

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

KAOLL WAOLL HANNAH ZAKAWSKY OLIVEIRA DE SOUSA

**O IMPACTO DA VIOLAÇÃO DOS DIREITOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL
NO METAVERSO COM BASE NO CASO HERMÈS VS. ROTHSCHILD**

São Paulo

2023

O IMPACTO DA VIOLAÇÃO DOS DIREITOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL NO METAVERSO COM BASE NO CASO HERMÈS VS. ROTHSCHILD

Kaoll Waoll Hannah Zakawsky Oliveira de Sousa

“Uma marca é a intuição que uma pessoa tem sobre um produto, serviço ou empresa. A marca não é aquilo que você diz que é. É aquilo que eles dizem que é.” Marty Neumeier, The Brand Gap

Sumário. Introdução. 1. Análise jurídica do caso Hermès vs. Rothschild. 1.1. Histórico do caso. 1.2. Os direitos de Propriedade Intelectual violados por meio de reprodução. 1.3. Violação dos direitos de marca. 1.4. Reprodução do trade dress e as consequências da comercialização de produtos falsificados. 1.5. As circunstâncias que configuram concorrência desleal. 2. Comparação entre os direitos dos titulares dos ativos de propriedade intelectual no Brasil e nos Estados Unidos. 3. O metaverso como extensão da realidade e como espaço para exploração. 3.1. A representação de ativos digitais a partir de NFTs. 3.2. Blockchain como fonte de proteção no mundo virtual. 4. Análise dos argumentos apresentados pelas partes na disputa judicial. Considerações finais. Referências.

Resumo: A violação dos direitos de propriedade intelectual por meio da reprodução de marca registrada foi objeto de ação judicial ajuizada por Hermès International contra o artista Mason Rothschild que criou e disponibilizou para venda no metaverso os Non-Fungible Tokens (“NFTs”) das luxuosas bolsas conhecidas mundialmente como Birkin. O fato gera o dever de indenizar independente de ter ocorrido no ambiente virtual, uma vez que as legislações que dispõem sobre a proteção da propriedade intelectual se aplicam também aos ativos digitais, em especial aos NFTs.

Palavras-chave: Propriedade intelectual; Marcas; Trade Dress; Hermès; Metabirkin; Metaverso; NFTs.

Abstract: The violation of intellectual property rights through trademark reproduction was the subject of a lawsuit filed by Hermès International against the artist Mason Rothschild who created and made available for sale in the metaverse of Non-Fungible Tokens (“NFTs”) of world-renowned handbags like Birkin. This fact generates the duty to indemnify regardless of whether it occurred in the virtual environment, since the legislation that protects the protection of intellectual property also applies to digital assets, especially NFTs.

Keywords: Intellectual Property; Trademarks; Trade Dress; Hermès; Metabirkin; Metaverse; NFTs.

Introdução

A propriedade intelectual tem se mostrado cada vez mais importante na era digital em que vivemos, especialmente quando se trata de marcas e direitos autorais no contexto do mercado de luxo e do surgimento do metaverso. Nesse ambiente, a proteção da marca é essencial para as empresas de luxo, que investem fortemente em estratégias de marketing e na construção de uma reputação de excelência e exclusividade.¹

No entanto, a violação da marca é uma prática comum no mercado de luxo, especialmente na produção e comercialização de produtos falsificados. Além disso, o surgimento do metaverso traz novos desafios para a proteção da marca, uma vez que a criação de produtos e serviços digitais pode envolver a utilização de marcas registradas e de outros direitos de propriedade intelectual.

A exemplo disto, recentemente, a grife de luxo francesa Hermès tomou conhecimento de que Mason Rothschild e Eric Ramirez criaram NFTs de bolsas de couro inspiradas no famoso modelo Birkin da marca, nomearam as criações de "MetaBirkins" e colocaram-nas à venda por milhares de euros e com pagamento através de criptomoedas.

Devido à reprodução do trade dress e utilização do termo "Birkin", que constitui reprodução da marca, a companhia Hermès processou o artista alegando violação de direitos de marca e de trade dress, bem como pela prática de cybersquatting.

Diante desse cenário, é importante compreender os direitos de propriedade intelectual relacionados à marca e as implicações legais da violação desses direitos. O presente artigo tem como objetivo discutir a proteção da marca no mercado de luxo e no contexto do metaverso, analisando a legislação brasileira e comparando-a com a legislação americana.

Serão abordados temas como a legislação de propriedade intelectual, a posição da marca Hermès no mercado de luxo atual, as consequências da falsificação de produtos de luxo para a marca, a proteção da marca no ambiente virtual e a responsabilidade das plataformas que regulamentam o metaverso.

Nesse sentido, este trabalho tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento de estratégias efetivas de proteção da propriedade intelectual e analisar as principais questões relacionadas à Propriedade Industrial no mercado de

¹ TEIXEIRA, Luciano. 2022. É preciso proteger e fazer cumprir os direitos de marcas registradas dentro da plataforma. Disponível em < <https://br.lexlatin.com/reportagens/propriedade-intelectual-metaverso-como-evitar-processos>>. Acesso em 15 de fevereiro de 2023.

luxo, com foco na proteção das marcas.

Para alcançar esses objetivos, o estudo utilizará uma abordagem qualitativa e exploratória, com base em pesquisa bibliográfica e análise do caso concreto que envolve a grife Hermès e a prática de violação de Propriedade Industrial no mercado de luxo.

No primeiro capítulo, será apresentado o histórico do caso e as problemáticas que o envolvem, como a violação de direitos da marca e do trade dress, e a concorrência desleal. No capítulo seguinte, serão abordadas as principais diferenças entre as legislações americana e brasileira no que tange os direitos dos titulares e as formas de responsabilizar os infratores, já o terceiro capítulo esclarece o que é o metaverso como espaço de exploração e as possibilidades de regulamentação desse ambiente virtual. No último parágrafo, será realizada uma análise dos argumentos utilizados no decorrer da ação judicial com base no resultado dessa pesquisa.

1. Análise Jurídica do Caso Hermès VS. Rothschild

Após a Primeira Guerra Mundial, o mercado de luxo se expandiu ainda mais com o surgimento de novas marcas, como a Hermès, que durante a Segunda Guerra Mundial ficou reconhecida pelo tom alaranjado utilizado em suas embalagens após a escassez dos materiais que permitiam a elaboração das caixas na cor creme e com bordas douradas.²

Atualmente, o mercado de luxo continua a crescer e evoluir, com novas marcas surgindo e as marcas estabelecidas se adaptando às mudanças nas tendências e no comportamento do consumidor. A tecnologia e a digitalização também estão transformando o setor, com a crescente importância do comércio eletrônico e da presença das marcas nas redes sociais e plataformas digitais.

O mercado de luxo é um setor caracterizado pelo oferecimento de produtos de alta qualidade, com design exclusivo e preços elevados, que eram acessíveis apenas a uma elite de consumidores, geralmente associados a marcas renomadas e exclusivas. Produtos comuns incluem artigos de couro, joias, relógios, roupas, acessórios e itens para a casa.³

² REDAÇÃO. 2015. Mundo do luxo: 10 fatos sobre a grife Hermès que você não sabia. Disponível em: <<https://forbes.com.br/sem-categoria/2015/11/mundo-do-luxo-10-fatos-sobre-a-grife-hermes-que-voce-nao-sabia/>>. Acesso em 15 de fevereiro de 2023.

³ E-commerce. 2023. Mercado de luxo: cenário e tendências do setor em 2023. Disponível em <<https://pagar.me/blog/mercado-de-luxo/>>. Acesso em 02 de maio de 2023.

Neste mercado, a autenticidade e a qualidade são altamente valorizadas, o que torna a proteção da propriedade intelectual uma questão crítica.

1.1. Histórico do caso Hermès VS. Rothschild

Hermès é renomada empresa francesa fundada em 1837 por Thierry Hermès, que atua no mercado de artigos de luxo e é uma das principais marcas de luxo do mundo, com uma forte posição no mercado. A marca é conhecida por sua alta qualidade, artesanato impecável e designs atemporais.⁴

A Hermès tem um forte compromisso com a tradição e a qualidade, mantendo a produção artesanal em muitos de seus produtos. A marca também é conhecida por suas colaborações com artistas e designers, resultando em peças únicas e exclusivas.

Nos últimos anos, a Hermès tem se destacado no mercado de luxo pela sua estratégia de limitar a oferta de seus produtos para manter sua exclusividade e evitar a diluição da marca. A empresa também tem investido em tecnologia e digitalização, expandindo sua presença online e oferecendo serviços personalizados de e-commerce.

Dentre seus itens icônicos para o mundo da moda, destaca-se a coleção de bolsas denominadas Birkin que são reconhecidas mundialmente. Com quase 40 anos de história, a Birkin possui um estilo clássico, atemporal e funcional, símbolo de elegância e sofisticação. As bolsas possuem um valor elevado devido à quantidade limitada disponível no mercado e, portanto, valorizam-se com o passar do tempo.⁵

Ocorre que em maio de 2021, o artista Mason Rothschild criou o NFT “Baby Birkin”, que representa uma Birkin desenvolvida pela grife Hermès, leiloado por 5,5 ETH, (sigla utilizada para se referir à moeda digital *Etherium*), o equivalente a 15.297 dólares e, posteriormente, foi vendido por aproximadamente 47 mil dólares, valores que vão em sua maioria para o artista.⁶

⁴ ETIQUETA ÚNICA. Conheça a Linha do Tempo da Hermès. Disponível em: <<https://blog.etiquetaunica.com.br/linha-do-tempo-hermes/>>. Acesso em 15 de fevereiro de 2023.

⁵ ETIQUETA ÚNICA. Conheça a história da Icônica bolsa Birkin. Disponível em: <<https://blog.etiquetaunica.com.br/conheca-a-historia-da-icone-bolsa-birkin/#:~:text=A%20Birkin%20%C3%A9%20um%20dos,mulheres%20ao%20redor%20do%20mundo>>. Acesso em 15 de fevereiro de 2023.

⁶ MCDOWELL, Maghan. The ‘Baby Birkin’ NFT and the legal scrutiny on digital fashion. 2021. Disponível em: <<https://www.voguebusiness.com/technology/the-baby-birkin-nft-and-the-legal-scrutiny-on-digital-fashion>>. Acesso em 03 de abril de 2023.

Em dezembro deste mesmo ano, Rothschild desenvolveu uma coleção de NFTs chamada “MetaBirkin” com 100 unidades, em que cada uma retrata a imagem digital exata da original bolsa Birkin. Os NFTs foram comercializados por meio do marketplace *OpenSea* com custo de 5 a 25 criptomoedas *Ethereum*, cuja conversão gira em torno de R\$ 42.300,00 a R\$ 212.500,00, que correspondem aos valores reais de uma bolsa Birkin física.

O artista também utilizou o termo Birkin no desenvolvimento e criação do website *MetaBirkins*, cujo acesso é por meio do nome de domínio “[MetaBirkins.com](https://www.metabirkins.com)”, para expor e comercializar os ativos digitais que representam as bolsas Birkin.

Diante dos fatos, a Hermès International ajuizou ação judicial em face do artista perante o Tribunal de Nova York que, recentemente, concedeu os pedidos pleiteados pela marca.

Dentre as alegações apresentadas pela Hermès estão: (i) infração marcária e do trade dress; e (ii) impedimento da marca para realizar o comércio de seus produtos em marketplaces virtuais futuramente caso o artista permanecesse fabricando e comercializando a reprodução das bolsas Birkin por meio dos NFTs.

Deste modo, a Hermès requereu judicialmente a interdição e impedimento do artista para que não fabrique, tampouco comercialize as *MetaBirkins* e que, ainda, transferisse o nome de domínio “*MetaBirkins.com*”, bem como pagasse indenização no valor de USD 100.000 pela violação do artigo 15, § 1.125, do US Code somada com os lucros advindos das vendas dos NFTs.⁷

1.2. Os direitos de Propriedade Intelectual violados por meio de reprodução

Propriedade Intelectual é um conjunto de direitos que protege as criações intelectuais de uma pessoa ou empresa. Ela inclui diversas áreas, como patentes, direitos autorais, marcas e desenhos industriais.

Propriedade Industrial é uma categoria da Propriedade Intelectual que se refere especificamente às criações que podem ser usadas na indústria, como patentes, desenhos industriais, marcas e indicações geográficas.

Devido ao objeto do caso em questão, resulta-se que marcas são sinais

⁷ GARCIA, Talita Sabatini, TOSETTI, Lucas e LEMOS, Julia. Metaverso e o uso de direitos de propriedade intelectual. 2022. Disponível em: < <https://www.estadao.com.br/politica/blog-do-fausto-macedo/metaverso-e-o-uso-de-direitos-de-propriedade-intelectual/>>. Acesso em 19 de março de 2023.

distintivos utilizados para identificar produtos ou serviços de uma empresa e diferenciá-los dos produtos e serviços de outras empresas. Podem ser palavras, logotipos, combinações de cores, sons e até mesmo cheiros.⁸

E o trade dress nada mais é do que a aparência visual de um produto ou serviço, que pode incluir a forma, cor, design e embalagem. É uma forma de proteção para garantir que a aparência de um produto ou serviço não seja copiada por outra empresa de forma a causar confusão no mercado.⁹

1.3. Violação dos direitos de marca

A reprodução não autorizada de uma marca é uma forma de violação dos direitos de propriedade industrial. A marca é um símbolo distintivo que identifica produtos ou serviços de uma empresa e é protegida por lei. Quando alguém reproduz uma marca sem autorização, isso pode levar a confusão do consumidor sobre a origem do produto ou serviço, prejudicando a reputação da empresa e violando seus direitos de propriedade industrial.

Existem diferentes formas de reprodução não autorizada de uma marca, como a cópia ou a imitação de um logotipo, nome comercial, embalagem ou design de um produto. Isso pode ser feito com o objetivo de enganar o consumidor, aproveitando-se da reputação da marca original, ou para competir de forma desleal.¹⁰

A violação dos direitos de propriedade industrial pode levar a ações legais, como a interposição de uma ação judicial contra o infrator. Essas ações podem resultar em indenizações, multas e até mesmo na proibição da comercialização de produtos ou serviços que infringem a marca. A proteção dos direitos de propriedade industrial é importante para incentivar a inovação e a concorrência justa no mercado, garantindo que as empresas sejam recompensadas por suas criações e investimentos.

Ocorre que, no caso em análise, o artista reproduziu a marca “Birkin” da

⁸ BARBOSA, Denis Borges. Tratado da Propriedade Intelectual. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018, 2. ed.

⁹ VILAGE MARCAS E PATENTES. Você sabe o que é trade dress? Disponível em: <<https://www.vilage.com.br/blog/voce-sabe-o-que-e-trade-dress/#:~:text=O%20trade%20dress%20%C3%A9%20o,do%20mesmo%20ramo%20de%20atividade.>> Acesso em 05 de abril de 2023.

¹⁰ BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm. Acesso em: 20 de abril de 2023.

Hermès ao utilizar o nome Metabirkin para se referir às suas criações virtuais, bem como ainda copiou o design das bolsas Birkin, práticas, estas, que constituem infração marcária e do trade dress da bolsa, causando diluição marcária e riscos de confusão e associação indevida com o famoso produto da grife francesa¹¹

Ainda, no julgamento, Rothschild foi considerado culpado de cyberposse, por indicar o nome da coleção “Birkin” no nome do seu domínio e, também, pela violação da marca. Para buscar a condenação do artista, a Hermès argumentou que havia explícita incitação do público a erro.¹²

A facilidade de terceiros para reproduzir e comercializar cópias do trade dress em nome da marca vulnerabiliza a Hermès perante o mercado, bem como desestabiliza sua reputação após o envolvimento em ação judicial para conter a propagação de produtos falsificados apadrinhados com seu nome.

Concordante com o alegado pela Hermès nos autos da ação judicial e em consequência do exposto acima, os prejuízos sofridos pela marca decorrentes de sua reputação perante o mercado, causados por violação de seus direitos de propriedade industrial devido aos atos de concorrência desleal, devem ser ressarcidos. Assim, fica ressaltado o direito de haver perdas e danos à marca como previsto no art. 209 da Lei nº 9.279/96, mais conhecida como Lei da Propriedade Industrial.¹³

Além disso, o disposto no §2º de referido artigo, permite a apreensão dos produtos que contenham a marca falsificada ou imitada. Entretanto, não é possível apreender ativos digitais como os NFTs, porém, resta a possibilidade de proibir que o comércio do trade dress falsificado perdure no mundo virtual para que a marca recupere seu valor de mercado e mantenha sua reputação consolidada.

O direito de marca atrelado e a reputação da marca são dois conceitos relacionados, mas distintos. O direito de marca atrelado refere-se ao valor econômico da marca que é registrado e protegido pela lei. Isso inclui o direito exclusivo de uso da marca e a capacidade de impedir que outros usem marcas semelhantes ou

¹¹ VECCHIATI, Maria Eduarda. O caso Hermès X Mason Rothschild: Violação de marca registrada?. 2023. Disponível em: <<https://www.pdka.com.br/o-caso-hermes-x-mason-rothschild-violacao-de-marca-registrada/>>. Acesso em 03 de abril de 2023.

¹² INFOMONEY. Justiça condena artista que criou NFTs de bolsas da Hermès por “cyberposse”. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/mercados/justica-condena-artista-que-criou-nfts-de-bolsas-da-hermes-por-cyberposse/>>. Acesso em 20 de março de 2023.

¹³ BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm. Acesso em: 20 de abril de 2023.

idênticas, que possam causar confusão ou prejudicar a reputação da marca. Ter um direito de marca forte é fundamental para garantir que a marca seja reconhecida e valorizada pelo público, o que pode contribuir para o sucesso financeiro e comercial da empresa.¹⁴

Já a reputação da marca refere-se à percepção pública da marca, incluindo as associações emocionais e cognitivas que as pessoas têm com a marca. Uma boa reputação de marca pode ser construída por meio de marketing eficaz, fornecimento de produtos de qualidade e serviço ao cliente, responsabilidade social corporativa, entre outros fatores. A reputação da marca pode ser afetada positiva ou negativamente por uma série de fatores, incluindo ações da empresa, notícias da mídia, feedback dos clientes e concorrência.

Embora o direito de marca e a reputação da marca sejam conceitos distintos, eles estão interconectados e se influenciam mutuamente. Por exemplo, uma marca com um forte direito de marca, mas uma reputação negativa, pode ter dificuldade em se conectar com o público e alcançar o sucesso comercial. Por outro lado, uma marca com uma reputação positiva pode ter mais facilidade em construir um direito de marca forte e protegido pela lei.

1.4. Reprodução do trade dress e as consequências da comercialização de produtos falsificados

O trade dress não está diretamente relacionado aos direitos autorais, mas sim à Propriedade Industrial, mais especificamente à proteção das marcas e à concorrência desleal.

O trade dress se refere ao conjunto de elementos visuais que identificam um produto ou serviço, como a forma, o design, a cor, a embalagem, entre outros elementos distintivos que possam caracterizar a identidade visual de uma empresa ou de um produto. Assim, o trade dress busca proteger a aparência geral de um produto ou serviço, com o objetivo de evitar que outros concorrentes usem elementos semelhantes ou confusos que possam gerar confusão entre os consumidores.¹⁵

O trade dress é uma extensão dos direitos de marca e é protegido pelas mesmas leis que regem as marcas. Para que o trade dress seja protegido, ele deve ser distintivo e não funcional, ou seja, deve ser um aspecto estético ou visual que

¹⁴ KAPFERER, Jean-Noël. *The Luxury Strategy: Break the Rules of Marketing to Build Luxury Brands*. Kogan Page, 2012.

¹⁵ GUEDES, Isabela. 2020. Trade dress: o que compõe esse conceito?. Disponível em <<https://gestaodainovacao.blog.br/trade-dress/>>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2023

serve para identificar a origem do produto ou serviço, mas não deve ser uma característica necessária ou funcional do produto ou serviço.

Além disso, a proteção do trade dress também pode ser assegurada por meio da legislação de concorrência desleal, que busca evitar práticas comerciais desonestas que possam prejudicar a concorrência leal no mercado.¹⁶

Os direitos de trade dress podem ser violados quando um concorrente usa uma aparência similar ou confundível em seus produtos ou serviços, de forma a criar uma confusão ou engano no consumidor.

Assim como os direitos de marca, os direitos de trade dress podem ser registrados no Escritório de Marcas e Patentes dos Estados Unidos (USPTO) e outros escritórios de propriedade intelectual em todo o mundo, e podem ser protegidos por ações legais, como processos por infração e indenização por danos.¹⁷

A falsificação de produtos de luxo é um problema grave e tem várias consequências para as marcas de luxo. Algumas das principais consequências incluem perda financeira, danos à reputação, prejuízo à imagem da marca e ameaça à excludividade da marca.

A perda significativa de receita para a marca ocorre porque os consumidores que compram produtos falsificados não estão comprando produtos autênticos da marca. Isso significa que a marca perde vendas e receita que poderiam ser usadas para financiar futuros projetos e investimentos.¹⁸

Além disso, a falsificação de produtos de luxo pode prejudicar a reputação da marca devido à qualidade dos produtos falsificados geralmente é inferior à dos produtos autênticos da marca, o que pode levar a uma perda de confiança dos consumidores na marca. Isto pois, as marcas de luxo são conhecidas por sua exclusividade e status, e a presença de produtos falsificados pode afetar negativamente essa percepção.¹⁹

¹⁶ BARRETTI, Mayara. 2022. Trade dress e concorrência desleal. Disponível em <<https://www.migalhas.com.br/depeso/375408/trade-dress-e-concorrencia-desleal>>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2023

¹⁷ UNITED STATES PATENT AND TRADEMARK OFFICE (USPTO). Trademark Basics. Disponível em: <https://www.uspto.gov/trademarks-getting-started/trademark-basics>. Acesso em: 20 de abril de 2023.

¹⁸ CRIDDLE, Cristina. 2021. Hermés diz que NFT de bolsa Birkin é falsificação. Disponível em: <<https://valor.globo.com/empresas/noticia/2021/12/13/hermes-diz-que-nft-de-bolsa-birkin-e-falsificacao.ghtml>>. Acesso em 05 de abril de 2023.

¹⁹ ClearSale. 2023. Entenda como um produto falso afeta a reputação da sua marca. Disponível em: <<https://blogbr.clear.sale/produto-falso>>. Acesso em 20 de abril de 2023.

Dessa forma, a imagem da marca também é afetada de diversas maneiras, pois os produtos falsificados geralmente não cumprem os mesmos padrões de segurança que os produtos autênticos, o que pode levar a preocupações com a segurança do produto e afetar a imagem da marca.

Ressalta-se que a exclusividade é um elemento central das marcas de luxo, então a falsificação de produtos de luxo pode ameaçar essa exclusividade, tornando os produtos disponíveis para uma gama mais ampla de consumidores, o que afeta negativamente a percepção de exclusividade da marca e reduz o desejo dos consumidores de adquirir produtos que deveriam ser exclusivos da marca.

1.5. As circunstâncias que configuram concorrência desleal

A concorrência desleal é um conjunto de práticas comerciais que violam a ética empresarial e as normas de mercado, prejudicando a concorrência leal e o bom funcionamento da economia, trata-se de uma prática comercial que busca obter vantagem competitiva de forma ilegal ou imoral.²⁰

Essas práticas podem incluir a imitação de produtos ou marcas, a difamação de concorrentes, a violação de segredos comerciais, entre outras condutas que visam obter vantagens competitivas de forma desonesta.

As consequências da prática de concorrência desleal podem ser graves para as empresas e para a economia em geral. Além de gerar prejuízos para os concorrentes, a concorrência desleal pode afetar negativamente a imagem da empresa e a confiança dos consumidores, prejudicando sua reputação e suas vendas.

Além disso, as empresas que praticam concorrência desleal podem ser alvo de ações judiciais e serem condenadas a pagar indenizações e multas. Em casos mais graves, as empresas podem ser obrigadas a encerrar suas atividades ou sofrerem sanções administrativas, como a perda de licenças e autorizações para operar no mercado.

A concorrência desleal é prejudicial tanto para as empresas quanto para os consumidores, pois distorce o mercado e pode levar a preços injustos e a produtos de baixa qualidade. Por esse motivo, a maioria dos países tem leis que proíbem essa prática e preveem sanções para quem a pratica.

No Brasil, a concorrência desleal é regulada pelo Código de Defesa do

²⁰ BARBOSA, Denis Borges. Concorrência Desleal. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011.

Consumidor (Lei nº 8.078/1990) e pela Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/1996 – “LPI”), que estabelecem medidas de proteção para os titulares de direitos de Propriedade Industrial, como marcas, patentes e desenhos industriais, e preveem sanções para as empresas que violam esses direitos ou praticam concorrência desleal.

Conforme disposto no artigo 2º da LPI, a proteção dos direitos relativos à propriedade industrial efetua-se mediante a repressão à concorrência desleal.

No caso em análise, essa possibilidade de confusão e associação não ocorre apenas entre consumidores, como também entre parceiros comerciais importantes, prejudica a Hermès devido à interpretação de que ambas as empresas são de alguma forma relacionadas.

A conduta praticada pelo artista, na medida em que tem o condão de confundir ou induzir os consumidores da Hermès ao erro, configura crime de concorrência desleal, previsto no Artigo 195 da Lei da Propriedade Industrial nº 9.279/96, senão vejamos:²¹

Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem: (...) III - emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem; **IV - usa expressão ou sinal de propaganda alheios, ou os imita, de modo a criar confusão entre os produtos ou estabelecimentos;**

2. Comparação entre os direitos dos titulares dos ativos de propriedade intelectual no Brasil e nos Estados Unidos.

Os titulares de marcas imitadas têm direitos para proteger suas marcas e prevenir a confusão dos consumidores. Alguns desses direitos incluem o direito exclusivo de usar sua marca em conexão com os produtos ou serviços que ela representa e, assim, impedir o uso não autorizado ou imitação de sua marca por terceiros, que possam causar confusão aos consumidores.

Os titulares também têm direito à proteção contra a concorrência desleal, que pode incluir práticas comerciais desonestas, como a imitação de marcas registradas e, caso ocorra, ainda têm o direito de requerer indenização pelos danos causados pela imitação da marca, incluindo perda de lucros, danos à reputação da marca e outros prejuízos financeiros.

²¹ BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm. Acesso em: 20 de abril de 2023.

Nos Estados Unidos, a violação da marca é regulamentada pela Lei de Marcas Registradas de 1946 (Lanham Act). A lei prevê que, em caso de violação da marca, o proprietário da marca pode buscar indenização pelo uso indevido da marca. Esta violação é tratada como uma questão civil e a parte lesada pode buscar indenização em tribunais civis.²²

Para obter a indenização, o proprietário da marca precisa comprovar que a violação causou dano à marca, como perda de vendas, danos à reputação ou prejuízos financeiros. O proprietário também precisa comprovar que a marca registrada está sendo usada sem autorização ou de maneira confusa ou enganosa por outra empresa ou pessoa e que o uso da marca pelo infrator causou confusão ou engano para os consumidores em relação à origem do produto ou serviço.

A lei prevê várias formas de indenização, incluindo a recuperação de lucros perdidos, danos financeiros causados pela violação, indenização por danos à reputação da marca e, em alguns casos, indenização punitiva.²³

No Brasil, a violação de marca é tratada como uma questão criminal, mas o titular da marca também pode buscar a responsabilização civil do infrator e indenização em dinheiro. Em casos de violação, o titular da marca pode entrar com uma ação civil e buscar indenização em dinheiro pelos danos causados, como lucros cessantes, danos à imagem e danos morais.

Além disso, a lei brasileira permite que o proprietário da marca solicite uma medida cautelar para impedir que o infrator continue usando a marca indevidamente. Essa medida pode incluir a apreensão de produtos falsificados, a proibição de uso da marca e outras medidas para proteger os direitos do proprietário da marca.

Outra diferença importante está no valor da indenização. Nos Estados Unidos, a indenização por violação de marca pode ser muito alta, dependendo das circunstâncias do caso. Em alguns casos, a indenização pode chegar a milhões de dólares.

No Brasil, o valor da indenização é mais limitado e costuma ser determinado com base em critérios como o lucro perdido pelo titular da marca e os danos à imagem da empresa.

Além disso, nos Estados Unidos, é possível obter a proteção de marcas não

²² U.S. CONGRESS. Lanham Trade-Mark Act of 1946. 1946.

²³ FONSECA Jr., John R. e SASSER, Thomas H. Lanham Act: The Primary Federal Trademark Statute of the United States. Nova York: Oxford University Press, 2019.

registradas através da chamada lei de proteção comum (common law). Isso significa que, mesmo que uma marca não esteja registrada, ela pode ser protegida se puder ser demonstrado que a marca é reconhecida pelo público como sendo associada a um determinado produto ou serviço. No Brasil, a proteção da marca se dá apenas através do registro da marca no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

Existem algumas diferenças significativas entre a legislação americana e brasileira em relação aos direitos de marcas. Uma das principais diferenças está no processo de registro de marcas.

Nos Estados Unidos, a marca é registrada com base no princípio de "uso em comércio". Isso significa que, para obter o registro de uma marca, é preciso comprovar que a marca está sendo efetivamente usada em atividades comerciais, como venda de produtos ou prestação de serviços.

Por outro lado, no Brasil, é possível registrar uma marca sem comprovar o uso efetivo da marca em atividades comerciais. Isso significa que, no Brasil, uma marca pode ser registrada mesmo que nunca tenha sido usada em atividades comerciais, desde que não haja impedimentos legais para o seu registro.

Outra diferença importante está na duração do registro da marca. Nos Estados Unidos, o registro da marca tem validade de 10 anos, podendo ser renovado por períodos sucessivos de 10 anos. No Brasil, o registro da marca tem validade de 10 anos, podendo ser renovado por períodos sucessivos de 10 anos, mas a renovação é condicionada ao uso efetivo da marca.

Em relação à proteção do trade dress, a legislação americana é mais abrangente do que a brasileira, reconhecendo a proteção do conjunto de elementos visuais que caracterizam a marca, como a forma e o design do produto ou embalagem. No Brasil, a proteção do trade dress é mais restrita, e se limita a aspectos como a cor e a disposição das palavras na embalagem.

No Brasil, a proteção do trade dress é garantida pela Lei de Propriedade Industrial e pode ser registrada como marca de produto ou serviço, conforme previsto no artigo 124, inciso VI, da referida lei.

O registro de trade dress como marca no Brasil é possível desde que atenda aos requisitos de distintividade e não seja funcional, isto é, não esteja relacionado às características técnicas do produto ou serviço. A proteção do trade dress registrado como marca é concedida pelo INPI e tem validade de 10 anos, podendo ser renovada por períodos sucessivos.

Além disso, a proteção do trade dress também pode ser buscada por meio de

ações judiciais, com base nos princípios gerais da Lei de Propriedade Industrial, bem como no Código de Defesa do Consumidor. Em casos de violação de trade dress, o titular pode buscar medidas judiciais para impedir o uso indevido da sua aparência ou estilo, bem como requerer indenizações por danos e prejuízos causados.

Vale destacar que o trade dress também pode ser protegido por outras leis, como a Lei de Concorrência e a Lei de Direitos Autorais, quando houver violação de direitos relacionados à concorrência desleal ou à reprodução não autorizada de obras artísticas incorporadas no trade dress.

Nos Estados Unidos, para provar a violação do trade dress, o titular que se sentir lesado deve demonstrar que a aparência do produto é distintiva e que há uma probabilidade de confusão entre o produto infrator e o produto original. Também é necessário mostrar que o infrator agiu de má-fé e que a violação causou prejuízos à empresa lesada.

As leis de propriedade intelectual nos Estados Unidos protegem o trade dress sob a Lei de Marcas Registradas de 1946 e a Lei de Práticas Comerciais Desleais de 1930. A proteção do trade dress é semelhante à proteção de marcas registradas, mas se concentra na aparência geral do produto, em vez de um símbolo ou palavra específicos.²⁴

Se uma empresa é considerada culpada de violação do trade dress, pode ser obrigada a interromper a venda do produto infrator e a pagar indenizações à empresa lesada.

Quanto à concorrência desleal, no Brasil e nos Estados Unidos, é responsabilizada por meio de leis e ações judiciais. No entanto, existem algumas diferenças significativas entre os sistemas jurídicos dos dois países em relação à concorrência desleal.

No Brasil, a Lei da Propriedade Industrial e o Código de Defesa do Consumidor estabelecem medidas de proteção para os titulares de direitos de Propriedade Industrial e preveem sanções para as empresas que violam esses direitos ou praticam concorrência desleal. Entre as medidas de proteção, destacam-se o registro de marcas, patentes e desenhos industriais, e a possibilidade de ajuizamento de ações judiciais para impedir a violação desses direitos. As sanções podem incluir o pagamento de indenizações, multas e a proibição da prática de

²⁴ CALLMANN, Rudolf e ALTMAN, Louis. The Law of Unfair Competition, Trademarks and Monopolies. Eagan: Thomson West, 1995.

atividades comerciais que caracterizem a concorrência desleal.

Nos Estados Unidos, a Lei Lanham de Marcas de 1946 é a principal legislação que regula a concorrência desleal. Essa lei estabelece medidas de proteção para os titulares de marcas e prevê sanções para as empresas que violam esses direitos ou praticam concorrência desleal. Entre as medidas de proteção, destacam-se o registro de marcas, o uso do sistema de common law (direito consuetudinário) para proteger marcas não registradas e a possibilidade de ajuizamento de ações judiciais para impedir a violação desses direitos. As sanções podem incluir o pagamento de indenizações, multas e a proibição da prática de atividades comerciais que caracterizem a concorrência desleal.²⁵

Uma das principais diferenças entre os sistemas jurídicos dos dois países é que, nos Estados Unidos, a jurisprudência tem um papel muito importante na definição dos casos de concorrência desleal, já que muitas das práticas desleais não são previstas expressamente em lei. Além disso, nos Estados Unidos, a aplicação da lei de concorrência desleal é mais rigorosa e as sanções podem ser mais severas do que no Brasil.

Outra diferença importante é que, no Brasil, a concorrência desleal é tratada como uma questão de defesa do consumidor, enquanto nos Estados Unidos é vista como uma questão de proteção da propriedade intelectual e da concorrência leal.

2.1. Intervenção dos acordos e convenções internacionais

A Convenção da União de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial é um tratado internacional que estabelece as bases para a proteção da propriedade industrial em todo o mundo. A convenção foi assinada pela primeira vez em 1883 e desde então foi atualizada várias vezes. A última versão da Convenção foi adotada em 20 de março de 1883, com várias emendas posteriores.

A Convenção da União de Paris estabelece os princípios básicos para a proteção da propriedade industrial, incluindo marcas, patentes, desenhos industriais, indicações geográficas e segredos comerciais. O objetivo da Convenção é promover o comércio internacional, estabelecendo regras e princípios que os países membros devem seguir para garantir a proteção adequada da propriedade industrial em seus territórios.

²⁵ CALLMANN, Rudolf e ALTMAN, Louis. The Law of Unfair Competition, Trademarks and Monopolies. Eagan: Thomson West, 1995.

Entre as disposições da Convenção, destacam-se as regras para a concessão de marcas, bem como para a solução de controvérsias relacionadas à propriedade industrial, incluindo a possibilidade de recorrer à Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) para a mediação e arbitragem.²⁶

Também, há o Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio, conhecido como TRIPs (sigla em inglês), é um acordo internacional firmado em 1994 no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC). O objetivo do acordo é estabelecer padrões mínimos de proteção e reforçar a aplicação dos direitos de propriedade intelectual em todo o mundo, promovendo assim o comércio internacional justo e equitativo.

O TRIPs abrange uma ampla gama de temas relacionados à propriedade intelectual, incluindo patentes, direitos autorais, marcas comerciais, desenhos industriais, indicações geográficas, proteção de informações não divulgadas (segredos comerciais) e a proteção de dados de teste de produtos farmacêuticos.

Entre as principais disposições do TRIPs, destacam-se o estabelecimento de padrões mínimos de proteção e aplicação dos direitos de propriedade intelectual, bem como as obrigações de conceder aos proprietários de direitos de propriedade intelectual o direito exclusivo de explorar seus direitos, incluindo o direito de autorizar ou proibir a produção, distribuição, venda e importação de produtos protegidos.²⁷

O TRIPs é um acordo obrigatório para todos os membros da OMC e, portanto, a maioria dos países do mundo é signatária do acordo. O acordo tem sido objeto de controvérsia e críticas, particularmente em relação às implicações do TRIPs para o acesso a medicamentos, a proteção dos conhecimentos tradicionais e a preservação da biodiversidade. No entanto, o TRIPs é considerado um marco importante para a proteção e aplicação dos direitos de propriedade intelectual em todo o mundo.

O Acordo TRIPs tem relevância no metaverso, pois a propriedade intelectual é uma questão fundamental nesse ambiente virtual emergente. À medida que o metaverso se desenvolve e se torna mais complexo, a propriedade intelectual se torna cada vez mais importante, especialmente no que diz respeito a marcas, patentes e direitos autorais.

²⁶ BASSO, Maristela. Propriedade Intelectual e Direito Internacional. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2009.

²⁷ WORLD TRADE ORGANIZATION (WTO). Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS). Disponível em: https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/trips_e.htm. Acesso em: 20 de abril de 2023.

Como o metaverso é um ambiente virtual que transcende fronteiras geográficas, é importante ter regras claras e padrões mínimos de proteção da propriedade intelectual para garantir a inovação e a criatividade dos criadores e proprietários de direitos. O Acordo TRIPs estabelece esses padrões mínimos de proteção e reforça a aplicação dos direitos de propriedade intelectual em todo o mundo, incluindo no metaverso.

Além disso, o TRIPs também prevê o estabelecimento de procedimentos de solução de controvérsias e mecanismos de aplicação de direitos de propriedade intelectual em caso de violação. Esses mecanismos são importantes para garantir que os direitos de propriedade intelectual sejam respeitados no metaverso e que os proprietários possam tomar medidas para proteger seus direitos em caso de violação.

3. O metaverso como extensão da realidade e como espaço para exploração

O metaverso é um termo usado para descrever um universo virtual tridimensional e interativo, onde os usuários podem interagir entre si e com o ambiente de maneira similar à vida real. O conceito do metaverso foi popularizado pelo livro "Snow Crash", de Neal Stephenson, e tem sido discutido e desenvolvido por muitas empresas de tecnologia.

Trata-se de um espaço virtual persistente e compartilhado, que pode ser acessado através de vários dispositivos e plataformas. Ele é construído em torno de uma infraestrutura de rede global, que permite a interconexão de múltiplos mundos virtuais e a interoperabilidade entre diferentes plataformas e tecnologias.

Esse espaço é visto como uma extensão natural da evolução da internet, uma nova camada de realidade virtual que permitirá experiências mais ricas e imersivas, e que terá aplicações em áreas como entretenimento, educação, comércio eletrônico, entre outras.

O surgimento do metaverso está relacionado ao desenvolvimento da Web 3.0, que é a próxima evolução da internet após a Web 2.0. A Web 3.0 é caracterizada pela descentralização e a utilização da tecnologia blockchain, que permite a criação de aplicativos e plataformas que são mais seguras e transparentes.²⁸

Embora ainda esteja em fase de desenvolvimento, a ideia de um metaverso já

²⁸ FIA BUSINESS SCHOOL. 2022. Web 3.0: o que é, características e como ela vai mudar a internet?. Disponível em: <<https://fia.com.br/blog/web-3-0-o-que-e-caracteristicas-e-como-ela-vai-mudar-a-internet/>> Acesso em: 20 de abril de 2023.

existe há algum tempo, principalmente dentro da indústria de jogos eletrônicos. Nos últimos anos, porém, o interesse e o investimento em tecnologias que permitem a criação de um metaverso aumentou consideravelmente, com empresas de tecnologia, entretenimento e finanças explorando o potencial dessa nova plataforma.

Atualmente, ainda não há uma legislação específica para regular os direitos de propriedade intelectual e os direitos dos titulares de marcas no metaverso, uma vez que essa é uma tecnologia emergente. No entanto, é possível observar algumas diferenças entre os direitos no mundo real e no metaverso.

Tais diferenças estão pautadas na territorialidade, propriedade virtual, dificuldades na aplicação da lei e surgimento de novos direitos.

No mundo real, a proteção de marcas é geralmente territorial, ou seja, limitada ao país em que a marca foi registrada. Já no metaverso, a marca pode ser acessada de qualquer lugar do mundo, o que pode tornar mais complexa a proteção da marca.

Por se tratar de um ambiente virtual, no metaverso, as marcas podem ser representadas de forma digital, o que pode gerar desafios adicionais para a proteção da propriedade intelectual e dos direitos dos titulares de marcas. Além disso, as leis de propriedade intelectual podem precisar ser atualizadas para considerar a representação virtual de marcas e outros direitos de propriedade intelectual.²⁹

Ainda, a aplicação das leis de propriedade intelectual pode ser mais difícil no metaverso devido à natureza descentralizada e global da tecnologia, e à dificuldade de identificar e responsabilizar os infratores.

Diante desse emblema, a responsabilidade da plataforma que regulamenta o metaverso pode variar dependendo das leis e regulamentações aplicáveis em diferentes países e regiões. Em geral, no entanto, espera-se que a plataforma atue como um intermediário imparcial entre seus usuários, facilitando o acesso e o uso do metaverso, mas também protegendo os direitos de propriedade intelectual e outras questões legais.

Isso pode incluir a criação e aplicação de políticas de propriedade intelectual, como regras de direitos autorais e marcas registradas, para evitar a violação de direitos de terceiros. A plataforma também pode ser responsável por garantir a segurança e a privacidade dos usuários, bem como por tomar medidas para prevenir fraudes, atividades ilegais ou prejudiciais e a disseminação de conteúdo ofensivo.

²⁹ GARCIA, Talita Sabatini, TOSETTI, Lucas e LEMOS, Julia. Metaverso e o uso de direitos de propriedade intelectual. 2022. Disponível em: < <https://www.estadao.com.br/politica/blog-do-fausto-macedo/metaverso-e-o-uso-de-direitos-de-propriedade-intelectual/>>. Acesso em 19 de março de 2023.

Além disso, a plataforma pode ser responsável por fornecer suporte técnico aos usuários e solucionar problemas técnicos que possam surgir durante o uso do metaverso. A plataforma pode ser responsável por desenvolver e manter a infraestrutura tecnológica que sustenta o metaverso, incluindo servidores, redes e software.

Em resumo, a responsabilidade da plataforma que regulamenta o metaverso pode incluir proteger os direitos de propriedade intelectual, garantir a segurança e a privacidade dos usuários, prevenir fraudes e atividades ilegais e fornecer suporte técnico e infraestrutura para o funcionamento do metaverso.

O Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) é uma lei brasileira que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no país. Embora a lei tenha sido promulgada em 2014, antes do surgimento do metaverso, seus princípios e diretrizes podem ser aplicados para regular essa nova tecnologia.³⁰

A referida lei estabelece que as plataformas de internet são responsáveis pelos conteúdos gerados pelos usuários apenas quando não removem, no prazo legal, conteúdos considerados ilegais, como conteúdos que violem direitos autorais ou conteúdos ilegais. No entanto, o metaverso ainda não possui uma legislação específica que regule a responsabilidade das plataformas do metaverso, o que pode gerar incertezas e lacunas jurídicas na regulamentação dessa nova tecnologia.

Um exemplo é o artigo 19, que determina que provedores de aplicação devem responder pela remoção de conteúdos que violem direitos de propriedade intelectual, mediante ordem judicial específica. Esse dispositivo pode ser aplicado ao metaverso, caso seja entendido que as empresas responsáveis pelas plataformas virtuais são consideradas provedores de aplicação.

Outro exemplo é o artigo 21, que estabelece que o provedor de conexão não será responsabilizado por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros. Nesse caso, é possível argumentar que os provedores de conexão do metaverso não devem ser responsabilizados pelo comportamento dos usuários na plataforma.

Porém, é importante destacar que o metaverso ainda é uma realidade em constante evolução e que a regulamentação específica para esse ambiente virtual ainda está em discussão. Dessa forma, é possível que a legislação aplicável e as formas de regulamentação do metaverso sejam diferentes em diferentes países e

³⁰ BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Marco Civil da Internet. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 20 de abril de 2023.

regiões do mundo.

Com relação à Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018 ou LGPD), uma das principais responsabilidades das plataformas do metaverso perante os usuários é garantir a privacidade e a proteção de dados pessoais. Nesse sentido, a LGPD é uma lei brasileira que também pode ser aplicada para regulamentar o uso do metaverso, especialmente no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais dos usuários.³¹

Trata-se de uma legislação que estabelece as regras sobre a coleta, armazenamento, uso e compartilhamento de dados pessoais. Embora não haja menção direta ao metaverso na lei, alguns de seus princípios e diretrizes podem ser aplicados a esse ambiente virtual.

Um dos princípios da LGPD é a necessidade de consentimento expreso e específico do titular dos dados para a coleta e tratamento de suas informações pessoais. Isso significa que as empresas responsáveis pelas plataformas virtuais do metaverso precisam solicitar a autorização do usuário para coletar e utilizar seus dados pessoais. Além disso, a LGPD estabelece a obrigação de as empresas informarem aos usuários de forma clara e objetiva como seus dados serão coletados, armazenados e utilizados.

Outro princípio da LGPD é o direito à portabilidade dos dados. Isso significa que o usuário tem o direito de solicitar que seus dados pessoais sejam transferidos para outra plataforma, caso deseje deixar a plataforma atual. Esse direito pode ser aplicado ao metaverso, uma vez que os usuários podem desejar levar suas informações pessoais para outras plataformas virtuais.

Além disso, a LGPD estabelece regras específicas para o tratamento de dados sensíveis, como informações sobre saúde, orientação sexual, religião, entre outras. As empresas responsáveis pelas plataformas do metaverso precisam garantir a proteção adequada dessas informações, evitando a sua exposição indevida e possíveis discriminações.

Por fim, é importante destacar que a LGPD ainda é uma legislação nova e que a regulamentação específica para o metaverso ainda está em discussão. No entanto, é possível que seus princípios e diretrizes sejam aplicados a esse ambiente virtual, garantindo a proteção adequada dos dados pessoais dos usuários.

³¹ BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm. Acesso em: 20 de abril de 2023.

No metaverso, a responsabilidade da plataforma se torna ainda mais relevante, uma vez que as informações pessoais dos usuários podem ser coletadas, armazenadas e utilizadas de maneiras que vão além do que ocorre em plataformas convencionais. Além disso, a segurança no ambiente virtual também deve ser uma preocupação constante, uma vez que os usuários podem estar expostos a riscos como fraudes, phishing e outros tipos de ataques.

A responsabilidade da plataforma metaverso perante o usuário pode ser entendida como a obrigação que a plataforma tem de garantir a segurança e privacidade dos dados dos usuários, bem como a qualidade e funcionalidade do ambiente virtual.

Além disso, a plataforma também deve estar em conformidade com outras leis e regulamentações aplicáveis, como o Código de Defesa do Consumidor e o Marco Civil da Internet. Em caso de descumprimento dessas obrigações, a plataforma pode ser responsabilizada civil e criminalmente, inclusive com a obrigação de indenizar eventuais danos causados aos usuários.

No caso do metaverso, ainda não existe uma regulamentação específica que estabeleça as obrigações e responsabilidades das plataformas em relação aos usuários. No entanto, é importante que as plataformas sejam transparentes quanto ao tratamento de dados pessoais, ofereçam mecanismos de segurança e privacidade e possibilitem que os usuários tenham controle sobre seus dados.

Os direitos de marca são protegidos tanto no mundo real quanto no mundo virtual. No mundo real, os direitos de marca são geralmente regulamentados por leis nacionais que garantem aos proprietários de marcas registradas o direito de impedir outras empresas de usar marcas semelhantes ou idênticas que possam causar confusão. As marcas registradas também podem ser usadas para identificar a origem de produtos e serviços, bem como para proteger a reputação de uma empresa.

No mundo virtual, a proteção dos direitos de marca é igualmente importante, já que muitas empresas têm uma presença significativa na internet. Isso pode incluir o uso de marcas em nomes de domínio, endereços de e-mail, logotipos, conteúdo de sites, publicidade digital e outras atividades de marketing online.

Para proteger seus direitos de marca no mundo virtual, as empresas podem registrar suas marcas em órgãos competentes, como o INPI no Brasil ou a World Intellectual Property Organization (WIPO) internacionalmente. Além disso, as empresas devem monitorar regularmente o uso de suas marcas na internet e tomar medidas legais contra aqueles que usam suas marcas sem permissão.

Também é importante lembrar que as leis de proteção de marca variam de país para país, e as empresas devem estar cientes das leis relevantes em cada mercado onde operam. Em resumo, a proteção dos direitos de marca é crucial para garantir a identidade e a reputação de uma empresa tanto no mundo real quanto no mundo virtual.³²

Além disso, a plataforma também pode ser responsabilizada em casos de uso indevido de marcas por usuários dentro do metaverso, caso não adote medidas razoáveis para coibir essa prática ou não cumpra com suas obrigações legais e contratuais de combate à violação de direitos de propriedade intelectual.

Cabe destacar que, no Brasil, a Lei de Propriedade Industrial estabelece que os titulares de marcas têm direito de obter a reparação pelos danos causados por terceiros que reproduzam, imitem ou utilizem indevidamente sua marca. Sendo assim, a plataforma metaverso também pode ser acionada judicialmente pelos titulares de marcas para reparação dos danos causados por terceiros dentro do ambiente virtual.

Nos Estados Unidos, a plataforma metaverso também tem responsabilidades em relação aos titulares de marcas. A Lei de Marcas Registradas (Lanham Act) dos EUA protege os direitos de propriedade intelectual dos titulares de marca, incluindo a proibição da reprodução não autorizada de marcas e ações que possam gerar confusão ou engano ao público em relação à origem de produtos ou serviços.

A plataforma metaverso pode ser responsabilizada por violações de marcas realizadas por terceiros em seu ambiente virtual, caso não adote medidas razoáveis para coibir essa prática ou não cumpra com suas obrigações legais e contratuais de combate à violação de direitos de propriedade intelectual.

Além disso, nos Estados Unidos, a plataforma pode ser acionada judicialmente pelos titulares de marcas para reparação dos danos causados por terceiros dentro do ambiente virtual, com base em ações como diluição, confusão ou concorrência desleal. O Digital Millennium Copyright Act (DMCA) dos EUA também prevê medidas para retirada de conteúdos infratores de direitos autorais, incluindo marcas registradas, da internet, o que pode ser aplicado ao metaverso.

3.1. A representação de ativos digitais a partir de NFTs

³² LINDBERG, Van. Intellectual Property and Open Source: A Practical Guide to Protecting Code. Sebastopol: O'Reilly Media, 2008.

NFT é a sigla utilizada para referir-se a Non-Fungible Token, que significa token não fungível. O Token tornou-se popular com o advento da Web 3.0 ao representar produtos virtuais comercializados como ativos digitais no metaverso.

Inicialmente, explica-se que, conforme disposto no artigo 85 do Código Civil brasileiro, são fungíveis os bens passíveis de serem substituídos por outros da mesma espécie, qualidade e quantidade, ou seja, não podem ser trocados por outros que sejam semelhantes. É um bem único e exclusivo com características e valores específicos.

Destarte, destaca-se que a principal função de um NFT é representar, de forma digital, um bem considerado exclusivo, criado e registrado por meio da tecnologia Blockchain, a qual atesta a autenticidade e domínio da propriedade e dos direitos autorais sobre o NFT que deve pertencer a um único usuário, isto pois, após o registro, uma única pessoa deve possuir a chave adequada para ter acesso ao ativo digital.

Ou seja, o NFT atua como um certificado de originalidade sobre determinado bem digital. No caso em questão, os NFTs representam as bolsas digitais denominadas MetaBirkins, comercializadas no metaverso. Embora os NFTs em si não concedam direitos de propriedade intelectual, eles podem estar relacionados a questões de propriedade intelectual, especialmente no que diz respeito à autoria e à autenticidade.³³

Além disso, os NFTs também podem ser usados como forma de controlar a distribuição de obras protegidas por direitos autorais e garantir que os detentores desses direitos sejam compensados adequadamente.

A propriedade intelectual e a tecnologia estão intimamente relacionadas, uma vez que a tecnologia tem um grande impacto na criação, uso e proteção dos direitos de propriedade intelectual.

A tecnologia permite a criação e a distribuição de obras intelectuais em diferentes formatos, como livros eletrônicos, música digital e filmes online. Além disso, as tecnologias de informação e comunicação facilitam o acesso a essas obras, o que pode criar novas oportunidades de negócios para os criadores, mas também aumentar os desafios para a proteção dos direitos autorais.

A tecnologia também pode ser usada para ajudar na proteção dos direitos de

³³ INFOMONEY. O que são NFTs? Entenda como funcionam os tokens não fungíveis. Disponível em: < <https://www.infomoney.com.br/guias/nft-token-nao-fungivel/> >. Acesso em: 05 de fevereiro de 2023.

propriedade intelectual. Por exemplo, tecnologias de criptografia e blockchain podem ser usadas para garantir a autenticidade de obras digitais e rastrear a autoria e a propriedade de NFTs. Além disso, a tecnologia pode ser usada para detectar e impedir a pirataria de obras intelectuais.

No entanto, a tecnologia também pode representar um desafio para a proteção da propriedade intelectual, especialmente no que se refere à pirataria e à violação de direitos autorais. As tecnologias digitais permitem a fácil replicação e disseminação de obras intelectuais, o que pode dificultar a proteção dos direitos de propriedade intelectual.³⁴

Em resumo, a tecnologia tem um grande impacto na criação, uso e proteção dos direitos de propriedade intelectual. Enquanto a tecnologia oferece oportunidades para a criação e proteção de novas obras intelectuais, ela também cria desafios significativos para a proteção dos direitos autorais.

3.2. Blockchain como fonte de proteção no mundo virtual

O mundo virtual é uma extensão da realidade e, portanto, será um ambiente em que ocorrerão trocas comerciais significativas. Para isto, foram criadas criptomoedas que facilitam o envio e recebimento de dinheiro por meio da internet.

Neste sentido, o Blockchain viabiliza a transação de modo seguro. Por exemplo, os NFTs funcionam como autenticação de um ativo digital tornando-o exclusivo por se tratar de bem infungível, e a tecnologia do Blockchain atesta que tal bem é de fato único no ambiente virtual.

Isto está compreendido na ideia de uma economia própria no metaverso para que seja possível realizar transações financeiras seguras, desde a compra de itens e acessórios digitais até a negociação de propriedades virtuais como tem ocorrido.

O Blockchain é uma tecnologia que oferece uma forma segura e confiável de armazenar dados e transações na internet. Em vez de depender de um único servidor centralizado para armazenar informações, o blockchain é um livro-razão digital descentralizado e distribuído que é compartilhado entre uma rede de usuários.³⁵

³⁴ MENDES, Paulo Parente Marques. YUKARI, Jessica. DORNELAS, Beatruz. 2021. NFTs e suas implicações no direito da propriedade intelectual no Brasil. Disponível em: <<https://diblasiparente.com.br/nfts-e-suas-implicacoes-no-direito-da-propriedade-intelectual-no-brasil/>>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2023.

³⁵ BÖHME, R., CHRISTIN, N., EDELMAN, B., & MOORE, T. (2015). Bitcoin: Economics, Technology, and Governance. *Journal of Economic Perspectives*, 29(2), 213-238

Cada bloco de informações é criptografado e conectado ao bloco anterior através de uma cadeia de blocos (daí o nome "blockchain"). Isso significa que qualquer tentativa de alterar um bloco de informações seria imediatamente detectada pela rede.

Por causa dessa segurança intrínseca, o blockchain tem sido usado como uma fonte de proteção em uma ampla variedade de contextos virtuais, incluindo transações financeiras e armazenamento de dados.

Posto isto, ressalta-se que o blockchain é frequentemente usado como base para criptomoedas, como o Bitcoin. A tecnologia garante que as transações sejam seguras, transparentes e imutáveis. E ainda, pode ser usado para armazenar registros de informações sensíveis, como registros de propriedade dos ativos digitais. Isso permite que os dados sejam compartilhados com segurança entre diferentes organizações e indivíduos.

4. Análise dos argumentos apresentados pelas partes na disputa judicial.

Em janeiro de 2022, o caso Hermès vs Rothschild se tornou conhecido, quando a renomada marca de produtos de couro e bolsas moveu uma ação judicial contra o artista digital Mason Rothschild. O processo foi motivado pela criação de uma coleção de NFTs pelo artista, que recebeu o nome de "Metabirkins".

De acordo com informações divulgadas no website do artista, a coleção Metabirkins consiste em 100 NFTs únicos que foram produzidos utilizando pôlo falso em uma variedade de cores contemporâneas e designs gráficos. No entanto, a empresa Hermès decidiu processar o artista alegando violação de direitos de marca. A alegação da empresa é de que, embora o uso de um NFT possa ser uma forma legítima de expressão artística, o uso de uma imagem que se assemelhe à marca registrada Birkin não é permitido.

Inicialmente, o caso em questão levanta importantes questões sobre a aplicação das leis de propriedade intelectual no metaverso e como elas podem ser aplicadas. É importante observar que a marca "Birkin" está registrada sob o número 2991927, cuja titularidade pertence à Hermès International. A classe em que a marca está registrada visa identificar produtos como "artigos de couro ou imitações de couro, bolsas, malas de mão, bolsas de viagem, mochilas; carteiras; porta-cartões sob a forma de carteiras; bolsas de couro; estojos em couro para chaves; pastas;

baús e malas”, não havendo portanto registro para artigos virtuais.³⁶

Diferente de outros ativos digitais, a Metabirkin se trata de um NFT, sendo, como mencionado no capítulo inicial, um token não fungível, passível de verificação de histórico de propriedade e passível de rastreamento. A questão relativa à impossibilidade de destruição definitiva da obra deixa de ser sobre a impossibilidade de reaver todas as cópias de um item, passando a se tratar sobre a impossibilidade de destruição de um ativo baseado em blockchain, na forma exposta em capítulo anterior.

Devido à sua estrutura, a blockchain apresenta alta confiabilidade em razão da impossibilidade de alterações ou exclusão de dados após existência deles na sua estrutura por determinado tempo. Desta forma, a aplicação exata de normas de proteção à propriedade intelectual aplicáveis no mundo físico resta impossibilitada devido à estrutura básica existente no metaverso e nas obras de arte digitais em forma de NFT, os quais são indestrutíveis, com exceção da remota possibilidade em que todos os desenvolvedores decidam bifurcar tal blockchain para se livrar deles.

Com relação à disputa judicial, a empresa Hermès alegou no processo que a marca METABIRKINS, criada pelo réu, é uma cópia da famosa marca BIRKIN da Hermès, com a adição do prefixo genérico "meta". A empresa também afirma que o réu está tentando se proteger das consequências legais de apropriação indevida de marca, alegando ser apenas um artista. Para infringir os direitos de marca, o réu está se valendo da Primeira Emenda da Constituição Norte-Americana, a qual dispõe que:

O congresso não deverá fazer qualquer lei a respeito de um estabelecimento de religião, ou proibir o seu livre exercício; ou restringindo a liberdade de expressão, ou da imprensa; ou o direito das pessoas de se reunirem pacificamente, e de fazerem pedidos ao governo para que sejam feitas reparações de queixas (U.S. CONGRESS, 1789, tradução nossa)³⁷

A empresa de artigos de luxo fez diversas alegações, incluindo (i) violação dos direitos de marca registrada da marca Birkin da Hermès, (ii) uso de

³⁶ REINOSO, José Luis Amat e LÓPEZ, José Carlos Erdozáin. ¿Cómo proteger marcas en el metaverso? Lecciones del caso Hermès. Disponível em: <https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/02/22/legal/1645518523_595047.html> Acesso em 29 de abril de 2023.

³⁷ U.S. Const. amend I. Texto Original: “Congress shall make no law respecting an establishment of religion, or 5 prohibiting the free exercise thereof; or abridging the freedom of speech, or of the press; or the right of the people peaceably to assemble, and to petition the Government for a redress of grievances.”

denominações de origem falsas e descrições enganosas para representar os NFTs Metabirkins como pertencentes à Hermès, (iii) diluição da marca registrada Birkin ao enfraquecer a sua qualidade distintiva, e, também, (iv) cybersquatting, que é a prática de comprar um domínio com um nome comercialmente valioso.

No final, a Hermès entrou com uma ação buscando uma liminar que proibisse o réu de continuar infringindo a marca registrada da Hermès. Além disso, a empresa pediu que o réu entregasse para destruição todos os produtos não autorizados que ele possuía e que ostentassem qualquer uma das marcas registradas da Hermès, de acordo com o Código Norte-Americano, Título 15, Capítulo 22, Seção 1118.

Por sua vez, Rothschild defendeu que o uso do termo Metabirkin estaria protegido pelo precedente estabelecido no caso *Rogers vs. Grimaldi*, no qual foi decidido que o uso de uma marca famosa em conexão com uma obra de arte não constitui violação dos direitos de marca registrada, desde que o nome seja minimamente relevante para a obra.

Ainda, o artista alegou que o desenvolvimento dos NFTs era uma expressão artística e, portanto, protegido pela Primeira Emenda da Constituição dos EUA. Embora essa decisão possa ser contestada, ela traz à tona a relação entre proteção da propriedade intelectual e tecnologia, já que o avanço tecnológico permite novas formas de criação, mas também facilita a reprodução de ativos protegidos³⁸.

Segundo o artista, a intenção de utilizar a denominação Metabirkin em seu projeto era para questionar a crueldade animal presente na indústria da moda. Ele argumentou que o termo não tinha a intenção de enganar os observadores, apesar de algumas pessoas terem sido levadas a acreditar o contrário.

Em 18 de Maio de 2022, a Corte emitiu um memorando no qual a questão central diante do tribunal era se as Metabirkins deveriam ser consideradas (i) obras relacionadas à liberdade de expressão, onde os NFTs apenas servem para autenticar obras de arte digitais, o que requer um equilíbrio entre os direitos garantidos pela Primeira Emenda da Constituição dos EUA: “Congress shall make no law respecting an establishment of religion, or prohibiting the free exercise thereof; or abridging the freedom of speech, or of the press; or the right of the people peaceably to assemble, and to petition the Government for a redress of grievances.”, ou (ii) produtos comerciais não expressivos que requerem avaliação da probabilidade de confusão

³⁸ CORAZZA, Livia. 2023. Hermès x Mason Rothschild. Disponível em: <<https://passarelando.com/hermes-x-mason-rothschild/>>. Acesso em 29 de abril de 2023

quanto à fonte.

Diante do que deve ser protegido pelas leis de propriedade intelectual, principalmente, no que tange aos direitos relacionados às marcas registradas, no dia 8 de fevereiro deste ano, o do júri do distrito sul de Nova York proferiu a importante decisão a respeito do uso de marcas e venda indevida dos NFTs das "Metabirkins".

O júri, composto por 9 pessoas, decidiu a favor da Hermès, condenando Rothschild ao pagamento de US\$ 133 mil pelos danos e prejuízos causados à casa de luxo francesa no decorrer da violação de registro de marca, possibilidade de diluição da mesma e ato de "cybersquatting" por ter registrado o domínio "Metabirkins.com" de forma ilícita e com o objetivo de enganar o consumidor, aproveitando-se da reputação e prestígio associados à marca "Birkin".³⁹

O caso em questão reforça que, salvo exceções expressas em lei, não é permitido o uso de marcas de terceiros sem a devida autorização, o que provavelmente será replicado em outras discussões envolvendo o ambiente digital e o metaverso. Embora o universo online seja virtual, as violações cometidas têm consequências reais e as partes prejudicadas podem e devem ser compensadas.

Ressalta-se que, em razão da evidente consolidação dos conjunto marcários da Hermès perante o mercado de produtos de luxo e no intuito de resguardar todos os seus direitos, a empresa procedeu e obteve o registro de sua marca reconhecida mundialmente.

Conforme extrai-se das evidências mencionadas acima, para além da promoção de vendas de NFTs que representam as famosas bolsas Birkin, o termo METABIRKINS utilizado pelo artista reivindica reprodução total e com acréscimo da marca da Hermès.

Conforme depreende-se do Manual de Marcas publicado pelo INPI, a reprodução total de uma marca consiste na cópia integral ou integridade fiel de marca anterior alheia⁴⁰, ou seja, é utilizado de forma idêntica o termo BIRKIN com o acréscimo do prefixo META que, por se tratar de termo genérico, não tem não tem o condão de mitigar os riscos de confusão e associação entre os consumidores.

Afinal, o sinal "META" não desempenha a função precípua das marcas de

³⁹ UNITED STATES DISTRICT COURT. SOUTHERN DISTRICT OF NEW YORK. Veredict. Disponível em: <https://www.docketalarm.com/cases/New_York_Southern_District_Court/1--22-cv-00384/Hermes_International_et_al_v._Rothschild/144/>. Acesso em 03 de abril de 2023.

⁴⁰

http://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual/wiki/5%C2%B711_An%C3%A1lise_do_requisito_da_disponibilidade_do_sinal_marc%C3%A1rio

diferenciar produtos/serviços de origens diversas, mas, sim, é utilizado como fator de captação de clientela alheia e aproveitamento da credibilidade conquistada pela Requerente, o que constitui prática de concorrência desleal. Neste passo, são pertinentes os comentários de Francisco Antonio Coelho:

Entretanto, as marcas não são empregadas para qualificarem artigos, que se definem pela própria natureza, mas sim diferenciá-los de outros idênticos ou semelhantes, de procedência diversa, de modo a identificarem o respectivo fabricante ou comerciante. Exercem, elas uma função de individualização semelhante à da firma comercial, e por isso, é fora de qualquer dúvida, que **o consumidor deparando com várias marcas semelhantes, distinguindo produtos idênticos ou semelhantes, será fatalmente induzido a julgá-las proveniente de um único comerciante e, conseqüentemente, atribuí-lhes a mesma autoridade. Essa é a concorrência desleal mais frequente** e a qual cumpre reprimir, porque segundo a expressão do ilustre legislador: “a marca não pertence somente àquele que a registra, pertence também ao público que nela confia” e é uma propriedade que se confunde no domínio de nós todos.⁴¹

Assim, percebe-se que, além da similaridade entre as expressões das marcas em questão, é fato que ambas as marcas atuam diretamente no mesmo segmento mercadológico de modo que subsiste inegável possibilidade de confusão e associação não só entre consumidores, como também entre parceiros comerciais importantes, que acabarão por interpretar que ambas as empresas são de alguma forma relacionadas.

Isto reforça os argumentos apresentados pela Hermès ao caracterizar violação dos direitos de marca registrada da marca Birkin e falsificação da marca para representar os NFTs das Metabirkins como pertencentes à Hermès.

Portanto, é cabível salientar que agiu corretamente o juízo ao condenar o réu ao pagamento do valor de US\$ 133 mil a título de indenização, pois: (i) o sinal "META" é considerado termo genérico; (ii) há nítida relação entre o seguimento mercadológico identificado pelas marcas da autora e do réu; (iii) a conduta do réu pode gerar indevidas associações das marcas, confusão entre os consumidores e, inclusive, poderá vir a configurar o crime de concorrência desleal.

Considerações finais

Diante do exposto, é possível afirmar que os direitos de propriedade industrial,

⁴¹ Citação retirada da obra *Concorrência Desleal*, Clóvis Costa Rodrigues, p. 116-117.

em especial os direitos de marca, são fundamentais para a proteção da reputação e identidade de uma empresa no mercado de luxo. A falsificação e imitação de produtos podem gerar prejuízos financeiros e de imagem, afetando a confiança do consumidor na marca.

A proteção dos direitos de marca é importante tanto no mundo real quanto no mundo virtual, onde práticas ilegais como a reprodução de marca registrada, concorrência desleal e cybersquatting podem afetar negativamente a identidade e a reputação de uma empresa.

Com o surgimento do metaverso e a possibilidade de criação de novas formas de experiência de consumo, é importante que as empresas se adaptem às novas tecnologias e busquem proteger seus direitos de propriedade industrial nesse novo ambiente virtual.

Além disso, as plataformas responsáveis pelo metaverso devem se atentar à legislação vigente, como o Marco Civil da Internet e a LGPD, a fim de garantir a proteção dos usuários e titulares de direitos.

Com o aumento da presença de grandes marcas no metaverso e a busca por um lugar nesse mercado em expansão, surge uma dúvida importante: como proteger a propriedade intelectual dessas marcas registradas em um ambiente ainda não regulamentado? Para responder a essa pergunta, é necessário analisar os sistemas de regulação de propriedade intelectual existentes e adaptá-los para serem aplicáveis ao metaverso.

A partir da análise do caso *Hermès vs Rothschild* é possível compreender que os proprietários das marcas pretendem expandir os direitos relativos às suas marcas registradas no ambiente virtual.

Desta forma, a *Hermès International*, visando assegurar a exploração exclusiva da marca *Birkin*, deu início à disputa judicial, pois é nítido que a conduta do artista *Mason Rothschild* ao utilizar a expressão *METABIRKINS* para a prática comercial de bolsas representadas por NFTs no metaverso configura violação da marca *Birkin* da *Hermès* e do *trade dress*, bem como concorrência desleal. Desta forma, o júri agiu corretamente ao condenar o artista ao pagamento de indenização pelos prejuízos causados à empresa.

Esta decisão é relevante, uma vez que ocorreu nos Estados Unidos, local em que as principais empresas expandem seus negócios e possuem marcas registradas, devido ao instituto do *common law*, o qual abre precedentes para que, em casos futuros, os titulares das marcas tenham respaldo para obter proteção e recuperar os

danos por eles sofridos quando houver qualquer tipo de violação aos direitos de propriedade intelectual.

No Brasil, conforme depreende-se das informações apresentadas nos tópicos anteriores, o resultado não deveria ser diferente, pois ao analisar os requisitos de admissibilidade para registro de marcas presente no Manual de Marcas publicado pelo INPI, confirmaria a evidente reprodução da marca com acréscimo de termo genérico.

Assim, conclui-se que o estudo da propriedade intelectual, da propriedade industrial, das marcas e do trade dress é fundamental para garantir a proteção e a valorização da criação intelectual e da inovação. Além disso, o conhecimento sobre a concorrência desleal, suas legislações e suas consequências são essenciais para evitar práticas ilegais e proteger os direitos dos concorrentes e dos consumidores.

Conforme relatado, no Brasil e nos Estados Unidos, a proteção da propriedade intelectual e o combate à concorrência desleal são regulados por leis específicas, como a Lei da Propriedade Industrial e o Lanham Act, respectivamente. Apesar das diferenças entre as legislações, ambos os países compartilham o compromisso de garantir a proteção da propriedade intelectual e a concorrência justa.

De acordo com referidas legislações, as empresas devem tomar medidas para proteger suas marcas registradas, incluindo o registro de suas marcas em órgãos competentes, monitoramento regular do uso de suas marcas na internet e ação legal imediata contra qualquer violação de seus direitos de propriedade intelectual.

Ao proteger suas marcas registradas, as empresas podem proteger sua identidade e reputação e garantir uma vantagem competitiva em seus respectivos mercados. Portanto, é fundamental que haja um equilíbrio entre a inovação e a proteção dos direitos de propriedade industrial, de forma a garantir o desenvolvimento do mercado de luxo e a preservação da identidade das empresas.

Referências

E-commerce. 2023. **Mercado de luxo: cenário e tendências do setor em 2023.** Disponível em <<https://pagar.me/blog/mercado-de-luxo/>>. Acesso em 02 de maio de 2023.

World Economic Forum (2018). **Blockchain Beyond the Hype: A Practical Framework for Business Leaders.** Disponível em: <https://www3.weforum.org/docs/48423_Whether_Blockchain_WP.pdf>. Acesso em 01 de maio de 2023

BÖHME, R., CHRISTIN, N., EDELMAN, B., & MOORE, T. (2015). **Bitcoin: Economics, Technology, and Governance**. *Journal of Economic Perspectives*, 29(2), 213-238.

CORAZZA, Livia. 2023. **Hermès x Mason Rothschild**. Disponível em: <<https://passarelando.com/hermes-x-mason-rothschild/>>. Acesso em 29 de abril de 2023

REINOSO, José Luis Amat e LÓPEZ, José Carlos Erdozáin. **¿Cómo proteger marcas en el metaverso? Lecciones del caso Hermès**. Disponível em: <https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/02/22/legal/1645518523_595047.html> Acesso em 29 de abril de 2023.

International Trademark Association (INTA). **Cybersquatting & Domain Name Disputes**. Disponível em: <<https://www.inta.org/cybersquatting-domain-name-disputes/>>. Acesso em: 29 de abril de 2023

KAPFERER, Jean-Noël. **The Luxury Strategy: Break the Rules of Marketing to Build Luxury Brands**. Kogan Page, 2012.

UNITED STATES CODE. **Title 15 - Commerce and Trade, Chapter 22 - Trademarks**. Disponível em: <<https://www.law.cornell.edu/uscode/text/15/chapter-22>>. Acesso em: 20 abr. 2023.

UNITED STATES PATENT AND TRADEMARK OFFICE (USPTO). **Trademark Basics**. Disponível em: <https://www.uspto.gov/trademarks-getting-started/trademark-basics>. Acesso em: 20 de abril de 2023.

ClearSale. 2023. **Entenda como um produto falso afeta a reputação da sua marca**. Disponível em: <<https://blogbr.clear.sale/produto-falso>>. Acesso em 20 de abril de 2023.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. **Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm. Acesso em: 20 de abril de 2023.

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. **Marco Civil da Internet**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 20 de abril de 2023.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm. Acesso em: 20 de abril de 2023.

WORLD TRADE ORGANIZATION (WTO). **Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS)**. Disponível em: https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/t_agm0_e.htm. Acesso em: 20 de abril de 2023.

LINDBERG, Van. **Intellectual Property and Open Source: A Practical Guide to Protecting Code**. Sebastopol: O'Reilly Media, 2008.

BARBOSA, Denis Borges. **Concorrência Desleal**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011.

BARBOSA, Denis Borges. **Tratado da Propriedade Intelectual**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018, 2. ed.

BASSO, Maristela. **Propriedade Intelectual e Direito Internacional**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2009.

CALLMANN, Rudolf e ALTMAN, Louis. **The Law of Unfair Competition, Trademarks and Monopolies**. Eagan: Thomson West, 1995.

FONSECA Jr., John R. e SASSER, Thomas H. **Lanham Act: The Primary Federal Trademark Statute of the United States**. Nova York: Oxford University Press, 2019.

CRIDDLE, Cristina. 2021. **Hermés diz que NFT de bolsa Birkin é falsificação**. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2021/12/13/hermes-diz->

que-nft-de-bolsa-birkin-e-falsificacao.ghtml>. Acesso em 05 de abril de 2023.

VILAGE MARCAS E PATENTES. **Você sabe o que é trade dress?** Disponível em: <<https://www.vilage.com.br/blog/voce-sabe-o-que-e-trade-dress/#:~:text=O%20trade%20dress%20%C3%A9%20o,do%20mesmo%20ramo%20de%20atividade.>> Acesso em 05 de abril de 2023.

FIA BUSINESS SCHOOL. 2022. **Web 3.0: o que é, características e como ela vai mudar a internet?** Disponível em: <<https://fia.com.br/blog/web-3-0-o-que-e-caracteristicas-e-como-ela-vai-mudar-a-internet/>> Acesso em 05 de abril de 2023.

MCDOWELL, Maghan. **The ‘Baby Birkin’ NFT and the legal scrutiny on digital fashion.** 2021. Disponível em: <<https://www.voguebusiness.com/technology/the-baby-birkin-nft-and-the-legal-scrutiny-on-digital-fashion>>. Acesso em 03 de abril de 2023.

VECCHIATI, Maria Eduarda. **O caso Hermès X Mason Rothschild: Violação de marca registrada?** 2023. Disponível em: <<https://www.pdka.com.br/o-caso-hermes-x-mason-rothschild-violacao-de-marca-registrada/>>. Acesso em 03 de abril de 2023.

UNITED STATES DISTRICT COURT. **SOUTHERN DISTRICT OF NEW YORK. Verdict.** Disponível em: <https://www.docketalarm.com/cases/New_York_Southern_District_Court/1--22-cv-00384/Hermes_International_et_al_v._Rothschild/144/>. Acesso em 03 de abril de 2023.

U.S. CONGRESS. **Copyright Law of The United States**, 1976.

U.S. CONGRESS. **Lanham Trade-Mark Act of 1946**. 1946.

GARCIA, Talita Sabatini, TOSETTI, Lucas e LEMOS, Julia. **Metaverso e o uso de direitos de propriedade intelectual.** 2022. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/politica/blog-do-fausto-macedo/metaverso-e-o-uso-de-direitos-de-propriedade-intelectual/>>. Acesso em 19 de março de 2023.

INFOMONEY. **Justiça condena artista que criou NFTs de bolsas da Hermès por “cyberposse”**. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/mercados/justica-condena-artista-que-criou-nfts-de-bolsas-da-hermes-por-cyberposse/>>. Acesso em 20 de março de 2023.

RODRIGUES, Clovis Costa. **Concorrência Desleal**. Editora Peixoto, Rio de Janeiro.

ETIQUETA ÚNICA. **Conheça a história da Icônica bolsa Birkin**. Disponível em: <<https://blog.etiquetaunica.com.br/conheca-a-historia-da-iconica-bolsa-birkin/#:~:text=A%20Birkin%20%C3%A9%20um%20dos,mulheres%20ao%20redor%20do%20mundo>>. Acesso em 15 de fevereiro de 2023.

ETIQUETA ÚNICA. **Conheça a Linha do Tempo da Hermès**. Disponível em: <<https://blog.etiquetaunica.com.br/linha-do-tempo-hermes/>>. Acesso em 15 de fevereiro de 2023.

TEIXEIRA, Luciano. 2022. **É preciso proteger e fazer cumprir os direitos de marcas registradas dentro da plataforma**. Disponível em <<https://br.lexlatin.com/reportagens/propriedade-intelectual-metaverso-como-evitar-processos>>. Acesso em 15 de fevereiro de 2023.

REDAÇÃO. 2015. **Mundo do luxo: 10 fatos sobre a grife Hermès que você não sabia**. Disponível em: <<https://forbes.com.br/sem-categoria/2015/11/mundo-do-luxo-10-fatos-sobre-a-grife-hermes-que-voce-nao-sabia/>>. Acesso em 15 de fevereiro de 2023.

MENDES, Paulo Parente Marques. YUKARI, Jessica. DORNELAS, Beatruz. 2021. **NFTs e suas implicações no direito da propriedade intelectual no Brasil**. Disponível em: <<https://diblasiparente.com.br/nfts-e-suas-implicacoes-no-direito-da-propriedade-intelectual-no-brasil/>>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2023.

INFOMONEY. **O que são NFTs? Entenda como funcionam os tokens não fungíveis**. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/guias/nft-token-nao-fungivel/>>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2023.

GUEDES, Isabela. 2020. **Trade dress: o que compõe esse conceito?**. Disponível em <<https://gestaodainovacao.blog.br/trade-dress/>>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2023

BARRETTI, Mayara. 2022. **Trade dress e concorrência desleal**. Disponível em <<https://www.migalhas.com.br/depeso/375408/trade-dress-e-concorrencia-desleal.>>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2023