

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 31 de maio de 2022 às 07h58
Seleção de Notícias

Revista Globo Rural Online | BR

Marco regulatório | INPI

Erva-mate de SC recebe Indicação Geográfica 3

Migalhas | BR

Marco regulatório | INPI

Seminário discute cooperação entre Brasil e França na área de patentes 4

Marco regulatório | INPI

A extensão da proteção da marca para fins publicitários 6

Propriedade Intelectual

Metaverso: O lado obscuro desse novo "universo" 9

Erva-mate de SC recebe Indicação Geográfica

O registro marca o valor cultural do produto e serve como um diferencial no mercado. A erva-mate produzida na região do Planalto Norte Catarinense recebeu, no início deste mês, a **Indicação Geográfica (IG)** de **Denominação de Origem** pelo Instituto Nacional da Propriedade Intelectual (**INPI**). É a primeira vez que o produto recebe esse tipo de registro.

LEIA TAMBÉM: Secagem no micro-ondas mantém propriedades benéficas da erva-mate

A IG é um instrumento de reconhecimento da origem de um produto ou serviço. Assegura ao comprador que essa erva-mate catarinense detém um valor cultural intrínseco e uma identidade própria, que a distingue dos demais exemplares do mercado.

No caso da erva-mate do Planalto Norte Catarinense, por exemplo, são consideradas as particularidades locais no manejo da planta. Historicamente, essas plantas foram afetadas pela influência de diversos povos a ocuparem a região (indígenas, caboclos, tropeiros e imigrantes europeus).

â€” Globo Rural está na Rádio CBN! Ouça o boletim

de hoje

Segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), essa erva-mate é caracterizada pelo seu cultivo em ambiente de sombra esparsa junto à Mata de Araucária (a região apresenta a menor insolação anual no estado de Santa Catarina). Além disso, ela é proveniente de ervas nativas, sem a presença de espécies exóticas ou insumos químicos.

Nos estudos feitos para o reconhecimento, evidenciou-se que o sombreamento no cultivo da planta é responsável por proporcionar maiores teores de cafeína na erva-mate. Em comparação a amostras recolhidas no Paraná, no Rio Grande do Sul e na Argentina, tem mais brilho, coloração verde mais intensa e sabor mais doce.

Com o registro, os produtores de toda a região do Planalto Norte Catarinense, que engloba 20 municípios, poderão aplicar em suas ervas o selo representativo da cultura, bem como os selos brasileiros de IG.

Quer ter acesso a conteúdos exclusivos da Globo Rural? É só clicar e assinar!

Seminário discute cooperação entre Brasil e França na área de patentes

O evento foi promovido pelo escritório brasileiro Licks Attorneys Propriedade Industrial no Brasil. O seminário discute cooperação entre Brasil e França na área de patentes. O evento foi promovido pelo escritório brasileiro Licks Attorneys segunda-feira, 30 de maio de 2022. Compartilhar Siga-nos no

A Embaixada do Brasil na França realizou na última terça-feira, 24/5, o seminário "Prática da Propriedade Industrial no Brasil: Perspectivas Franco-Brasileiras", com a presença de representantes dos governos dos dois países e da indústria. O evento, que aconteceu em Paris, foi promovido pelo escritório brasileiro Licks Attorneys e contou com o apoio da Associação Francesa de Especialistas em Propriedade Industrial (**ASPI**) e do Centro de Estudos Internacionais em Propriedade Intelectual (CEIPI).

A abertura do seminário ficou a cargo do Embaixador do Brasil na França, Luis Fernando Serra, que falou sobre o histórico de engajamento do Brasil com as convenções internacionais sobre **propriedade** intelectual. "A **propriedade** industrial é um elemento fundamental para o desenvolvimento da inovação e, conseqüentemente, o desenvolvimento econômico dos países", afirmou o Embaixador, que destacou ainda a longa cooperação entre Brasil e França nesta e em outras áreas.

As relações franco-brasileiras também foram abordadas por Régis Arslanian, embaixador brasileiro aposentado e sócio do Licks Attorneys, que citou a importância das empresas francesas na economia brasileira. François Xavier de Beufort, Diretor de Ação Econômica do **Instituto** Nacional de Propriedade Industrial francês, encerrou a abertura falando sobre as diversas medidas da cooperação entre França e Brasil na área de patentes, destacando como exemplo o acordo de PPH (Patent Prosecution Highway) que foi assinado no mês de março e entrou em

vigor em 1º de maio, permitindo acelerar a análise de pedidos de patentes nos dois países.

O seminário foi dividido em três painéis. No primeiro deles, "A Proteção da Inovação e a Prática em Life Sciences no Brasil", o moderador Otto Licks, sócio fundador do Licks Attorneys, compartilhou estatísticas do sistema brasileiro de patentes e da decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) que acabou com a contagem do prazo de validade das patentes a partir do momento de sua concessão. "A história do sistema de patentes brasileiro sempre levou em consideração o prazo a partir da concessão e não do depósito do pedido. No momento em que o STF decidiu acabar com o prazo de dez anos a partir da concessão, quase 40% das patentes em vigor no Brasil se beneficiavam desse prazo", afirmou.

Otto também apresentou os mecanismos judiciais e mercadológicos que fazem do Brasil um país-chave para empresas farmacêuticas e de cosméticos francesas. Os participantes do primeiro painel representavam tais empresas: Pierick Rousseau trouxe sua experiência como Diretor de **Propriedade** Industrial na indústria farmacêutica e de cosméticos e mencionou a utilidade da adoção de um sistema de extensão do prazo de validade das patentes para compensar atrasos na aprovação regulatória -- mecanismo conhecido como PTE (patente term extension), de que o Brasil ainda não dispõe, ao contrário de inúmeros países. "Será que o Brasil não deveria pensar em implementar um certificado complementar de proteção como nos Estados Unidos, na Europa, na Coreia do Sul, creio que na Rússia e no Japão? Idealmente, seria uma possibilidade. "

Muriel Morel-Pecheux, Diretora de Patentes de Moléculas Sintéticas da farmacêutica francesa Sanofi, falou sobre a importância de um sistema judiciário rápido e eficaz para garantir os direitos de inventores e investidores, e mencionou o trabalho feito pelo Ins-

Continuação: Seminário discute cooperação entre Brasil e França na área de patentes

tituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**) do Brasil para acelerar as concessões de patentes.

Na sequência, Maximiliano Arienzo, Chefe da Divisão de **Propriedade** Intelectual do Ministério das Relações Exteriores do Brasil, fez a apresentação "O Processo de Modernização da **Propriedade** Intelectual Brasileira". Nela, explicou as medidas tomadas pelo governo para atualizar o sistema de PI no país. "Os esforços do Brasil para colocar em prática um processo de modernização com vistas ao estabelecimento de um sistema equilibrado de promoção e proteção de PI, integrado ao sistema econômico de inovação, fazem parte de um esforço do governo para consolidar uma nova era de gestão e regulação da **propriedade** intelectual e do desenvolvimento econômico no Brasil", afirmou Arienzo.

O último painel do seminário, "Oportunidades e Desafios da Propriedade Industrial na Relação Franco-Brasileira", reuniu Didier Patry, CEO da France Brevets, Jean-Marc Deltorn, docente no CEIPI e ex-examinador do Escritório Europeu de Patentes (EPO), Xavier Ragot, Diretor Jurídico da Christian Louboutin, e Olivier Goulay, Vice-Presidente de Desenvolvimento Internacional da EliciPlant.

O moderador Karlo Tinoco, advogado do Licks Attorneys, abriu o painel falando sobre os laços que unem Brasil e França nos últimos dois séculos e sobre como o sistema judiciário brasileiro pode responder aos anseios da indústria francesa. Didier Patry tratou da importância do Brasil para as pequenas e médias empresas francesas e da capacidade do país em oferecer um sistema forte de PI aos investidores estrangeiros.

Jean-Marc Deltorn falou sobre como as ferramentas de inteligência artificial criadas na Europa podem auxiliar o **INPI** brasileiro a ser mais eficiente e relatou experiências de cooperação bem-sucedidas entre o EPO e **INPI** BR.

Os representantes da indústria francesa no painel também falaram sobre as boas relações com o Brasil e as expectativas de avanços. Xavier Ragonmencionou a experiência da Christian Louboutin no país, que inclui cooperação com a Receita Federal e com a Polícia Federal no combate aos **produtos** piratas. Elogiou o diálogo com o **INPI** BR, mas disse esperar que mais recursos sejam alocados para a autarquia federal, para que problemas antigos sejam resolvidos. Olivier Goulay, da EliciPlan- especializada em pesquisa biotecnológica no setor agro - falou sobre a importância do Brasil para a indústria francesa e disse ver com bons olhos as ações para melhoria do sistema de proteção da inovação no BR.

No encerramento, Régis Arslanian, sócio do Licks Attorneys, agradeceu os presentes e resumiu as conclusões do seminário, ressaltando o consenso de que há preocupações e frustrações com o sistema de **patentes** no Brasil, mas também um reconhecimento de que houve avanços muito grandes. "O atual governo tem legítima vontade política de melhorar o **INPI**. Sabe que, se apoiar a propriedade intelectual, esse apoio rende resultados positivos para o país. Este governo tem muita consciência sobre isso."

Por: Redação do Migalhas Atualizado em: 30/5/2022 19:31

A extensão da proteção da marca para fins publicitários

O titular de um registro pode manter sempre atual o seu veículo de comunicar a marca simplesmente fazendo o devido e oportuno uso do dispositivo legal em comento. A extensão da proteção da marca para fins publicitários Paulo Armando Innocente de Souza O titular de um registro pode manter sempre atual o seu veículo de comunicar a marca simplesmente fazendo o devido e oportuno uso do dispositivo legal em comento. segunda-feira, 30 de maio de 2022 CompartilharSiga-nos no

A lei da **propriedade** industrial (lei 9.279/96), dispõe, entre os seus art. 122 ao 191, especificamente sobre as marcas, seus pré-requisitos para proteção, os direitos e limitações de seu titular, prazo de vigência do registro, modalidades de extinção, transferência, entre outras previsões, residindo no art. 129 a disposição acerca dos direitos do titular sobre a proteção com exclusividade do uso da marca devidamente registrada, válida em todo o território nacional e vocacionada a impedir que terceiros usem ou depositem no **INPI** marcas idênticas ou semelhantes, seja no mesmo segmento ou em segmentos afins.

Porém, poucos são os trabalhos e os precedentes que utilizam o art. 131 da lei 9.279/96 (LPI - lei da **Propriedade** Industrial) como seu objeto ou ponto de fundamentação. Tal dispositivo, no entanto, traz uma extensão bastante clara, abrangente e relevante da exclusividade garantida pelo registro da marca, pois, conforme sua dicção, "a proteção de que trata esta lei abrange o uso da marca em papéis, impressos, propaganda e documentos relativos à atividade do titular". Proteção essa que, releva destacar, é aquela prevista no art. 129 da LPI, que confere ao titular a exclusividade em seu uso, ou seja, direito de impedir que terceiros reproduzam ou imitem, sem sua autorização, a marca registrada junto ao **INPI**.

No entanto, depara-se com um sem-número de casos em que empresas de um determinado segmento pre-

tendem dar ampla publicidade ao seu negócio e, a rebouque, sua marca (ou uma de suas marcas) registrada. E, dessa prática, adotam as empresas, talvez por excesso de zelo, talvez por falta de informação adequada, a estratégia de depositar pedidos de registro no **INPI** para a marca do empreendimento ou dos produtos em classes de produtos ou serviços relacionadas à publicações impressas, mídias digitais, entre outros sem relação direta com o produto ou serviço por ela identificado.

Esta estratégia, no entanto, pode revelar alguns problemas. Primeiro, a marca registrada que se quer expandir por meio de depósito de pedidos em segmentos voltados exclusivamente para comunicar a marca, ou seja, para o uso da marca com fins publicitários, é desnecessária frente ao art. 131 da LPI, que já estende ao registro concedido em qualquer classe os direitos obtidos para os papéis, impressos e outros itens que, relacionados à atividade do titular da marca, estão aptos a promover o seu uso comercial e conhecimento do público.

Como reconhece a escassa doutrina sobre este dispositivo, não há dúvidas de que "a proteção conferida às marcas compreende não só o uso do sinal diretamente no produto ou serviço reivindicado, mas também o uso em outros documentos ou meios de comunicação". Isto quer dizer que, por ser a marca um fenômeno primeiramente do mundo dos fatos e habitando no ambiente comercial, desse uso (ou intenção de uso) resultando efeitos jurídicos, não há como negar que a sua parcela de proteção quanto aos elementos publicitários necessários à concretização do negócio assinalado pela marca é devida, e seu uso, neste sentido, é legítimo.

Em segundo lugar, além de desnecessário, a marca registrada em determinada classe ou segmento, apesar de exclusiva naquele ramo, pode já ter sido apropriada de forma idêntica ou assemelhada em ramo di-

Continuação: A extensão da proteção da marca para fins publicitários

verso, como o de papelaria ou criação de websites, por exemplo, o que possivelmente ensinará um indeferimento com base no inciso XIX do art. 124 da LPI. Obviamente, o examinador da Autarquia não sabe se tratar de uma atividade estritamente relacionada às atividades assinaladas no registro marcário que reflete o objeto principal da empresa, e nem deveria.

Entretanto, mesmo incorrendo nesse impasse, raramente são vistas defesas apontando o art. 131 da LPI como legitimador de uma extensão de direitos já adquiridos pelo art. 129 da mesma lei, muitas vezes para uma atividade principal objeto de um registro muito anterior ao que ensejou o indeferimento na classe acessória. Poderia, assim, afirmar que o citado dispositivo corresponde a uma extensão legítima dentro do próprio território da proteção à marca principal, mas funcionando de forma análoga à do art. 6 quinquies A.1 da CUP (o "telle-quelle"), podendo evidenciar ou servir de argumento ao examinador ou Magistrado de que se trata de um uso em segmento tipicamente publicitário, mas que não identifica serviços ou produtos voltados ao marketing em si, limitando-se à comunicação da marca no segmento principal de sua titular por aquele veículo que, coincidentemente, está inserido na mesma classe do registro citado como anterior pelo **INPI**.

Também há hipóteses em que, ocorrendo um verdadeiro bis in idem dos direitos adquiridos por registros nessas classes com usos voltados exclusivamente para a publicidade da marca principal, pois o art. 131 da LPI já daria conta da proteção nessas atividades publicitárias acessórias, habitualmente os meios de comunicação requerem uma constante reciclagem da forma como essas marcas são expostas, comunicadas e, assim, podem incorrer em interrupções de uso ou até mesmo sua descontinuidade, como o de um empreendimento imobiliário de luxo que, ciente de que seu público não será alcançado por meio de panfletos e folders, concentra sua promoção exclusivamente em marketing digital, tornando o registro para os materiais im-

pressos obsoleto e, também, suscetível de extinção pela caducidade (art. 143 da LPI).

A doutrina do IDS afirma, corroborando a inutilidade do registro para segmentos que se propõem tão somente a promover a marca em seu mercado principal, que o art. 131 da LPI "não exaure as hipóteses de proteção da marca com relação à mídia. Ao revés, após citar alguns meios específicos, o legislador amplia a tutela ao uso da marca a quaisquer 'documentos relativos à atividade do titular'". E por atividade do titular, leia-se, aquela assinalada no registro, obviamente.

Assim, o titular de um registro pode manter sempre atual o seu veículo de comunicar a marca simplesmente fazendo o devido e oportuno uso do dispositivo legal em comento. Ou seja, não há razão para que uma empresa de eletrodomésticos deposite pedido de registro para a marca que identifica suas televisões para, sob a mesma forma e configuração, identificar camisas empregadas exclusivamente em determinada ação de marketing, a não ser que, graças a um inesperado sucesso, tais camisas angariem boa aceitação do público e possam virar um novo produto comercializado, desde que cumpra, obviamente, com o requisito de legitimidade e comprovação do exercício lícito da atividade previsto no art. 128, §1º da LPI, diretamente ou através de empresas controladas.

Não se defende, porém, que marcas voltadas a consolidar o que passou a denominar de brand extensions não sejam depositadas no **INPI**. O fenômeno de brand extension é uma evolução do conceito da marca, que fazendo parte da estratégia comercial da empresa, passa a transportar o valor da marca principal para diversos outros ramos que componham o "lifestyle" dos usuários, amplificando o aproveitamento da marca pelo consumidor e, a seu turno, aumentando os lucros e penetração da marca principal dentro do seu próprio público e expandindo-o, podendo, eventualmente, exercer um potencial publicitário para a principal linha de pro-

Continuação: A extensão da proteção da marca para fins publicitários

duto e/ou serviços identificados pela marca. Esses usos extensivos devem ser registrados nas classes atinentes para a defesa nesses segmentos, pois, evidentemente, não são usados como mero veículo para a marca principal, mas uma nova linha de produtos e serviços colocados à disposição de seus consumidores habituais.

Nesse contexto, se uma concessionária ou montadora de veículos lança livretos com os principais veículos da sua marca, de forma a promovê-los perante o público e informar o consumidor, em tese, pela letra do art. 131 da LPI, seria desnecessário o depósito da marca na classe 16, por exemplo, pois eventual registro para esta na classe 12 já cumpriria o objetivo de estender à publicação informativa o direito ou, pelo menos, a legitimidade do uso, afastando questionamentos de terceiros que pudessem suscitar algum conflito na classe 16. No entanto, caso a montadora objetivasse lançar publicação seriada de veículos automotores, com expansão para um canal eletrônico de notícias e criasse uma subdivisão para a gestão desses materiais, incorporando-se ao perfil comercial da empresa, daí se defende que o depósito é não só necessário, como também o é o exame de marcas segundo os critérios de distintividade e disponibilidade exigidos pelo **INPI** para o seu deferimento e concessão.

Portanto, há no art. 131 da LPI uma série de nuances a princípio inobservadas, pois pode legitimar um uso ou um registro em determinada classe, em caso de conflito, bem como servir como extensão da proteção para as mais sofisticadas plataformas, pois a função publicitária, como aponta o próprio dispositivo, é da alma da marca e o seu uso nesses veículos publicitários deve ser preservado, tanto de terceiros desleais que queiram desvirtuar a clientela da titular do registro, quanto de atos de legítimos titulares de registros anteriores em classes de segmentos publicitários afins, pois o citado dispositivo, sem desconsiderar os direitos do outro titular, atribuiria melhor direito e legitimidade da marca veiculada no material publicitário, desde que, evidentemente, este material não se configure uma nova atividade, autônoma e comercial, da titular da marca que assinala a atividade principal da empresa.

Atualizado em: 30/5/2022 09:37 Paulo Armando Inocente de Souza Graduado pela Faculdade Nacional de Direito da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Pós-graduado em Direito Processual Civil. Sócio do escritório Daniel Advogados.

Metaverso: O lado obscuro desse novo "universo"

Metaverso: O lado obscuro desse novo "universo"
Mônica T. Medeiros Lopes Scariot e Vanise Saciloto
Camassola Cultos religiosos, casamentos, lojas on-line e processos seletivos já estão sendo realizados no metaverso. Esse novo "universo" abre um espaço para todos e não restam dúvidas que este novo ambiente veio para ficar. segunda-feira, 30 de maio de 2022 CompartilharSiga-nos no

O metaverso vem ganhando um espaço cada vez maior na vida dos brasileiros. Embora não seja uma realidade tão nova assim (a origem do termo é do romance de ficção científica de Neal Stephenson de 1992) foi especialmente após a mudança de nome do grupo dirigido por Zuckerberg - criador do Facebook - que recentemente, passou a se chamar "Meta", que a maior parte da população passou a conhecer melhor o tema. Embora a alteração do nome do grupo, as redes sociais permanecem com o mesmo nome.

O ambiente se utiliza de tecnologias relacionadas a realidade virtual e realidade aumentada que poderá ser um espelho da realidade para o usuário online, proporcionando a imersão total do indivíduo. O interesse comercial poderá gerar aos usuários das redes filiadas experiências únicas e em realidade virtual, possibilitando que as atividades essenciais possam também serem feitas através do acesso ao universo Meta.

Inicialmente o metaverso era habitado pelos games, sendo o Second Life o primeiro dos jogos voltados para simular a vida real, em ambiente virtual de realidade aumentada. Hoje em dia, esse novo universo deixou de ser exclusivo dos games.

Atualmente lojas tem feito desfiles e divulgações de campanha (assim como a Gucci), há processos seletivos nos quais você faz testes e entrevistas com seu avatar (Ambev). O Judiciário também está por dentro da inovação, em virtude da divulgação de um projeto piloto realizado em abril de 2022 pela vara do Trabalho da comarca de Colider, no Mato Grosso.

Nem mesmo cultos religiosos têm ficado de fora da novidade.

No dia 19 de março de 2022 aconteceu o primeiro casamento, realizado por brasileiros, no metaverso. A festividade contou com a presença de seus familiares, convidados e figuras famosas. Além disso, a igreja escolhida para celebração também estava presente no mundo virtual, de modo que contou com detalhes escolhidos especialmente pelos noivos. O ocorrido ainda contou com aliança digital e união por meio de um smart contract. Os convidados da festa, receberam NFT'S (token não fungíveis), como lembranças deste dia. Não restam dúvidas que o metaverso veio para ficar.

Em contrapartida, nesse mesmo universo paralelo, assim como no mundo real, os atos ilícitos já começam a deixar seus registros e virar estatísticas. Furtos de NFT's, problemas com **propriedade** intelectual (afinal, como funciona a garantia da propriedade nesse universo? E a fiscalização destes direitos?!). Há também registro de furto de dados pessoais dentro de plataformas, que podem ser interpretadas como incidente de segurança por vazamento de dados, se considerarmos a aplicabilidade da Lei Geral de Proteção de Dados no metaverso - hipótese a qual particularmente nós pactuamos -, já que a LGPD já deixa expresso que a proteção dos dados ocorre inclusive nos meios digitais.

No âmbito do metaverso podemos destacar casos importantes que geram discussões sobre supostos delitos ocorridos neste universo. Ainda em 2021, em uma plataforma de testes utilizada pelo grupo Meta, uma usuária relatou que seu avatar havia sofrido certo tipo de assédio dentro da plataforma, o que nos leva a questionar, como a legislação será aplicada no Metaverso? As dúvidas permeiam não apenas o direito civil e a aplicabilidade da área mas também, e de maneira aumentada, o direito criminal. Sem a legislação adequada para essa nova realidade o ambiente metaverso poderá se tornar útil e proveitoso para co-

Continuação: Metaverso: O lado obscuro desse novo "universo"

metimento de crimes?

As experiências proporcionadas por diversas organizações a usuários do metaverso são variadas, o que gera, de certa forma, caminho facilitado para que os males da sociedade também possam infiltrar-se no mundo virtual e provocar sua exposição.

Além do assédio anteriormente citado, crimes contra criança e adolescente, racismo, estupro e homicídio também foram relatados pelos usuários. Não há ainda nenhuma legislação que trate sobre atos ilícitos e crimes cometidos junto ao metaverso, deixando uma lacuna e limbo jurídico sobre esse tema que tanto vem ganhando destaque na mídia.

Sendo este universo utilizado como um "espelho da realidade" os delitos ocorridos, envolvendo os avatares de usuários reais, merecem atenção especial para o desenvolvimento de leis que abracem o uso correta da plataforma, bem como, para que possam evitar que tais delitos ocorram no mundo metaverso e se isentem de punição.

O fato é que há um abismo jurídico entre as inovações e o legislativo, o que certamente não será diferente nesse novo "universo".

Ao passar a análise para o âmbito de competências, e imaginando que o avatar brasileiro está a realizar determinadas atividades em solo europeu, sendo aquele vítima ou infrator de ações tipificadas como crime, ou infringindo responsabilidades cíveis, qual a legislação seria aplicável ao avatar brasileiro? Pensa-se em atingir as leis do Brasil ou Europa?

Atualmente, não há nenhuma legislação que possa tipificar, qualificar, ou ainda enfrentar em possíveis julgamentos, os crimes relatados no metaverso. Para que a responsabilização possa ser direcionada ao indivíduo real, responsável pelo avatar infrator, é necessário que exista adaptação, e de certa forma uma evolução tecnológica da lei para em razão das condutas reais já existentes, apenas desta forma seria

possível encaminhar-se para um texto legal capaz de atingir o metaverso.

Nesse sentido, vale lembrar que o fato de não existir norma não exime o juiz de decidir, conforme se verifica no art. 4º da lei de introdução às normas do direito brasileiro, nestes termos, in verbis:

Art. 4o. Quando a lei for omissa, o juiz decidirá o caso de acordo com a analogia, os costumes e os princípios gerais de direito.

Nessa mesma linha, convém mencionar que a Emenda Constitucional 85 de 2015 incluiu na Constituição Federal um capítulo específico sobre ciência, tecnologia e inovação, com disposições e especificações sobre medidas de promoção ao incentivo de desenvolvimento científico, à pesquisa, capacitação, à tecnologia e à inovação, com destaque para o parágrafo único do art. 219, abaixo transcrito:

CAPÍTULO IV - DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

Art. 219. O mercado interno integra o patrimônio nacional e será incentivado de modo a viabilizar o desenvolvimento cultural e sócio-econômico, o bem-estar da população e a autonomia tecnológica do País, nos termos de lei federal.

Parágrafo único. O Estado estimulará a formação e o fortalecimento da inovação nas empresas, bem como nos demais entes, públicos ou privados, a constituição e a manutenção de parques e polos tecnológicos e de demais ambientes promotores da inovação, a atuação dos inventores independentes e a criação, absorção, difusão e **transferência** de tecnologia. - grifo nosso

Contudo, é notório que as normas demoram a acompanhar às inovações trazidas, conforme se pode claramente verificar no mercado de criptoativos, que embora existente desde 2009 ainda não tem uma norma em vigor, em que pese existam projetos de lei em

Continuação: Metaverso: O lado obscuro desse novo "universo"

tramitação e especialmente agora um projeto de lei substitutivo pendente de aprovação junto à câmara dos deputados.

Há ainda a destacar que entre os dois universos: real e virtual existe a correlação das ações reais e a reprodução das mesmas de maneira digital. A reprodução de tais atos reflete diretamente na reprodução legislativa já existente para a tentativa de controle e proteção dos usuários diante do metaverso, com as devidas mudanças e adequações de acordo com a evolução das tecnologias que são utilizadas nestes meios.

É certo que mesmo sem norma cabe ao Judiciário dizer o direito, tomando por base a doutrina, jurisprudência, demais fontes, princípios etc. No caso do metaverso, há uma linha que entende que se aplica exatamente as mesmas normas em vigor desta realidade; já outra linha, entende que por ser um novo universo, não há como aplicar normas jurídicas brasileiras, especialmente porque há questões de territorialidade bem complexas de serem analisadas, ou seja, necessariamente deve-se obter outras formas de aplicação.

Outra linha acredita que os termos de uso irão dispor sobre as lacunas existentes, contudo, vale lembrar que os termos de uso são regras relacionadas ao ambiente e serviço prestado, passíveis de banimento, exclusão da plataforma, mas sem um impacto mais amplo no que diz respeito à aplicabilidade, sanções e análise jurídica de uma forma macro, se comparadas a normas de eficácia plena.

Devido a isso, aos usuários de metaverso que utilizam-se da plataforma com maior frequência e tenham sofrido delitos semelhantes aos tipificados no mundo real, dentro do universo criado, caberá que,

assim como na realidade já existente, deverão denunciar tais situações aos proprietários das plataformas.

Da mesma forma, diante da extensão do delito, deverá observar os reflexos atingidos pelo ato e a responsabilização civil e criminal do avatar (e seu responsável). Em muitas plataformas há ainda a disponibilização de mecanismos de segurança que visam proteger os avatares de situações que podem lhe causar abalos, o conhecimento é primordial para utilização correta e ágil. Canais de denúncia devem ser utilizados e termos de uso lidos, conhecidos e aplicados.

Medidas de segurança da informação deverão ser redobradas, principalmente quando o usuário utilizar criptoativos. Pesquisar a reputação da plataforma é medida que se impõe, uma vez que adentrar nesse novo universo é opcional. Enquanto não há linha mais assertiva, caberá ao usuário, proteger-se nesse "universo".

Em contrapartida, assim como o avanço da tecnologia potencializou o aumento expressivo dos crimes cibernéticos, o metaverso abre caminho para um leque de oportunidades de práticas ilícitas, que pelo menos por enquanto têm como vantagem o limbo jurídico mencionado anteriormente.

Por fim, entende-se nos dias atuais que a internet não mais é considerada "terra sem lei" de forma que o metaverso também não deverá ser. A morosidade das questões legais enfrentam as mesmas dificuldades do mundo real, mas merecem confiança, para que a longo prazo, possam atender devidamente os interesses dos usuários. A adesão legal necessitará ser unânime.

Continuação: Metaverso: O lado obscuro desse novo "universo"

Entre realidades virtuais e aumentadas certo é que o metaverso faz parte da nossa realidade, da mesma forma em que a morosidade legislativa em acompanhar as inovações também.

Atualizado em: 30/5/2022 14:11 Mônica T. Me-deiros Lopes Scariot Advogada do escritório Lopes e Pauletto Associados, e é Especialista em Direito Civil, Negocial e Imobiliário pela LFG/Anhanguera e Pós-graduanda em Advocacia em Direito Digital e

Proteção de Dados pela EBRADI. Vanise Saciloto Camassola Advogada do escritório Jean Carbonera Advogados Associados, é Especialista em Direito Penal e Processo Penal e em Direito Digital, ambas pela FMP - Fundação Escola Superior do Ministério Público.

Índice remissivo de assuntos

Denominação de Origem
3

Marco regulatório | INPI
3, 4, 6

Propriedade Intelectual
4, 9

Pirataria
4

Patentes
4

Propriedade Industrial
4, 6

Entidades
4

Inovação
9