

ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL NO METAVERSO: POSSUI AMPARO LEGAL?

Henrique Nelson Ferreira Filho

Graduando em Direito

hnelsonfilho@gmail.com

Henrique Nelson Ferreira

Professor Orientador – FDCI, Advogado Especialista em Direito da Economia e da

Empresa – FGV/RJ

hnelsonferreira@uol.com.br

RESUMO

A presente tese encontra sua justificativa tendo em vista o avanço abrupto da tecnologia e os efeitos jurídicos correspondentes à seara comercial. Inicialmente, de maneira genérica, depreende-se a imprescindibilidade desta investigação em que pese a adequação da determinação legal ao contexto evolutivo tecnológico, ponderando se a lei vigente ainda pode se adequar ao caso concreto em voga, ou se esta se tornou obsoleta em sua aplicação.

Palavras-Chave: Metaverso. Estabelecimento Empresarial. Ponto Comercial. Realidade Virtual. Big Data. Quarta Revolução Industrial. Estabelecimento Digital. Era Digital.

1. INTRODUÇÃO

Considerando o avanço considerável da tecnologia e os efeitos jurídicos correspondentes à seara comercial, especialmente em que pese a adequação legal ao contexto evolutivo tecnológico, pondera-se quanto a capacidade da lei vigente se adequar ao caso concreto em voga, ou se esta se tornou obsoleta em sua aplicação e precisa ser complementada.

Insta salientar que, quanto ao caráter prático, as implicações de uma possível mutação legal em detrimento do surgimento de novas tecnologias, poderia acarretar em retificações no conceito de empresa, delimitando novas diretrizes ao profissional ou sujeito atuante neste cenário. Portanto, nítido é o viés social abarcado pela tese que, ao permear os meandros do Metaverso, dá-se de conhecer o contexto de uma realidade virtual vindoura, que afetará – e já afeta – as relações sociais, financeiras e profissionais.

Pretende-se fazer uma análise, em um primeiro momento, do conceito e demais desdobramentos compreendidos pelo Metaverso, com posterior exame da legislação vigente acerca do estabelecimento empresarial. Por conseguinte, serão analisadas as particularidades e diferenças entre o conceito de estabelecimento e ponto empresarial, seguindo para uma projeção do conceito legal de estabelecimento sob o contexto do Metaverso, seu eventual cabimento e aplicação. Estudar-se-á as teorias do conceito doutrinário que versem sobre a definição de um estabelecimento à luz do Código Civil, bem como ponto empresarial. Há de se

destacar, nesse sentido, que a construção de uma resposta à essa celeuma será pautada no método dedutivo, com pesquisa descritiva, baseada em material bibliográfico e documental legal.

Insta registrar que rico é o material concernente às definições de estabelecimento e ponto comercial, uma vez que restou preconizado pelo Código Civil de 2002, e pormenorizado pela massiva doutrina, sendo pacificado pela jurisprudência vigente, não havendo, para tanto, óbices para dissertação.

Lado outro, e conforme o tema em apego, em se tratando de inovações tecnológicas afetas ao contexto digital, se faz imperioso referenciar à partir de pesquisas científicas que conceituem e definam as peculiaridades de institutos como; E-commerce, Big Data, Second Life e Metaverso.

Quanto ao referencial teórico a respeito da conceituação de estabelecimento empresarial digital, a análise se restringe ao que versa a doutrina de Marlon Tomazette e Fábio Ulhoa Coelho, uma vez que o tema é recente e não possui domínio amplo por parte dos pesquisadores juristas.

A metodologia abordada nesta oportunidade, emprega-se através de pesquisa simples, dado a prematuridade de um dos pilares tangenciados, qual seja, a realidade virtual abarcada pelo Metaverso (2021), ante a ausência de riqueza em informações disponíveis. Contudo, indica-se toda sorte de artigos publicados, bem como informações técnicas repassadas por meio de Blogs especializados no ramo de tecnologias.

Noutro giro, a investigação também constitui-se de pesquisa legal, tendo em vista a forte incidência da realidade virtual nas relações comerciais, cabendo, para tanto, a verificação do que preconiza a legislação vigente no país, aplicável ao Estabelecimento Comercial e seus institutos adjacentes.

2. CONTEXTO HISTÓRICO

2.1 A Quarta Revolução Industrial.

No início, seja através de atos específicos durante seis dias, ou seja pela pura evolução, tem-se assim a criação de toda a existência, e a decorrência disso é um conjunto complexo e harmônico de coisas objetivas e subjetivas que consubstanciam o nosso vasto senso de realidade. Consecutivamente, o homem moderno, como um ser naturalmente empírico, dispensou sua criatividade ao longo dos séculos de modo a desenvolver sua vida, sua forma de trabalho e, conseqüentemente, sua sociedade.

No entanto, depreende-se do avanço tecnológico que, não mais satisfeito com uma realidade a qual não compete ao homem controlar, encontrou-se no meio virtual uma alternativa em que lá pudesse ser um criador e moldar, segundo sua vontade, uma realidade paralela.

Tal avanço instaurou-se de forma gradativa e evolutiva, sendo que desde os primeiros passos na conjuntura industrial, projetava-se uma imagem distante do que viera a ser hoje. Nos ditos de John Culkin, "nós moldamos nossas ferramentas e, posteriormente, nossas ferramentas nos moldam", e assim temos a Primeira Revolução Industrial, a qual preconizou toda influência do contexto industrial sobre as relações sociais do momento (CULKIN, 1967, p. 70). Datada em 1760, erige-se um marco onde foi substituída a manufatura pela maquinofatura, dispensando reflexos sociais de modo a subdividir a sociedade em duas classes distintas, a saber, a burguesia e os proletariados.

Em dado momento, ainda nos meandros da Primeira Revolução Industrial,

visou-se romper com a mão de obra animal ou manual, sendo o método experimentado por toda ancestralidade, até então, deixando claro que rompimentos de uma cultura eram necessários para que se alcançasse uma evolução. Do animal para o carvão, do carvão para o petróleo, do petróleo para a computação e da computação para a Big Data:

“Big Data é a análise e a interpretação de grandes volumes de dados de grande variedade. Para isso são necessárias soluções específicas para Big Data que permitam a profissionais de TI trabalhar com informações não-estruturadas a uma grande velocidade.

As ferramentas de Big Data são de grande importância na definição de estratégias de marketing. Com elas é possível, por exemplo, aumentar a produtividade, reduzir custos e tomar decisões de negócios mais inteligentes.” (CANAL TECH, 201).

Assim, passados aproximadamente 262 anos, vivenciamos a Quarta Revolução Industrial.

Para Schwab, este interregno

“teve início na virada do século e baseia-se na revolução digital. É caracterizada por uma internet mais ubíqua e móvel, por sensores menores e mais poderosos que se tornaram mais baratos e pela inteligência artificial e aprendizagem automática.” (SCHWAB, 2016, p. 16).

Ainda na seara da computação, o ânimo de se virtualizar uma realidade deu-se de forma tímida, em um primeiro momento, haja vista que a tecnologia antes se mostrava tal como a realidade material: um fator limitante. Nesse sentido, com a criação da computação, a sociedade deu, talvez não o primeiro, mas o passo mais considerável rumo a uma nova era de comunicação, quando os limites da distância geográfica e o alcance das linhas telefônicas já não obstavam mais as relações sociais, concedendo um novo meio para facilitar as operações laborais do trabalhador. Tal foi a receptividade e a adaptação aos sistemas de computação que, em dado momento, desenvolveram-se as redes sociais, que permitiam que os seus usuários pudessem compartilhar de sua vida e interagir de forma coletiva, com textos, mídias e mensagens.

Não tardou para que as relações laborais migrassem para os meios digitais, de modo que instaurou-se o e-commerce.

“E-commerce, ou comércio eletrônico, é uma modalidade de negócio em que as transações comerciais são realizadas totalmente online.

Desde a escolha do produto pelo cliente, até a finalização do pedido, com o pagamento, todo o processo deve ser realizado por meios digitais.

Nesse tipo de comércio, a única etapa no mundo físico é a da logística de entrega das encomendas aos compradores.

Além dos processos de compra, o e-commerce se baseia, principalmente, na divulgação e promoção de seus produtos ou serviços

— uma vez que as duas coisas podem ser vendidas online — por meio do marketing digital. Dessa forma, essa parte da conquista dos clientes também costuma ser feita pela internet.” (NUVEMSHOP, 2022)

Desta feita, não demorou para que, nessa rede interativa, os usuários passassem a expor informações “íntimas”, posto que se fizeram necessárias frente a compra e encomenda de produtos ou obtenção de serviços pela Internet. Os bancos de dados que antes consistiam em pastas de fichas e arquivos individuais, migraram para o contexto virtual na Big Data, estando, em sua maioria, disponíveis para

empresas interessadas. Com a quantidade massiva de informações pessoais ou sigilosas circulando online, e o precário controle de segurança desses variados dados, o legislador, através da Emenda Constitucional nº 115 de 2022, aditou ao Texto Constitucional o seguinte dispositivo:

LXXIX - é assegurado, nos termos da lei, o direito à proteção dos dados pessoais, inclusive nos meios digitais.

2.2 A Realidade Virtual e as Empresas

Muito embora o salto evolutivo com a consolidação da era digital ser algo embrionário e recente, se mostrou muito promissor, e dadas as possibilidades ofertadas pela tecnologia ora experimentada com a ampla possibilidade de relações interpessoais através deste meio, viu-se o homem com a oportunidade de expressar sua intensa criatividade e elaborar o ambiente digital de tal modo que se fosse verossímil à realidade. Não poderia ser diferente, uma vez que, permeando todas as grandes revoluções vivenciadas pela humanidade, não é difícil entender que todas foram embasadas pelo desenvolvimento tecnológico ou instrumental, e as atividades comerciais.

Assim, a desenvolvedora Linden Lab consolidou o Second Life, que atraindo os olhares da comunidade científica, restou definido:

“Lançado em junho de 2003, o Second Life foi construído como um ambiente virtual que prometia uma simulação da sociedade contemporânea, com possibilidades de interações entre usuários por meio de avatares. Além disso, e aqui há um ponto primeiro para marcar a diferença em relação aos demais mundos virtuais, os próprios usuários ganharam a possibilidade de gerar e manter os elementos virtuais que compõem a simulação. Avatares, roupas, prédios, veículos e transações financeiras passaram a ser estabelecidos pelos usuários e não mais pela empresa desenvolvedora de Second Life como aplicativo educacional.

Usuários passaram a ter no ambiente do Second Life uma autonomia para construção e ampliação do mundo virtual, o que, combinado com a apurada interface gráfica e a simulação de leis físicas (uma bandeira construída no topo de uma torre tremula a semelhança de uma bandeira física), fez com que esse aplicativo ganhasse popularidade e alcançasse o auge no ano de 2007, em termos de números de usuários e usuários assinantes (possuidores de terrenos virtuais ou de objetos no Second Life)”. (PEREIRA, 2009, p. 75).

No mesmo sentido, ainda no contexto redes sociais e realidade virtual, os desenvolvedores do Facebook, atual Meta, em 2021, criaram o Metaverso que deu-se com base na tecnologia 3D, usando para tanto um dispositivo semelhante a um óculos, que possui um visor que retrata a visão em primeira pessoa do avatar do usuário, rompendo com as limitações 2D impetradas pela tela de um monitor.

“Luli Radfaher, professor do curso de publicidade e propaganda da USP, afirma que a ideia do metaverso não é algo novo. “É um termo que surge na década de 1980 da literatura cyberpunk, com o livro ‘Snow Crash’”, diz.

A ideia representa a possibilidade de acessar uma espécie de realidade paralela, em alguns casos ficcional, em que uma pessoa pode ter uma experiência de imersão. Tecnicamente, o metaverso não é algo real, mas busca passar uma sensação de realidade, e possui toda uma estrutura no mundo real para isso.” (CNN BRASIL, 2021)

Assim, é inevitável a associação entre o Second Life com o Metaverso, entretanto nota-se que seus funcionamentos se dão de formas distintas:

“A primeira – e fundamental – diferença entre ambos é que o Second Life é (sim, ainda existe e está em atividade) uma plataforma centralizada, desenvolvida e pertencente a uma única empresa, com protocolos preestabelecidos e fechados.

Já o metaverso é um ambiente digital de código aberto e descentralizado, desenvolvido em blockchain (uma espécie de banco de dados compartilhado e inviolável que utiliza criptografia para garantir a segurança e a confiança nas informações registradas).” (VALOR INVESTE, 2022).

É plenamente possível, atualmente, a manutenção desse sistema digital, bem como a efetivação de transações comerciais e movimentações de riquezas, tendo em vista a existência de bancos digitais consolidados e insurgentes que dispensam a utilização dos meios usuais para operações financeiras, a exemplo de instituições tais como C6 Bank, Nubank, BS2 e muitos outros. Não bastasse isso, é de pública sabença a relevância de moedas plenamente digitais, das quais não se valem de regulamentação governamental ou diversa, assim, detêm circulação peculiar e possuem “cotação” muito valorizada frente às demais moedas circulantes.

“O conceito de Nova Economia surgiu com a digitalização de processos produtivos e atividades comerciais e da adoção da internet como instrumentos social e econômico no mundo. O metaverso vai criar uma nova economia dentro desse conceito. Uma loja on-line já está inserida dentro da nova economia digital. Poder entrar nessa loja com seu avatar (representação individual por meios virtuais), experimentar uma roupa ou testar um carro, e realizar a compra com uma criptomoeda vai ser a atualização da Nova Economia – e ainda transformar empregos e profissões.

A construtora Tecnisa inaugurou seu stand de vendas no Second Life em 2007. “Tínhamos um stand com apartamento decorado para visitar, onde o avatar de um corretor atendia os interessados – avatares também”, conta Joseph Nigri, vice-presidente do Conselho da companhia. “Instalamos um stand de um empreendimento localizado na Barra Funda [bairro da capital paulista], o Inovarte. Recebemos muitas visitas de curiosos e realizamos algumas vendas.”

“Antigamente, a pessoa que ia comprar um imóvel, comprava o jornal, abria os classificados, selecionava os anúncios, pegava o carro e ia até o local conhecer”, lembra Nigri. “Hoje, ninguém começa a buscar um imóvel sem entrar na internet. O Second Life foi uma forma de as pessoas que estavam buscando imóveis, conhecerem um stand sem ter que sair de casa.” Segundo o executivo, foi uma iniciativa pioneira que, por um custo muito baixo, gerou muita atenção e alguns negócios.

No entanto, a efetivação da compra propriamente dita não podia ser realizada dentro da plataforma do Second Life. “Com o blockchain, a efetivação da compra/venda vai poder acontecer diretamente no ambiente digital. Com o blockchain, você registra seus ativos, transfere a propriedade, tem as criptomoedas para comprar ou vender, transacionar valores”, descreve Nigri.

Mesmo ainda fora de uma blockchain, a Tecnisa já está aplicando os conceitos do metaverso em seus lançamentos imobiliários. O cliente que compra uma unidade de um empreendimento pode fazer a personalização do imóvel, com seu avatar escolhendo e testando acabamentos “dentro do apartamento”. “O projeto final é encaminhado para a obra e o cliente recebe o imóvel pronto do jeito que queria, sem pisar na obra real”, conta Nigri.

Nigri avalia que, para o mercado imobiliário, o metaverso pode significar uma grande transformação. “É possível que, no futuro, os imóveis sejam tokenizados e vendidos no metaverso. A partir daí, acaba a escritura de um

imóvel como conhecemos hoje. O blockchain será o registro, o cartório.” Dizon, da YGG, aponta que a nova economia do metaverso vai ainda transformar o trabalho e as profissões. “Os empregos já estavam se tornando cada vez mais baseados em computador, ou seja, não estão fisicamente vinculados à empresa, com equipes globais e remotas se coordenando em todo o mundo”, aponta. “Esses empregos poderão ser movidos para o metaverso”, afirma, acrescentando que novas profissões surgirão, como arquitetos de metaverso, designers de moda digital, criadores de avatares, moderadores de comunidades, e assim por diante.” (VALOR INVESTE, 2022).

Segundo dados levantados pela própria empresa em seu sítio eletrônico, este novo universo conta com “Mais de 6 bilhões de dólares arrecadados pela nossa comunidade para apoiar as causas que são importantes para ela”, “Mais de 100 bilhões de mensagens compartilhadas todos os dias ajudam as pessoas a manter contato mesmo quando estão distantes umas das outras” e “Mais de 200 milhões de empresas usam os nossos aplicativos para crescer e se conectar com clientes.” (FACEBOOK, 2022).

No Brasil, país em que cada vez se torna mais digitalizado, não poderia ser diferente:

“RIO – Aposta das gigantes da tecnologia, o chamado metaverso promete integrar os ambientes físico e digital por meio de uma combinação de novas soluções. Esse futuro já é realidade para muitas empresas, incluindo mais de 130 no Brasil que fazem dinheiro com inserções em realidade virtual (RV) e aumentada (RA) e outras inovações precursoras dessa evolução da internet que já estão em uso e têm grande potencial econômico, segundo especialistas.

A corrida por um lugar ao sol nesse mercado mobiliza não só big techs, mas empresas de diferentes portes que devem movimentar entre US\$ 8 trilhões e US\$ 13 trilhões no mundo até 2030, segundo um relatório do Citi, com cerca de 5 bilhões de usuários.” (O NOVO NORMAL, 2022).

O último dado fornecido pela desenvolvedora nos dirige ao cerne da discussão, qual seja a instalação e estabelecimento de empresas no ambiente do Metaverso, como um ambiente inteiramente virtualizado.

“Para as empresas de tecnologia de realidade virtual, a expansão do metaverso é algo esperado há um bom tempo. É o caso da Nexus VR. Fundada em 2013, a empresa chegou a trabalhar internamente com o conceito de metaverso em 2014 em um projeto. Entretanto, a ideia não foi para frente devido à recusa de financiamento por fundos norte-americanos. “Eles tinham a leitura de que o mercado não estava pronto porque os equipamentos eram recentes e caros”, afirma Felipe Coimbra, diretor de tecnologia da empresa. Para ele, a grande mudança que o Facebook pode trazer é a transformação do metaverso não como entretenimento, mas como serviço.

Ele cita oportunidades em áreas como educação, e-commerce, aprendizado e também para o consumo. Hoje, a Nexus VR desenvolve projetos, eventos e treinamentos para empresas com tecnologias de realidade virtual, realidade aumentada e a chamada mixed reality, além de peças publicitárias e showrooms de projetos imobiliários.

Para Coimbra, caso o Facebook realmente consiga atingir a meta de se transformar em uma empresa de metaverso, o conceito deverá se popularizar e gerar uma corrida entre as empresas para entrar nesse ambiente. Ele estima que, no máximo, o Brasil demoraria dois anos a mais em relação aos Estados Unidos para que a tecnologia se popularizasse.”

Ele espera que, a princípio, as tecnologias novas de realidade virtual sejam voltadas para empresas, que terão dinheiro para financiar projetos, e

usadas para eventos, treinamentos, reuniões e trabalho remoto. Conforme a tecnologia se tornar mais barata e despertar a atenção do público, deve ocorrer uma expansão, em um segundo momento.” (CNN BRASIL, 2021)

É imperioso destacar que o acesso e utilização do ambiente do Metaverso independe de um lugar ou estrutura específica, quando, em qualquer lugar, por meio de um aparelho simulador, o usuário pode adentrar em seu escritório virtual e dali gerir as atividades que pretende exercer. Assim, mesmo que não haja quaisquer elementos materiais, seja pela estrutura ou pelo produto oferecido, o ambiente virtual viabiliza o exercício empresarial, com ampla captação de clientes, quais sejam os demais usuários da rede.

No entanto, demasiado avanço não é amplo, em todos os seus sentidos, podendo, dentre tantos demais aspectos, poder encontrar limitação, primeiramente, quanto a previsão legal vigente que verse sobre o conceito de estabelecimento empresarial e, por consequência, as demais normas e previsões aplicáveis.

Neste ponto se incide a principal preocupação desta investigação, pois há certa probabilidade de que uma previsão legal, elaborada sobre as peculiaridades de um contexto momentâneo, deixem de ser adequadas às evoluções sociais e históricas constantes, sendo, eventualmente necessário a mudança da inteligência legal, ou, simplesmente, uma complementação a norma preexistente.

3. O ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL

3.1 Estabelecimento Empresarial à luz do Código Civil.

Inicialmente, cabe ressaltar que as definições atinentes ao estabelecimento empresarial não possuem, em si, uma dada complexidade que venha a repercutir em jurisprudência ou seja objeto de suntuosa relevância na militância prática. Isso porque, o Código Civil de 2002, preconiza de forma clara, simples e acertiva acerca do que se entende por estabelecimento empresarial, veja-se:

Art. 1.142. Considera-se estabelecimento todo complexo de bens organizado, para exercício da empresa, por empresário, ou por sociedade empresária.

Reforçando a tese de uma posição conservadora por parte da legislação, não outro seria o direcionamento dado pela jurisprudência que, apesar de escassa no que toca este tema em que pese o fato de o próprio julgado apenas mencionar a conceituação do tema, concorda e reforça a posição legal, sem nada acrescentá-la:

“PROCESSO CIVIL. RECURSO ESPECIAL REPRESENTATIVO DE CONTROVÉRSIA. ARTIGO 543-C, DO CPC. EXECUÇÃO FISCAL. IMÓVEL PROFISSIONAL. BEM ABSOLUTAMENTE IMPENHORÁVEL. NÃO CARACTERIZAÇÃO. ARTIGO 649, IV, DO CPC. INAPLICABILIDADE. EXCEPCIONALIDADE DA CONSTRIÇÃO JUDICIAL. 1. A penhora de imóvel no qual se localiza o estabelecimento da empresa é, excepcionalmente, permitida, quando inexistentes outros bens passíveis de penhora e desde que não seja servil à residência da família. 2. O artigo 649, V, do CPC, com a redação dada pela Lei 11.382/2006, dispõe que são absolutamente impenhoráveis os livros, as máquinas, as ferramentas, os utensílios, os instrumentos ou outros bens móveis necessários ou úteis ao exercício de qualquer profissão. 3. A interpretação teleológica do artigo 649, V, do CPC, em observância aos princípios fundamentais constitucionais da dignidade da pessoa humana e

dos valores sociais do trabalho e da livre iniciativa (artigo 1º, incisos III e IV, da CRFB/88) e do direito fundamental de propriedade limitado à sua função social (artigo 5º, incisos XXII e XXIII, da CRFB/88), legítima a inferência de que o imóvel profissional constitui instrumento necessário ou útil ao desenvolvimento da atividade objeto do contrato social, máxime quando se tratar de pequenas empresas, empresas de pequeno porte ou firma individual.

4. Ademais, o Código Civil de 2002 preceitua que: "Art. 1.142. Considera-se estabelecimento todo complexo de bens organizado, para exercício da empresa, por empresário, ou por sociedade empresária."

5. Conseqüentemente, o "estabelecimento" compreende o conjunto de bens, materiais e imateriais, necessários ao atendimento do objetivo econômico pretendido, entre os quais se insere o imóvel onde se realiza a atividade empresarial.

6. A Lei 6.830/80, em seu artigo 11, § 1º, determina que, excepcionalmente, a penhora poderá recair sobre o estabelecimento comercial, industrial ou agrícola, regra especial aplicável à execução fiscal, cuja presunção de constitucionalidade, até o momento, não restou ilidida.

7. Destarte, revela-se admissível a penhora de imóvel que constitui parcela do estabelecimento industrial, desde que inexistentes outros bens passíveis de serem penhorados [Precedentes do STJ: AgRg nos EDcl no Ag 746.461/RS, Rel. Ministro Paulo Furtado (Desembargador Convocado do TJ/BA), Terceira Turma, julgado em 19.05.2009, DJe 04.06.2009; REsp 857.327/PR, Rel. Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 21.08.2008, DJe 05.09.2008; REsp 994.218/PR, Rel. Ministro Francisco Falcão, Primeira Turma, julgado em 04.12.2007, DJe 05.03.2008; AgRg no Ag 723.984/PR, Rel. Ministro José Delgado, Primeira Turma, julgado em 04.05.2006, DJ 29.05.2006; e REsp 354.622/SP, Rel. Ministro Garcia Vieira, Primeira Turma, julgado em 05.02.2002, DJ 18.03.2002].

8. In casu, o executado consignou que: "Trata-se de execução fiscal na qual foi penhorado o imóvel localizado na rua Marcelo Gama, nº 2.093 e respectivo prédio de alvenaria, inscrito no Registro de Imóveis sob o nº 18.082, único bem de propriedade do agravante e local onde funciona a sede da empresa individual executada, que atua no ramo de fabricação de máquinas e equipamentos industriais.

(...) Ora, se o objeto social da firma individual é a fabricação de máquinas e equipamentos industriais, o que não pode ser feito em qualquer local, necessitando de um bom espaço para tanto, e o agravante não possui mais qualquer imóvel - sua residência é alugada - como poderá prosseguir com suas atividades sem o local de sua sede? Excelências, como plenamente demonstrado, o imóvel penhorado constitui o próprio instrumento de trabalho do agravante, uma vez que é o local onde exerce, juntamente com seus familiares, sua atividade profissional e de onde retira o seu sustento e de sua família. Se mantida a penhora restará cerceada sua atividade laboral e ferido o princípio fundamental dos direitos sociais do trabalho, resguardados pela Constituição Federal (art. 1º, IV, da CF). Dessa forma, conclusão outra não há senão a de que a penhora não pode subsistir uma vez que recaiu sobre bem absolutamente impenhorável."

9. O Tribunal de origem, por seu turno, assentou que: "O inc. V do art. 649 do CPC não faz menção a imóveis como bens impenhoráveis. Tanto assim que o § 1º do art. 11 da L 6.830/1980 autoriza, excepcionalmente, que a penhora recaia sobre a sede da empresa. E, no caso, o próprio agravante admite não ter outros bens penhoráveis. Ademais, consta na matrícula do imóvel a averbação de outras seis penhoras, restando, portanto, afastada a alegação de impenhorabilidade. Por fim, como bem salientou o magistrado de origem, o agravante não comprovou a indispensabilidade do bem para o desenvolvimento das atividades, limitando-se a alegar, genericamente, que a alienação do bem inviabilizaria o empreendimento."

10. Conseqüentemente, revela-se legítima a penhora, em sede de execução fiscal, do bem de propriedade do executado onde funciona a sede

da empresa individual, o qual não se encontra albergado pela regra de impenhorabilidade absoluta, ante o princípio da especialidade (lex specialis derogat lex generalis).
11. Recurso especial desprovido. Acórdão submetido ao regime do artigo 543-C, do CPC, e da Resolução STJ 08/2008.” (REsp 1114767 - RS (2009/0071861-0). Relator: Ministro Luiz Fux. Julgado em: 02/12/2009)

Deste modo, cabe um melhor desenvolvimento do tema por parte das investigações doutrinárias. Tendo em mente que, muito embora o estabelecimento empresarial como um todo seja algo relativamente simples de se definir, as suas decorrências são as mais diversas, como os institutos de alienação ou trespasse, as definições para fins patrimoniais, dentre várias outras implicações. Assim, vê-se que, embora seja relativamente sucinto, o conceito ganha demasiada importância em ser devidamente discriminado, caso contrário, deixaria de contemplar aos institutos adjacentes criando uma lacuna legal.

Descreve, portanto, o doutrinador Fábio Ulhoa Coelho:

“Estabelecimento empresarial é o conjunto de bens que o empresário reúne para a exploração de sua atividade econômica. Compreende os bens indispensáveis ou úteis ao desenvolvimento da empresa, como as mercadorias em estoque, máquinas, veículos, marca e outros sinais distintivos, tecnologia etc. Trata-se de um elemento indissociável à empresa.” (ULHOA, 2014, p. 164).

Para Fábio, o estabelecimento empresarial é composto por elementos materiais e imateriais, de modo que os imateriais correspondem, principalmente, à patente de invenção, de modelo de utilidade, registro de desenho industrial, marca registrada, nome empresarial, título de estabelecimento e o ponto, como local e que se explora a atividade econômica (ULHOA, 2014, p. 169).

Ainda, e nesse mesmo sentido, para o doutrinador Gladston Mamede:

“(…) segundo o artigo 1.142 do Código Civil, o estabelecimento é o complexo organizado de bens, estruturado para o exercício da empresa, por empresário ou por sociedade empresária. Sob tal ângulo específico, a empresa é enfocada como realidade tangível, concreta: trata-se de uma composição de bens; há bens materiais (res, coisas), a exemplo de imóveis de uso (ou imóveis de utilização, empregados diretamente na atividade empresarial), coisas móveis do ativo permanente, isto é, não destinados à negociação, como bens de equipamento ou de serviço, ou coisas (imóveis ou móveis) destinadas à negociação, escrituradas no ativo circulante; há, ademais, bens imateriais, a exemplo das marcas e das patentes, escrituradas, também, no ativo permanente da empresa, destinando-se diretamente à consecução de suas atividades.” (MAMEDE, 2011, p. 184).

Noutras palavras, o conceito de estabelecimento compreende diversos elementos, dentre eles destaca-se o ponto comercial, que somente reunido aos demais componentes se consubstancia um estabelecimento. Tal diferenciação foi a preocupação do legislador:

§ 1º O estabelecimento não se confunde com o local onde se exerce a atividade empresarial, que poderá ser físico ou virtual.

Conforme elucidado acima, entende-se que há uma diferenciação clara entre estabelecimento empresarial e ponto comercial. O resguardo da legislação enfatizando a possibilidade de o ponto comercial poder se consolidar no meio virtual, já demonstra, de certo grau, um avanço na modernização do entendimento legal

para se abarcar aos novos conceitos ofertados pela virtualização do comércio, que se dá de modo variado, seja por meio de site, página em rede social ou, como se investiga nessa oportunidade, no Metaverso.

Analisando-se no cenário atual, por enquanto, precebe-se que factualmente o ponto empresarial virtual é algo mais corriqueiro, conforme exemplificado alhures, no entanto, o mesmo não pode se dizer sobre o estabelecimento empresarial propriamente dito. É que, embora o ponto seja um dos elementos constitutivos de um estabelecimento, este decorre ainda em mercadorias, estoque e bens gerais que viabilizam o funcionamento da atividade, e desse modo, ainda é incomum se deparar com situações em que todas essas coisas sejam virtuais, embora existam. Tal é o caso da comercialização de “infoprodutos”.

“Os infoprodutos, ou produtos digitais, são produtos didáticos e que transmitem algum conhecimento, no formato digital, que são comercializados online.

Esse tipo de produto geralmente está ensinando alguma pessoa a fazer alguma coisa, resolver algum problema, ou para ajudar a executar alguma tarefa importante.

Por mais que os infoprodutos tiveram seu crescimento com os conteúdos educativos, ainda mais com a popularização do ensino online e com a crescente revolução digital, existem muitos deles que têm como objetivo o entretenimento.

[...]

Hoje, esse é um modelo de conteúdo e produto muito disseminado na internet devido a diversos fatores, como a facilidade na compra e no consumo e a oportunidade de adquirir conteúdos de qualidade com preços mais acessíveis.” (ESCOLA DE E-COMMERCE, 2022)

Com base nessa hipótese, tem-se um produto virtual sem ser necessária a administração de estocagem, onde o meio em que se dá a comercialização deste também é virtual. Ainda que seja exceção, tem se tornado cada vez mais comum o uso dessa modalidade virtual para se empreender como empresa, conforme se vê corriqueiramente por meio das redes sociais, onde se depara com um volume cada vez mais intenso de relações desse gênero. Outras possíveis menções podem abranger a venda de conteúdos como mentorias, cursos ou até mesmo os E-books.

Vê-se, deste molde, que tais modalidades não são plenamente enquadradas nos ditames legais, embora possuam o condão de embasar o funcionamento de um estabelecimento empresarial. Ainda que a determinação legal seja genérica em apontar os requisitos para que se reconheça um estabelecimento, de modo a servir de molde para caber em qualquer hipótese, percebe-se que esta generalidade causa lacunas ante a superveniência das possibilidades ofertadas pelo Metaverso como ambiente comercial.

Assim sendo, notável é a insegurança jurídica incidente nas partes de uma relação de empresa, posto que, se suas atividades forem exercidas no ambiente virtual, com produto virtualizado, não há norma legal específica a ser aplicada sobre eventuais intercorrências, senão por distante analogia, tais como casos de liquidação patrimonial, aviamento e critérios para penhora.

3.2 Estabelecimento Digital e Conceituação.

Há, para alguns autores que representam parcela minguada da doutrina, um conceito novo relacionado como estabelecimento virtual ou digital, onde se supera os moldes descritos pelo Código Civil a respeito do tema, concedendo-lhe uma perspectiva mais atual às inovações tecnológicas. Ainda assim, a referida

conceituação não é dotada de unanimidade entre os doutrinadores e juristas, seja pela incipiência do assunto, ou seja pela falta de caso concreto sujeito à aplicação de nova interpretação.

Neste teor, torna-se válido invocar as palavras de Tomazette:

“Há dois tipos de estabelecimento digital: um originário e um derivado. O estabelecimento originário pode ser definido como aquele cuja “criação, desenvolvimento e implementação estão desvinculados de atividade comercial formal e organizada que o preceda”. Já o derivado decorre de uma atividade empresarial preexistente que passa a usar os meios eletrônicos para o exercício de sua atividade.” (TOMAZETTE, 2009, p. 93).

Neste particular, depara-se com duas hipóteses descritivas de uma atividade empresarial, sendo que, destas evidenciadas, a primeira encontra uma hipótese peculiar. Conforme elucidado, o estabelecimento originário, no meio digital, não possui vínculos ou ligações que o tornem dependente do meio material. Em outras palavras, o estabelecimento foi criado virtualmente, com desenvolvimento de atividades e circulação de bens virtuais de forma plena. Tal definição, neste atual momento, ainda é peculiar, posto que a implementação de tecnologias que viabilizem a manutenção dessa atividade não é integralmente acessível, seja por força de conectividade ou recursos.

Entretanto, e sendo mais comum, o estabelecimento digital derivado é o exemplo mais tangível para discussão. Este, como já definido, materializa-se em uma empresa em plena e regular atividade na realidade material, com um complexo organizado de bens materiais e imateriais que viabilizem o exercício comercial, mas que, valendo-se do meio digital, passou a promover suas atividades.

A título de exemplo, cabe evidenciar atividades como: exposições, reuniões, eventos e promoções. E, para tanto, é notório o uso do Metaverso como meio em que, estes estabelecimentos pudessem ser livremente elaborados, assim como se projeta uma sala ou loja, tornou-se possível criar seu próprio ambiente, conforme desejar.

Assim fez a Nike:

A empresa norte-americana Nike, considerada a marca de roupas mais valiosa do mundo, anunciou na segunda-feira (13) a compra da RTFKT, uma empresa formada por três amigos no início da pandemia da covid-19 “para criar tênis e artefatos digitais únicos”. Para a maior patrocinadora de nomes do esporte, no entanto, trata-se da aquisição de uma marca líder com o objetivo de “fornecer colecionáveis de próxima geração que mesclam cultura e jogos”. (TECHMUNDO, 2021).

Seguindo o exemplo da marca de vestuário supramencionada, as demais empresas aderiram aos moldes do estabelecimento empresarial derivado através do Metaverso:

“2 – Ralph Lauren

A Ralph Lauren apostou na criação da Winter Scape, uma área de experiências que possui patinação no gelo e compras de roupas da coleção de 1990 da marca, tudo isso também dentro do jogo Roblox. Outro sucesso em universos virtuais foi dentro do Zepeto, onde teve mais de 1 milhão de visitantes dentro de seu espaço imersivo.

3 – Itaú

O Banco Itaú criou uma ação chamada #2022EmUmaPalavra e a transportou para o multiverso, visando chamar a atenção do público gamer para a campanha da empresa. A ideia inicial foi colocar a campanha nos

outdoors da Cidade Alta, servidor de RolePlay da Outplay, assim como nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro.

4 – Vans

A marca de vestuário e skate Vans ingressou no Roblox criando o “Vans World”, onde é possível realizar compras e criar diversos estilos de customização de tênis dentro do jogo, fortalecendo a criação no mundo digital entre moda e esportes virtuais.

5 – Fortnite

Criado pela empresa Epic Games, o Fortnite ganhou bastante notoriedade em um grande evento in-game no ano de 2020. Com o recebimento de um aporte no valor de US\$1 bilhão, a plataforma desenvolveu a criação do seu universo no metaverso. Com esse potencial em alta, fechou parcerias com várias marcas, dentre elas Balenciaga, Gucci e Burberry.

6 – Gucci

Com a grande busca pelas NFTs, token não fungível, o universo da moda está cada vez mais participante em ambientes digitais. A Gucci vendeu a versão digital da bolsa Dionysus na plataforma do jogo Roblox no valor de US\$4.115, preço maior do que a versão física do produto.” (FORBES, 2022).

Mesmo as atividades medicinais já estão ganhando espaço, por derivação, no ambiente em comento:

“O grupo Dasa, uma das principais marcas de saúde integrada, é um exemplo de como o ambiente digital imersivo pode ser utilizado na resolução de problemas físicos. Recentemente, uma equipe de médicos conduziu uma cirurgia para separar gêmeos craniópagos - bebês que nasceram unidos pelo crânio - usando o metaverso para planejar o procedimento.

Esse tipo de operação já existe há alguns anos, mas é considerada de alta gravidade. Para reduzir os riscos, os profissionais decidiram reproduzir o crânio conjunto no universo digital e, assim, discutir a intervenção com um time multidisciplinar com integrantes espalhados pelo Brasil e por outros países.

O ginecologista e obstetra Heron Werner acompanhou a gravidez da mãe dos gêmeos e lembra que só foi possível concluir a separação quando as crianças completaram 4 anos de idade.

[...]

Antes da última fase, onde ocorre a separação em si, os médicos brasileiros se juntaram a especialistas da Inglaterra - que já tinham mais experiência nesse tipo de cirurgia - dentro de uma plataforma artificial para discutir o caso clínico e definir o melhor caminho para o procedimento.

Eles fizeram, então, o planejamento da cirurgia final no metaverso. Apenas um membro do grupo britânico veio ao Brasil para participar presencialmente da operação.” (ÉPOCA NEGÓCIOS, 2022).

Derivado ou originário, percebe-se que a doutrina acerta quanto a sua previsão, uma vez que observam-se exemplos práticos do que é mencionado, restando cada vez mais comuns conforme se dá o avanço da tecnologia. Muito embora haja o crescimento da influência do mercado digital, bem como do uso da população dos meios eletrônicos, a legislação vigente não consegue, de modo específico e taxativo, regulamentar todos os meios virtuais que viabilizam a atuação empresarial.

Como observado, existem meios de comércio eletrônico que já possuem conhecimento amplo e domínio de parcela majoritária daqueles que usam dos meios da Internet. Neste sentido foram atualizados diversos dispositivos legais afim de contemplar essas hipóteses, ainda assim, nada se tem a respeito da realidade virtual abrangida pelo Metaverso em si, ou mecanismos de realidade virtual.

Cabe, para tanto, com o ânimo de se evadir de certa omissão legal e a melhor segurança jurídica, a aplicação das diretrizes mencionadas em analogia ao instituto investigado, até que se tenha, pormenorizada e especificadamente a conceituação de estabelecimento empresarial digital, seja em sua forma originária, ou não, conforme já descrevem alguns doutrinadores conforme já visto, bem como seus institutos incidentes derivativos.

4. CONCLUSÃO

Entende-se, portanto, que há uma certa lacuna deixada pela legislação ora vigente, visto que as modernizações aplicáveis à realidade empresarial, especificamente sobre o local onde as atividades são exercidas ou viabilizadas, são mormente recentes. Ainda assim, o legislador, a exemplo da Lei nº 14.382, de 27 de junho de 2022 (BRASIL, 2022), começou a se adaptar ao contexto superveniente, de modo a impetrar sua atenção quanto as relações comerciais digitais, garantindo que o ponto comercial possa ser consolidado de forma virtual.

O que se obstava, até então, era a viabilidade de um estabelecimento empresarial, com seu conjunto de bens materiais e imateriais, ser instaurado totalmente na seiva digital. Entretanto, dado o avanço considerável das tecnologias digitais, que possibilitou o exercício de relações sociais por meio de uma realidade “paralela”, através do Metaverso, entende-se possível a criação de um estabelecimento empresarial plenamente digital, onde as mercadorias ofertadas e as transações sejam todas virtuais, dependendo materialmente apenas de um aparelho em que se possa acessar ao ambiente eletrônico, e tal é o exemplo de empresas como a RTFKT, dentre outras que exploram os mecanismos de infoprodutos ou outras alternativas de *e-commerce*.

Deste modo, ante a ausência de previsão própria acerca do estabelecimento empresarial digital, cabe à legislação se amoldar as atualizações tecnológicas afetas ao Direito Empresarial, de modo prever e regulamentar, de forma eficiente, a atividade e os institutos concernentes ao estabelecimento. Para tanto, deve-se considerar a posição doutrinária que já se observa em autores conceituados como Marlon Tomazette e Fábio Ulhoa Coelho, que direcionam e sugerem caminhos para o amparo dessa nova sistemática virtual, onde, ainda em maior parte, se dão por meio de sites eletrônicos e redes sociais diversas, mas que, conforme elucidado, também é possível através do Metaverso.

REFERÊNCIAS

BARBORSA, Andressa. **Forbes Tech**, 2022. Conheça 10 marcas que já atuam no metaverso. Disponível em: < <https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/01/exemplos-do-metaverso-marcas-que-atuam-com-propriedade/>>. Acesso em: 22 de set. 2022.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988. Brasília, **DF: Presidência da República**, 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 26 abr. 2022.

BRASIL. Código Civil. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. **Planalto**, 2002. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/110406.htm>. Acesso em: 26 abr. 2022.

BRASIL. Lei nº 14.382, de 27 de junho de 2022. **Planalto**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2022/Lei/L14382.htm>. Acesso em: 01 de jul. 2022.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial**, volume I: direito de empresa / Fábio Ulhoa Coelho. – 18 ed. – São Paulo: Saraiva, 2014.

CULKIN, John M., S. J. A schoolman's guide to Marshall McLuhan. **The Saturday Review**, Estados Unidos da América, p. 51-53 e 70-72, mar. 1967.

FACEBOOK. **Site do Facebook**, 2022. Quem somos. Disponível em: <<https://enium.com.br/>>. Acesso em: 26 de abr. de 2022.

GUIMARÃES, Vinicius. **Escola de E-commerce**, 2022. Infoproduto: o que é, tipos e como criar e vender o seu na prática. Disponível em: <<https://www.escoladeecommerce.com/artigos/infoproduto/>>. Acesso em: 21 de set. 2022

LONGO, Laelya. **Valor Investe**, 2022. O metaverso já está entre nós: terá o mesmo futuro do seu precursor Second Life? Disponível em: <<https://valorinveste.globo.com/mercados/cripto/noticia/2022/05/10/o-metaverso-ja-esta-entre-nos-tera-o-mesmo-futuro-do-seu-precursor-second-life.ghtml>>. Acesso em: 22 de set. 2022.

LU DO MAGALU. **Canal Tech**, 2022. Do que preciso para acessar o Metaverso? Disponível em: <<https://canaltech.com.br/inovacao/do-que-preciso-para-acessar-o-metaverso/>>. Acesso em: 26 abr. 2022.

MALAR, João Pedro. **CNN Brasil**, 2021. Entenda o que é o metaverso e por que ele pode não estar tão distante de você. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/entenda-o-que-e-o-metaverso-e-por-que-ele-pode-nao-estar-tao-distante-de-voce/>>. Acesso em: 01 de jul. 2022.

MAMEDE, Gladston. **Direito empresarial brasileiro**: empresa e atuação empresarial, volume I / Gladston Mamede – 5. ed. – São Paulo: Atlas, 2011.

MARIN, Jorge. **Techmundo**, 2021. Na corrida ao metaverso, Nike compra fabricante de tênis virtuais. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/internet/230548-corrída-metaverso-nike-compra-fabricante-tenis-virtuais.htm>>. Acesso em: 01 de jul. 2022.

NALIN, Carolina. **O Novo Normal**, 2022. Metaverso atrai empreendedores brasileiros, que já fazem dinheiro com a nova fronteira da internet. Disponível em: <<https://onovonormal.blog/2022/05/30/metaverso-atrai-empreendedores-brasileiros-que-ja-fazem-dinheiro-com-a-nova-fronteira-da-internet/>>. Acesso em: 22 de set. 2022.

PEREIRA, Itamar de Carvalho. Metaverso: interação e comunicação em mundos virtuais. 2009. 109 f. **Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Universidade de Brasília**, Brasília, 2009. Disponível em: <<https://repositorio.unb.br/handle/10482/4863>>. Acesso em: 27 de abr. 2022.

SANTANA, Wesley. **Época Negócios**, 2022. Dasa usa metaverso para planejar cirurgias e melhorar eficiência médica. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2022/08/dasa-usa-metaverso->

para-planejar-cirurgias-e-melhorar-eficiencia-medica.html>. Acesso em: 22 de set. 2022.

SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial**. Tradução de Daniel Moreira Miranda. São Paulo: Edipro, 2016.

TOMAZETTE, Marlon. **Curso de direito empresarial**: teoria geral e direito societário, volume 1 / Marlon Tomazette. – 2. Ed. – São Paulo: Atlas, 2009.

VÁZQUEZ, Alejandro. **Nuvmshop Blog**, 2022. O que é e-commerce, como funciona e quais as vantagens? Disponível em: <<https://www.nuvmshop.com.br/blog/o-que-e-e-commerce/>>. Acesso em: 01 de jul. 2022.

