e 41, que cobrem, respectivamente, produtos virtuais descarregáveis, serviços de loja de varejo de produtos virtuais e serviços de entretenimento online. Além disso, avaliar a possibilidade de obter registro de marcas não tradicionais, como as sonoras ou compostas por imagens em movimento, especialmente nas jurisdições que aceitam essas modalidades de registro marcário, pode ser um importante instrumento na tutela dos direitos de propriedade intelectual.

A expansão da **proteção marcária** com a obtenção de registros em determinadas jurisdições é fundamental ainda para facilitar a remoção de conteúdos junto às plataformas virtuais do Metaverso. Afinal, as plataformas que adotam procedimentos específicos de *notice and take down* para retirada de conteúdos que infrinjam direitos de terceiros, invariavelmente requisitam àquele que pleiteia a remoção a prova de titularidade dos direitos.

Por fim, é recomendável que as empresas considerem a ideia de estabelecer uma presença própria no Metaverso. Além de ser mais um meio para alcançar consumidores e aumentar o reconhecimento de suas marcas e produtos, a atuação no Metaverso poderá permitir o monitoramento das atividades que ocorrem nesse novo universo de forma mais próxima, tendo, ainda, o condão de inibir a atuação de contrafactores.

>>> Este artigo faz parte do e-book "*Metalaw: Reflexões sobre a aplicação do Direito no Metaverso*".

Confira aqui os outros artigos do livro.

Profissionais que aliam visão jurídica e visão de mercado



Pedro Frankovsky Barroso



Jana Fraccaroli



Jose Humberto Deveza Assola