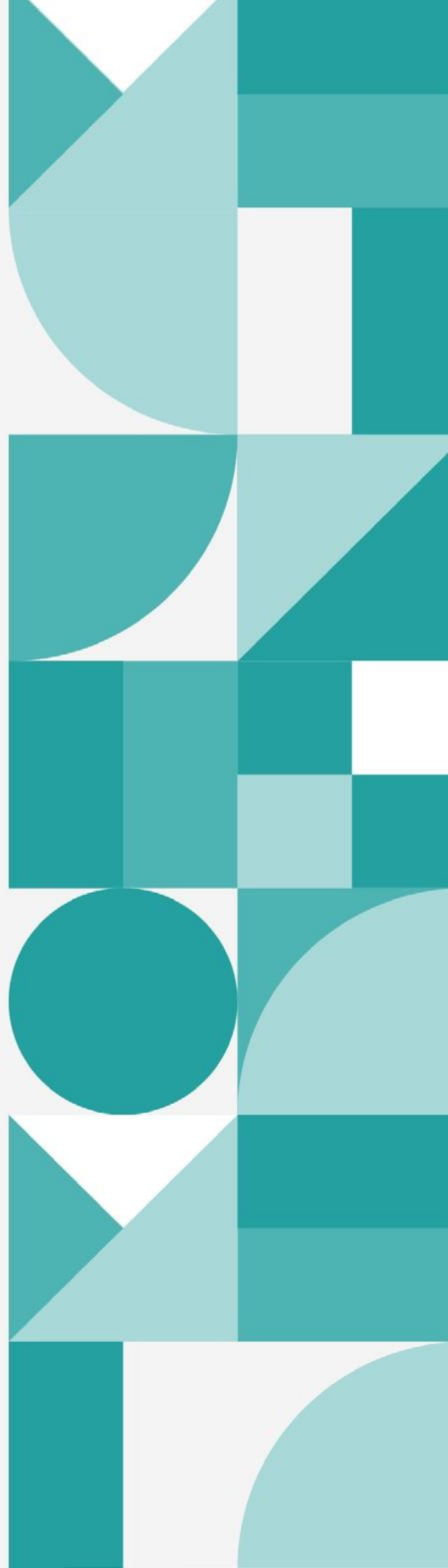


PROPRIEDADE NO ASSUNTO

1ª edição | 19 de agosto de 2020

Di Blasi, Parente & Associados



Introdução

“Valeu a pena? Tudo vale a pena
Se a alma não é pequena.
Quem quer passar além do Bojador
Tem que passar além da dor.
Deus ao mar o perigo e o abismo deu,
Mas nele é que espelhou o céu”

(Fernando Pessoa – trecho de Mar Salgado)

A Revista Extraordinária, lançada no início da pandemia pelo escritório Di Blasi, Parente, contou com 6 edições. Elas foram possíveis graças ao empenho de nossos profissionais que, durante a adaptação das rotinas ao home office, se disponibilizaram para escrever artigos inovadores sobre o impacto da pandemia nas nossas vidas e no Direito. Foram 35 artigos escritos por 28 profissionais, com a presença de dois convidados especiais.

Durante este período, aprendemos a usar a Nossa Bossa para lidar com o inesperado, mesmo remando em mares turbulentos em plena tempestade do coronavírus. A Nossa Bossa é um jeito de ser, de lidar com a vida e com os desafios que nos colocam à prova. Ela exige flexibilidade, criatividade e persistência.

Sabemos que depois da tempestade, vem a bonança. Talvez ela ainda não tenha chegado, mas já estamos mais preparados do que antes. Por isso, esta nossa revista é, a partir de agora, periódica. Seu nome tem tudo a ver com a gente: Propriedade no Assunto. Só quem tem muita Bossa pode ter Propriedade no Assunto. Boa leitura!

Marília Kairuz Baracat e Cristiane Vianna

Coordenadoras da Revista Propriedade no Assunto

**Di Blasi,
Parente &
Associados**

 **Instituto
Di Blasi,
Parente**



03

Entrevista com os sócios do
Di Blasi, Parente & Associados

05

Apontamentos sobre o projeto
de lei das fakenews: a busca por
consensos em uma democracia

11

Caso WHATSAPP versus YACOWS

15

Jurimetria: uma nova forma de
inteligência aplicada ao Direito

18

Criação e criador:
Os rumos da inteligência artificial

24

DBPA Convida:
Todos Nós Somos Negociadores

Entrevista com os sócios do Di Blasi, Parente & Associados



Cada nova edição contará com entrevistas de convidados, com o objetivo de conhecer melhor os pensamentos e motivações de grandes especialistas e profissionais de referência da área jurídica.

Para estrear a seção, convidamos Gabriel Di Blasi e Paulo Parente Marques Mendes, sócios-fundadores do Di Blasi, Parente & Associados.

Qual novo hábito você adotou nos últimos meses?

Gabriel Di Blasi: Aprimorei a leitura, intensifiquei a atividade física e melhorei a minha rotina, mas, o principal, me aproximei mais das minhas filhas, esposa e da minha mãe.

Paulo Parente Marques Mendes: Passei a meditar mais, assim como também passei a me concentrar, focar e buscar uma melhor forma de respirar. Outro hábito que voltei a ter é o da leitura, da caminhada e dos exercícios físicos

matinais. Também passei a ter aulas de guitarra on-line, todas as quintas-feiras.

Qual é o aprendizado que você espera que se perpetue no “novo normal”?

Gabriel Di Blasi: Que as pessoas possam ter consciência da responsabilidade social que cada uma terá quando envolver o comportamento humano.

Paulo Parente Marques Mendes: Acredito que um dos grandes aprendizados de toda a

sociedade nessa pandemia, foi o de se colocar no lugar do outro, ajudar ao próximo e aqueles mais vulneráveis. Dar ainda mais valor ao tempo que você dispõe com aqueles que você ama.

Quais as dicas que vocês poderiam dar aos nossos leitores a respeito de livro, filme, série ou curso?

Gabriel Di Blasi: Eu assisti a vários filmes na Netflix. Aliás, essa foi também uma mudança de hábito que ocorreu em minha vida. Os três que me chamaram muita atenção foram: “PADMAN”, a história de um empreendedor na Índia; “CATEDRAL DELMARE”, a série que conta a história da construção da catedral de Barcelona; e “A COROA”, história da Rainha Elizabeth da Inglaterra, um seriado sensacional.

Paulo Parente Marques Mendes: Gostei muito do livro “Limite Zero” do Joe Vitale, que trata do sistema havaiano secreto para prosperidade, saúde, paz, e mais ainda; outro livro que gosto muito é “Musashi”, do Eiji Yoshikawa (volumes 1 e 2), que conta a história do mais famoso samurai de todos os tempos; Gostei das séries: Vikings; The Last Kingdom; Fauda e Peak Blindres.

Como você acha que o *bossa way of life* – direcionador estratégico do escritório – ajudou na travessia dessa pandemia?

Gabriel Di Blasi: Esse direcionador ajudou como um motivador, relaxando o ambiente de pandemia através dos eventos realizados pelo escritório.

Ainda, passou uma mensagem de descontração e acolhimento em momentos mais difíceis.

Paulo Parente Marques Mendes: Na forma como tratamos os diversos desafios e obstáculos gerados a partir do início do isolamento social.

Qual a mensagem que você deixaria aos advogados(as) no mês de comemoração da advocacia?

Gabriel Di Blasi: O advogado é um militante que busca incansavelmente o direito, o qual ele se propõe a defender dentro dos limites da ética. Assim, eu proponho nesse mês uma reflexão sobre a atividade do advogado como guardião do bom direito.

Paulo Parente Marques Mendes: O exercício da advocacia, dentro dos padrões e princípios éticos, com amor, estudo, dedicação e perseverança, na defesa dos direitos e interesses das pessoas, bem como da sociedade, é extremamente gratificante e, sem dúvida, comprova que está entre as mais nobres das profissões.

Apontamentos sobre o projeto de lei das fakenews: a busca por consensos em uma democracia



O Senado Federal aprovou o projeto de lei nº 2630/2020 que institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, popularmente denominado “Lei das *Fakenews*”. Não há dúvidas que avanços já foram observados no texto desde quando este começava a ser discutido no Senado Federal. Neste momento, o projeto de lei (PL) se encontra na Câmara de Deputados para apreciação.

Em linhas gerais, o PL não conceitua o que é *fakenews*, centrando seu foco na responsabilidade dos provedores de redes sociais e nos serviços de mensageria privada. Talvez este tenha sido um dos acertos do texto pois, caso contrário, entraria em um debate interminável que vai deste o que seria uma mentira até o que seria pós-verdade, com a dificuldade em se conceituar algo como ilícito ou contrário ao ordenamento jurídico. Em suma, o que se discute basicamente no PL gira em torno do combate as campanhas de desinformação em massa, como responsabilizar

Por:

Marília Kairuz Baracat

Head da área de Privacidade e Proteção de Dados do escritório Di Blasi, Parente & Associados

Paulo Parente Marques Mendes

Sócio do escritório Di Blasi, Parente & Associados

É notório o esforço do Senado Federal em minutar um projeto de lei sobre algo etéreo, do ponto de vista conceitual, e polêmico sob o prisma jurídico-político

aqueles que divulgam conteúdos fraudulentos, o cerceamento da liberdade de expressão e o fantasma da censura!

Desta forma, os provedores de redes sociais e de serviços de mensagem privada precisam centrar sua análise no comportamento das contas para saber se estas são inautênticas ou se estão sendo utilizadas por uma rede artificial de compartilhamento e impulsionamento. Em resumo, é notório o esforço do Senado Federal em minutar um projeto de lei sobre algo etéreo, do ponto de vista conceitual, e polêmico sob o prisma jurídico-político-comercial-técnico.

Em suma, o enfoque é obstaculizar o patrocínio orquestrado da desinformação em massa por intermédio da análise do comportamento de contas inautênticas, contas automatizadas ou por uma rede de distribuição artificial.

Críticas ao projeto de lei

Acredita-se que o PL pode passar na Câmara de Deputados, com diversas alterações. Vários debates interessantes estão sendo organizados por essa casa legislativa, com diferentes entidades e especialistas que defendem pontos diversos, mas necessários para o amadurecimento do texto.

Logo de início, há que se ressaltar uma crítica frequente ao PL ora analisado, a qual focaliza a atenção no § 1º do art. 1º, sob o questionamento da aplicação da referida lei ao fixar e a restringir o número de usuários (dois milhões) para tanto:

“Art. 1º Esta Lei, denominada Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, estabelece normas, diretrizes e mecanismos de transparência para provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada a fim de garantir segurança e ampla liberdade de expressão, comunicação e manifestação do pensamento. § 1º Esta Lei não se aplica aos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada que ofertem serviços ao público brasileiro com menos de 2.000.000 (dois milhões) de usuários registrados, para os quais as disposições desta Lei servirão de parâmetro para aplicação de programa de boas práticas, com vistas à adoção de medidas adequadas e proporcionais no combate ao comportamento

inautêntico e na transparência sobre conteúdos pagos”.

Muitos afirmam que as startups nascem para escalar seus negócios digitais de maneira exponencial. Assim, para o sucesso de uma startup pode ser necessário que se ultrapasse rapidamente a marca de dois milhões de usuários de um novo aplicativo, por exemplo. Todavia, apesar de atingirem esse marco de usuários registrados, devido a onerosidade de se implementar as imposições do PL, dificilmente conseguiriam manter a competitividade do negócio. Questiona-se, ainda, qual seria a origem deste número, se haveria alguma pesquisa indicativa de sua necessidade e etc. Além disso, observa-se que o texto do PL traz que os provedores e serviços de mensageria devem avaliar o comportamento das contas para detectar a artificialidade ou inautenticidade de suas movimentações. Dessa maneira, o número de usuário de 2 milhões lançado no PL carece de sentido lógico.

Além de não haver sentido lógico nesta proposição, esta diferenciação pode acarretar um verdadeiro obstáculo para as startups que ainda estão por escalar seus negócios, seria uma barreira de entrada, na linguagem comumente utilizada. Com efeito, tal barreira pode ser encarada, também, como um empecilho à própria inovação tecnológica. Sob esse aspecto, poder-se-ia até mesmo vislumbrar uma colidência entre as normas que regulam a Livre Concorrência ou atos anticoncorrenciais.

Ainda, devido a interdisciplinaridade do tema, há pontos controvertidos que podem colidir com outras legislações, como se pode observar em relação a própria LGPD – Lei Geral de Proteção de Dados. Como exemplo, cita-se o art. 10 do PL:

“Os serviços de mensageria privada devem guardar os registros dos envios de mensagens veiculadas em encaminhamentos em massa, pelo prazo de 3 (três) meses, resguardada a privacidade do conteúdo das mensagens. § 1º Considera-se encaminhamento em massa o envio de uma mesma mensagem por mais de 5 (cinco) usuários, em intervalo de até 15 (quinze) dias, para grupos de conversas, listas de transmissão ou mecanismos similares de agrupamento de múltiplos destinatários. § 2º Os registros de que trata o caput devem conter a indicação dos usuários que realizaram encaminhamentos em massa da mensagem, com data e horário do encaminhamento e o quantitativo total de usuários que receberam a mensagem”.

Um dos pontos controvertidos é em relação aos riscos à privacidade que estes registros podem causar. Quem acessará tais registros? Há segurança jurídica e técnica para tal fim? Outro ponto é em relação à guarda dos registros de envios das mensagens veiculadas em encaminhamentos em massa, pelo prazo de três meses. Como separar o joio do trigo sem permitir uma vigilância em massa da sociedade e sem ferir a privacidade das pessoas?

São perguntas que muitos especialistas têm feito e que até o momento não se possui a indispensável segurança para a defesa intransigente destes pontos levantados. Ademais, não se pode afirmar que com estes procedimentos que tentam evitar ou mitigar os danos causados pela desordem informacional, conseguiremos combater a doença da “pandemia da desinformação”¹. O resultado pode ser em vão em termos de eficácia da lei, pois a tecnologia avança a passos largos, sendo possível que se burle este tipo de regramento, ainda que tenhamos uma lei válida e vigente, porém, no caso, ineficaz.

Encerrando este tópico de críticas, há um risco de se transferir para as empresas privadas (Facebook, WhatsApp, Telegram, por exemplo) o poder de moderação que é, em última análise, função estatal. O procedimento de moderação previsto no projeto assemelha-se a uma espécie processo administrativo com um tribunal que decide sobre o comportamento das contas nas redes sociais e nos serviços de mensagens privadas.

Pontos positivos

Apesar das críticas apontadas, os procedimentos de moderação encontrados a partir do art. 12 do PL demonstram a tentativa do legislador

brasileiro em pensar “fora da caixa”, propondo novas soluções para problemas mais do que complexos.

Assim, o texto propõe um tipo de procedimento administrativo, ao mesmo tempo dando poderes de moderação às plataformas e exigindo a aplicação de sanções para os casos previstos no próprio PL. É certo que os danos potencialmente gerados pela desinformação em massa são imensos. Neste sentido, uma decisão judicial tardia seria ineficaz, podendo ser vista como um incentivo à proliferação de *fakenews*. Dessa forma, justifica-se a existência deste procedimento de moderação, responsabilizando-se os provedores pelo o que acontece em suas redes.

Em regra, antes da tomada de decisão dos provedores de aplicação os usuários devem ser notificados. Há exceções previstas no parágrafo segundo do art. 12, para os casos de dano de difícil reparação, para a segurança da informação ou do usuário, para violação a direitos de crianças e adolescentes e etc. Há, ainda, uma gradação e proporcionalidade vistas nas medidas que os provedores podem aplicar, garantindo-se o direito do usuário de recorrer da indisponibilização de conteúdos e contas (parágrafo terceiro do art. 12).

¹ExprEssão cunhada por Jéssica hayashi E MaríLia Baracat EM Artigo puBLicado no Estadão, BLog do Fausto MacEdo. Artigo disponível EM:<https://poLitica.EstadAo.coM.Br/BLogs/Fausto-MacEdo/A-inFodEMia-da-dEsinForMacAo/>. AcEso EM 04/08/2020.

A busca pela transparência

De acordo com o art. 13, os provedores de redes sociais devem produzir relatórios trimestrais de transparência e disponibilizá-los em seus sites. Os incisos do art. 13 estabelecem uma série de obrigações dos provedores com a finalidade de se garantir o acesso à informação dos usuários em relação aos processos de moderação, às medidas tomadas pelos provedores em casos de remoções, metodologia empregada na detecção de irregularidade e assim por diante.

Verifica-se uma tentativa do legislador em contrabalancear o poder dado aos provedores, com a previsão de obrigações para proteger a sociedade civil, a cidadania e a própria democracia.

Um exemplo claro desta busca pela transparência está no art. 14:

“Os provedores de redes sociais devem identificar todos os conteúdos impulsionados e publicitários, de modo que: I – identifique a conta responsável pelo impulsionamento ou anunciante; e II – permita ao usuário acessar informações de contato da conta responsável pelo impulsionamento ou o anunciante”.

A sociedade brasileira deve ter acesso às essas informações, como medida de aperfeiçoamento do nosso comportamento nas redes sociais. Em relação à propaganda eleitoral, também existe dispositivo prevendo algumas obrigações para os provedores de redes sociais. Art. 15:

“Os provedores de redes sociais que fornecerem impulsionamento de propaganda eleitoral ou de conteúdos que mencionem candidato, coligação ou partido devem disponibilizar ao público todo o conjunto de anúncios para efeito de checagem pela Justiça Eleitoral e outros fins, incluindo: I – valor total gasto pelo candidato, partido ou coligação para realização de propaganda na internet por meio de impulsionamento de conteúdo no respectivo provedor de aplicação; II – identificação do anunciante, por meio do número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) ou no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do responsável pela contratação do impulsionamento; III – tempo de veiculação; IV – identificação de que o conteúdo se relaciona a propaganda eleitoral, nos termos do art. 57-C da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições); e V – características gerais da audiência contratada”

Verifica-se uma tentativa do legislador em contrabalancear o poder dado aos provedores, com a previsão de obrigações para proteger a sociedade civil, a cidadania e a própria democracia

Tais medidas são para reduzir os danos que podem ser causados aos processos eleitorais, desequilibrando-se eleições que devem ser pautadas pela liberdade e garantia de condições isonômicas a candidatos e coligações.

Conclusões possíveis

Sem ter a pretensão de esgotar todos os aspectos que envolvem o projeto de lei nº 2630/2020, pode-se concluir este artigo afirmando que o parlamento e a sociedade brasileira devem discutir o tema e a regulação das *fakenews*, como medida que busque a valorização de um ambiente digital que seja mais saudável e menos polarizado sob vários aspectos e pontos de vista.

A nossa recente história democrática nos ensina que para avançarmos é necessário a existência de consenso mínimo. A prática polarizada nas redes sociais atrapalha o debate, a discussão das ideias com vistas a se obter este consenso, sendo que as *fakenews* ou a desinformação podem ser visualizadas como uma prática que prejudica a busca por consensos.

Não se sabe o desfecho do projeto de lei. No entanto, almeja-se que ele cumpra o seu papel regulando a desinformação de forma coerente para, assim, proteger a nossa sociedade e a nossa democracia, com respeito aos limites constitucionais e direitos fundamentais, tais como: o direito a personalidade e a liberdade de expressão.

Para ganhar em *enforcement* no plano jurídico, a sociedade civil merece uma legislação específica que busque a harmonia e democracia nas redes sociais. Em síntese, não se tem democracia digital sem ambiente regulado eficazmente, após intenso debate público sobre o tema.

A situação fática e jurídica da falta de regulação do tema ora debatido pode ser entendida como um vazio jurídico nas redes sociais, em que pese a existência do Marco Civil da Internet e outras legislações infraconstitucionais correlatas. Este vazio digital pode aprofundar a desordem informacional que hoje é capaz de destruir reputações de pessoas, empresas e governos em dois cliques. Esta realidade não pode perdurar. O Direito não pode se negar a regular os fatos do cotidiano e nem se distanciar de sua busca por Justiça.

Caso WHATSAPP versus YACOWS



Por:

Renata Hohl

Head da área de Legal do
escritório Di Blasi, Parente &
Associados

Jéssica Yukari Hayashi Silva

Advogada do escritório Di
Blasi, Parente & Associados

Anna Carolina Peixoto

Advogada do escritório Di
Blasi, Parente & Associados

No mês de abril deste ano, a sociedade norte-americana WhatsApp Inc. ingressou em juízo¹ contra as empresas YACOWS, KIPLIX, DEEP MARKETING e MAUT², sob a alegação de prática de condutas proibidas pelos Termos de Serviço da plataforma, além de violação de leis de propriedade intelectual (Lei nº 9.279/1996, Lei nº 9.610/1998 e Lei nº 9.609/1998) e legislação eleitoral, alegando que elas estariam oferecendo, de forma desautorizada, serviços de disparo de mensagens em massa por meio da ferramenta Whatsapp.

Cumpre esclarecer que, apesar de o WhatsApp prestar serviço de envio de mensagens privadas entre indivíduos ou pequenos grupos, a regulamentação³ do TSE (Tribunal Superior Eleitoral) proíbe, expressamente, o uso da ferramenta para o envio de mensagens em massa. Vale observar que apesar de a prática de serviços de disparos em massa não ser, per se, ilegal no Brasil, o TSE vetou o uso deste recurso durante as campanhas eleitorais.

¹ Ação de Obrigação de Não Fazer c/ Pedido de Tutela Antecipada c/c pedido de Indenização por Danos Morais nº 1028987-25.2020.8.26.0100.

² As Rés fazem parte do mesmo grupo de empresas e utilizam a plataforma desenvolvida pela YACOWS, denominada de "Bulk Services". Por esse motivo, como referência a essa família de empresas, será utilizada apenas a menção à empresa YACOWS.

³ "Você não usará (ou ajudará outras pessoas a usar) nossos Serviços: (...) (e) para enviar comunicações ilícitas ou não permitidas, mensagens em massa, mensagens automáticas, ligações automáticas e afins; ou (f) de forma a envolver o uso não pessoal dos nossos Serviços, a menos que esteja autorizado por nós". Disponível em https://www.whatsapp.com/legal/?lang=pt_br#terms-of-service.

a utilização do aplicativo para o envio de mensagens em massa, prática expressamente vedada pelos Termos de Serviço do WhatsApp, viola os direitos do seu titular

O caso chamou a atenção do WhatsApp, quando, em outubro de 2018, as empresas YACOWS, KIPLIX e DEEP MARKETING foram alvo de uma série de reportagens em jornais que noticiaram o envio de mensagens em massa para campanhas eleitorais daquele ano, por meio da referida ferramenta.

Ainda, foi divulgado que esses disparos em massa também usavam bases de dados de terceiros, prática ilegal de acordo com a legislação eleitoral (Resolução n. 23.610 de 2019. Art. 34), tendo em vista a necessidade de anuência do destinatário para o recebimento desse tipo de mensagens⁴, assim como se verificou o uso

indevido de sinais distintivos da plataforma no anúncio desses serviços pela YACOWS.

Ciente das violações de direitos de propriedade intelectual (uso indevido de marca e de software) e de políticas da plataforma, e após o envio de Notificações Extrajudiciais com solicitações que não foram acolhidas, o WhatsApp Inc. identificou que a YACOWS continuava oferecendo, em seu website, serviços de marketing digital vinculando a marca “WhatsApp” à promoção dos seus serviços, assim como utilizava ferramenta que violava a Lei de Software e de Direitos Autorais da empresa, o que o levou a ajuizar a ação em comento.

Nesse sentido, cabe destacar que, tratando-se de programa de computador, o aplicativo WhatsApp está protegido pela Lei de Software. Tal lei garante ao seu titular o direito de impedir terceiros de usar o software para finalidade incompatível com a destinação para a qual ele foi desenvolvido, ou seja, o usuário do aplicativo WhatsApp não poderá utilizar ou modificar a ferramenta para uma finalidade diversa da disposta em seus Termos de Serviço.

Dessa forma, a utilização do aplicativo para o

⁴ Sobre esse tema, foram ajuizadas quatro ações no Tribunal Superior Eleitoral para investigar as referidas empresas (YACOWS, KIPLIX e DEEP MARKETING): Ação de Investigação Judicial Eleitoral nºs, 0601771-28.2018.6.00.0000, 0601779-05.2018.6.00.0000, 0601779-05.2018.6.00.0000 e 0601779-05.2018.6.00.0000

envio de mensagens em massa, prática expressamente vedada pelos Termos de Serviço do WhatsApp, viola os direitos do seu titular, a saber a sociedade WhatsApp Inc., como estabelece o artigo 9º da Lei de Software, combinado com os artigos 7º, inciso XII, e 28º da Lei de Direitos Autorais.

Em relação à reprodução indevida de símbolos distintivos do WhatsApp pela YACOWS com o claro objetivo de promover e ofertar os serviços não autorizados na mencionada ferramenta, o WhatsApp Inc., buscando preservar a reputação e a integridade material de sua marca WhatsApp, requereu que a referida empresa se abstinhasse de a utilizar, de forma indevida, quando do envio de mensagens em massa por meio do aplicativo.

À vista disso e com base nos direitos e garantias da Lei da Propriedade Intelectual, especificamente relacionados à proteção marcária, a saber, artigos 130, 189 e 190, o pedido liminar do WhatsApp foi acolhido, embora sem a definição de multa diária por eventual descumprimento.

A ação ainda se encontra pendente de julgamento, mas vale observar que, apesar de a conduta da YACOWS aparentemente também estar em desacordo com a legislação eleitoral, o pedido liminar foi concedido com base na violação de direitos de propriedade intelectual, uma vez que o juiz entendeu que, por meio das provas

trazidas aos autos, mais especificamente dos registros válidos obtidos no Instituto Nacional da Propriedade Industrial, entre outros documentos, haveria risco de relevante dano material, além de moral, para a empresa, uma vez que o impacto reputacional dessas práticas indevidas geram severos prejuízos para a imagem do WhatsApp e para tudo o que a marca representa e/ou possa vir a representar.

Nesse sentido, constata-se que proteger os ativos de propriedade intelectual constitui eficiente e efetivo instrumento de garantia de direitos para uma empresa que se sentir ameaçada por atos ilegais de terceiros, principalmente em casos que levantam discussões ainda muito incipientes.

Ainda, em razão do poder e do alcance dessas plataformas de comunicação digital (WhatsApp, Facebook, Telegram, Instagram, TikTok, Youtube, etc.), elas são alvo, cada vez mais recorrente, de terceiros que desenvolvem ferramentas aptas a atingir finalidades não compatíveis com os propósitos para os quais os programas foram desenvolvidos, violando, inclusive, as limitações técnicas impostas pelo software original, além de causar os mencionados danos materiais e morais à imagem das plataformas digitais e o prejuízo às suas marcas.

Com a proximidade do período eleitoral e as preocupantes práticas de envio de mensagens

em massa aos usuários que, muitas vezes, estão associadas à disseminação de notícias falsas e interferência no processo legislativo, há a preocupação das plataformas em publicar uma nota de repúdio visando a proteger a reputação da sua marca.

Nesse seguimento, nota-se que a propriedade intelectual se revela como um fundamento jurídico eficaz para resguardar e amparar as empresas por meio da proteção conferida aos titulares de tais direitos, como bem ilustra o caso WhatsApp vs. YACOWS.

Jurimetria: uma nova forma de inteligência aplicada ao Direito



Antes de qualquer análise e/ou ponderação hermenêutica jurídica, é preciso levar em conta que o Direito precisa ser o reflexo da sociedade no tempo e espelho da realidade histórica. Temos visto diversas formas de o Direito se debruçar sobre as novas tecnologias e a intensa influência que a sociedade contemporânea, e cada vez mais conectada, exerce nos operadores do Direito que se dedicam ao estudo em rápido avanço das Ciências Jurídicas.

Com essa nova, e agora intrínseca, relação entre o Direito e as ferramentas de tecnologia – especialmente as que se utilizam de inteligência artificial - vemos a crescente utilização do conceito de jurimetria. Mas o que viria a ser esse termo?

Ajurimetria, como a etimologia “jus” e “metria” sugere, nada mais é do que a aplicação de estatística ao Direito, para obtenção de métricas claras a respeito de diversos aspectos da aplicação

Por:

Anna Carolina Peixoto

Advogada do escritório Di Blasi, Parente & Associados

Felipe Oquendo

Advogado do escritório Di Blasi, Parente & Associados

Selma Kuang

Estagiária de direito no escritório Di Blasi, Parente & Associados

social do direito, sobretudo nos Tribunais. E, ao contrário do que parece, é um conceito antigo que, inclusive, conta com registros em livros publicados na França no século XIX, que discutiam a previsibilidade de julgamentos através da análise dos julgados anteriores. A diferença agora é que temos a tecnologia e aplicação de Inteligência Artificial para prover essa análise de verificação dos julgados através da geração de relatórios e criação de gráficos para melhor ilustrar qual estratégia argumentativa será mais proveitosa a depender das tendências dos Tribunais, juízes, Câmaras, Ministros etc.

Para melhor ilustrar o que viria a ser um trabalho de pesquisa envolvendo jurimetria, abaixo trazemos um relatório¹ com gráficos que demonstram as tendências e as probabilidades de sucesso nos tribunais brasileiros envolvendo direitos de patentes através de casos com questões de direito envolvendo concorrência desleal.

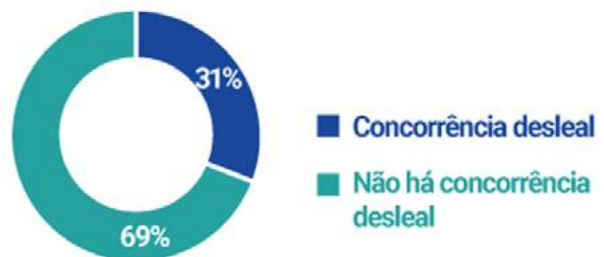
I – Concorrência desleal

a) Sobre essa questão de direito, foram verificados 152 casos existentes nos seguintes tribunais:

- Superior Tribunal de Justiça;
- Justiça Estadual do Espírito Santo;
- Justiça Estadual de Goiás;

- Justiça Estadual do Rio Grande do Sul;
- Justiça Estadual do Rio de Janeiro;
- Justiça Estadual de São Paulo;
- Justiça Estadual do Paraná;
- Justiça Estadual de Minas Gerais;

b) Os casos versam sobre ações de I - Infração de Patente; II - Nulidade de Patente; III - Ação relacionada a algum contrato, e IV - Ação Declaratória de não-infração.



Através da análise das decisões envolvendo a discussão de direitos de patentes e a possível configuração de concorrência desleal, restou verificado (com base nos 152 casos analisados pela I.A) que em 69% (sessenta e nove por cento) dessas discussões nos Tribunais, foi decidido pela inexistência de concorrência desleal, ou seja, a partir dessa estatística, podemos concluir que a tendência dos tribunais é pelo não reconhecimento de concorrência desleal em ações

¹ VALE RESSALTAR QUE PARA A ELABORAÇÃO DO RELATÓRIO, SERVIMOS-NOS DE DETERMINADA PLATAFORMA QUE UTILIZA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PARA COLETAR OS DADOS ATRAVÉS DOS INPUTS INSERIDOS NOS CAMPOS DE PESQUISA.

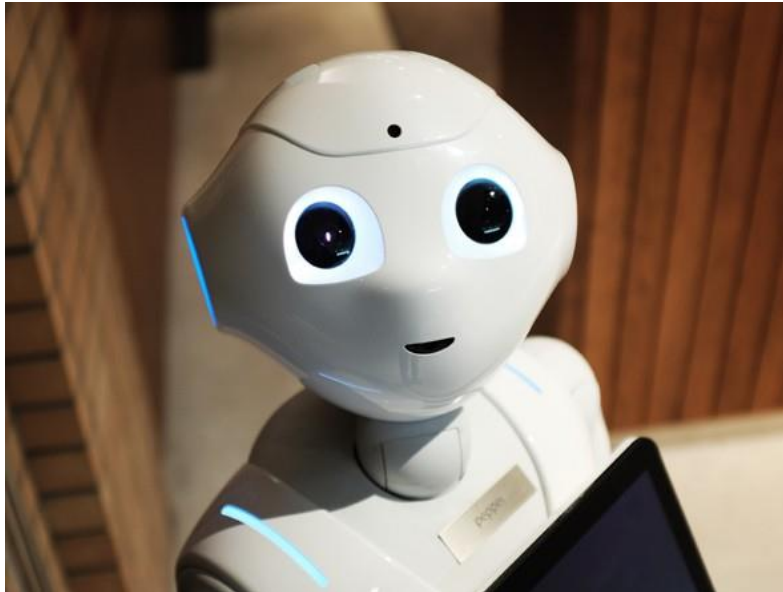
envolvendo direitos de patentes.

Para ir mais a fundo no estudo, é possível analisar caso a caso os argumentos utilizados pelas partes e quais foram acolhidos e determinantes para a convicção dos Juízes, Desembargadores, Ministros etc, a depender das informações que se deseja utilizar, a depender da linha de argumentação a ser utilizada pelos advogados. Ainda, um recorte adicional poderia ser feito quanto ao escopo para excluir ações de nulidade de patentes, onde acusações de concorrência desleal não são comuns.

Ajurimetria mostra-se uma ferramenta extremamente importante e com grande potencial para ajudar na elaboração da estratégia de casos judiciais, ou na previsão de sucesso de um caso já em curso, a depender de como tal magistrado ou colegiado costuma decidir sobre determinados assuntos.

Através da estatística, a prática jurídica tem uma ferramenta para, se não prever o futuro, ao pelo menos minimizar riscos e surpresas na hora da adoção de importantes decisões e definição ou revisão de estratégias.

Criação e criador: Os rumos da inteligência artificial



Entende-se por inteligência artificial (IA) a capacidade de tomada de decisões realizada por sistemas de forma independente, precisa e apoiada em dados digitais.

Em 31 de agosto de 1955, John McCarthy, conhecido como o pai da IA, Nathaniel Rochester e Claude Shannon submetiam a primeira proposta de projeto conhecido sobre o campo do conhecimento da IA, que partia da seguinte premissa: “todos os aspectos da aprendizagem ou qualquer outra característica da inteligência humana podem, em princípio, ser descritos com tanta precisão que uma máquina pode ser feita para simulá-la”¹.

Dadas as restrições da época, tais como o custo e a capacidade limitada do hardware, o estudo e desenvolvimento de tecnologias capazes de implementar a inteligência artificial ficavam limitadas a uma minoria, ou seja, aos centros de pesquisa de referência.

Por:

Marcelo Oliveira

Head da área de patentes do escritório Di Blasi, Parente & Associados

Paula Costa

Especialista de patentes no escritório Di Blasi, Parente & Associados

Rodrigo Azevedo

Especialista de patentes no escritório Di Blasi, Parente & Associados

¹DISPONÍVEL EM [HTTPS://WWW.AAAI.ORG/OJS/INDEX.PHP/AIMAGAZINE/ARTICLE/VIEW/1904](https://www.aaai.org/ojs/index.php/aimagazine/article/view/1904)

Somente no início do século 20, com a evolução da capacidade de processamento dos computadores de conjuntos de dados (*datasets*) cada vez maiores, que a inteligência artificial passou a ser amplamente difundida. Por consequência, houve um *boom* dos pedidos de patente que implementam inteligência artificial.

Segundo dados da OMPI (Organização Mundial de Propriedade Intelectual), dos pedidos relacionados a IA, 40% mencionam aprendizagem de máquina, 46% mencionam redes neurais e 49% mencionam visão computacional, sendo estas suas principais ramificações.

A inteligência artificial já tem um profundo impacto no mundo e vem transformando a maneira como vivemos e trabalhamos. De acordo com Estudo da OMPI sobre as Tendências da Tecnologia em 2019², ela está, cada dia mais, impulsionando desenvolvimentos importantes, desde veículos autônomos a diagnósticos médicos e, à medida que sai do domínio teórico para o mercado global, seu crescimento é alimentado por uma profusão de dados digitalizados e poder de processamento computacional avançado, podendo melhorar a previsão do tempo, impulsionar colheitas, melhorar a detecção de câncer, prever uma epidemia e melhorar produtividade industrial.

O referido estudo destaca ainda que, se por um lado as publicações científicas sobre IA datam de várias décadas atrás, a explosão de publicações científicas sobre IA só começou por volta de 2001, precedendo em aproximadamente 12 anos um recrudescimento de pedidos de patente. Além disso, a relação entre artigos científicos e invenções diminuiu de 8:1 em 2010 para 3:1 em 2016, revelando uma mudança da pesquisa teórica para o uso de tecnologias de IA em produtos e serviços comerciais.

De acordo com o referido estudo da OMPI, a aprendizagem automática ou *Machinelearning* é a técnica de IA dominante nos documentos de patentes e está incluída em mais de um terço de todas as invenções identificadas.

A rapidez do aumento dos patenteamentos relacionados com IA tem sido notável: mais da metade das invenções identificadas foram publicadas a partir de 2013. Os pedidos de patente ao redor do mundo relacionados com aprendizagem automática têm aumentado em média anual de 28%, com 20.195 pedidos de patente depositados em 2016 (em comparação com 9.567 em 2013). Entre as aplicações funcionais de IA, a visão computacional, que inclui o reconhecimento de imagens, é a mais popular, sendo mencionada em 49 por cento de todas as patentes relacionadas a este

²o Estudo da OMPI sobre as Tendências da Tecnologia em 2019: inteligência Artificial disponível em https://www.wipo.int/Edocs/pubdocs/pt/wipo_puB_1055_ExEc_suMMary.pdf

As patentes relacionadas com IA não apenas revelam técnicas e suas aplicações, mas também frequentemente referem-se a um campo de aplicação ou a uma indústria

assunto ao redor do mundo, totalizando 167.038 documentos, e crescendo anualmente em 24% em média (21.011 pedidos de patente depositados em 2016). As patentes relacionadas com IA não apenas revelam técnicas e suas aplicações, mas também frequentemente referem-se a um campo de aplicação ou a uma indústria.

A análise mostra que muitos setores e indústrias estão explorando comercialmente a IA. Vinte campos de aplicação foram identificados e ao menos um foi mencionado em 62% do total dos dados de IA identificados. Incluem, por exemplo, os seguintes setores:

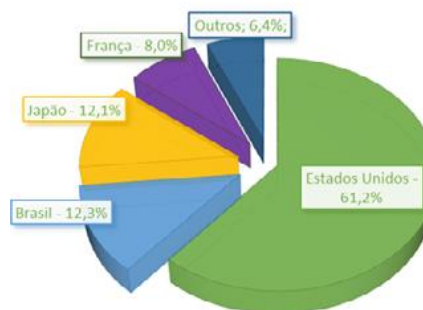
- Telecomunicações (mencionado em 15% de todos os documentos de patentes identificados),
- Transportes (15%), ciências médicas e da vida (12%), bem como equipamentos pessoais, computação e interação humano-computador - HCI (11%),

- Outras áreas que aparecem nos resultados incluem o setor bancário, de entretenimento, de segurança, indústria e manufatura, agricultura e redes (inclusive redes sociais, cidades inteligentes e Internet das coisas).

Dentre as aplicações de IA, podem ser destacados reconhecimento de objetos e/ou pessoas em vídeos, reconhecimento de fala, tradução de máquina, classificação de *datasets* massivos, automação de processos e robótica.

Em âmbito nacional, dos pedidos de patentes na área de IA entre 2002 e 2019 no INPI, 61,2% são provenientes de depositantes norte-americanos, 12,3% de depositantes brasileiros, 12,1% de depositantes japoneses, 8% de depositantes franceses e 6,4% de outras nacionalidades. Nesse sentido, os depositantes mais notórios no Brasil são a Microsoft (285 pedidos), Qualcomm (188 pedidos), Philips (177 pedidos) e Nissan (166 pedidos).

ORIGEM DOS DEPÓSITOS NO BRASIL



Uma análise mais detalhada de origem brasileira revela um aspecto interessante sobre a inteligência artificial no país. A subárea de visão computacional (para reconhecimento de objetos, por exemplo) compreende 81,6% dos pedidos, enquanto os demais 18,4% estão compreendidos em métodos de controle e processamento de fala. O ramo de visão computacional se refere à aplicação de técnicas de aprendizagem de máquina já conhecidas associadas ao processamento e manipulação de sinais de modo a extrair informações de uma imagem. Dessa maneira, a inteligência artificial apresenta um papel meramente acessório no funcionamento de boa parte das invenções no Brasil.

Como exemplo de uma aplicação voltada para o ramo de visão computacional no setor de transportes, pode-se citar o pedido de patente brasileiro BR 1020190007435, publicado em 28 de julho de 2020 e, intitulado: “Sistema e método para fornecimento de assistente digital automatizado em veículos autônomos”. O referido pedido de patente brasileiro tem por objetivo exibir um avatar digital semelhante a um ser humano em veículos autônomos. Tal objetivo é alcançado pelo processamento de um conjunto de dados (características do ambiente ao redor do veículo) a partir de uma pluralidade de sensores/câmeras. Os sinais gerados por estes dispositivos são inseridos em classificadores tradicionais de aprendizagem de máquina em um módulo

de visão computacional e são processados em um conjunto de ações a serem executadas. A partir destes dados, são executados um conjunto de ações de condução autônoma por meio de um sistema atuador, com base nas entradas do módulo de visão computacional e do módulo de personalização, combinadas com o plano/conjunto de ações e informações de status do carro provenientes do sistema de controle, para gerar por meio do módulo gerador de avatar um avatar digital capaz de realizar uma pluralidade de reações/expressões/gestos para comunicar/indicar corretamente as ações atuais e as ações futuras do referido veículo autônomo para pessoas em seus arredores por um visor do veículo autônomo.

Dessa forma, pode-se perceber que a inteligência artificial é, de fato, muito relevante como auxiliar no desenvolvimento de diversas invenções ou na melhoria de técnicas já existentes. Entretanto, o uso da IA não está limitado apenas a um mero coadjuvante do desenvolvimento tecnológico.

Em 6 de novembro de 2019, foi publicado o pedido de patente europeu EP3564144, intitulado “Food Container” por Stephen Thaler, tendo como inventor DABUS, que curiosamente, não se trata de um ser humano, mas sim de uma máquina que incorpora inteligência artificial. Esse pedido foi recusado na Europa pelo fato de a designação do inventor não atender a legislação europeia.

...quem seria o verdadeiro inventor de um pedido de patente concebido especificamente por uma inteligência artificial?

Segundo Stephen: “as redes estão constantemente se combinando e se destacando devido ao caos cuidadosamente controlado introduzido dentro e entre elas. Então, através de ciclos cumulativos de aprendizado e reaprendizado, uma fração dessas redes se interconecta em estruturas que representam conceitos complexos. Por sua vez, essas cadeias de conceito tendem a se conectar com outras cadeias, representando as consequências antecipadas de qualquer conceito. Posteriormente, essas estruturas efêmeras desaparecem, à medida que outras assumem seu lugar, de uma maneira que lembra o que nós humanos consideramos fluxo de consciência”³.

Pautado na premissa da inteligência artificial de

alcançar a manifestação da consciência humana, DABUS tem como objetivo desenvolver interconexões em suas redes neurais, visando gerar algum tipo de invenção. De modo um pouco mais detalhado, o sistema DABUS contém uma primeira rede neural, composta por diversas redes menores, alimentadas e treinadas com conteúdos básicos das diversas áreas do conhecimento, e por meio de uma segunda rede neural, ocorre um mecanismo de autorregulação, que determina uma infinidade de conexões entre esses conteúdos, possíveis caminhos para ideias ou conceitos suficientemente novos frente ao que já existe.

Entretanto, mesmo que DABUS apresente sistemas capazes de identificar novidade nos resultados gerados, não há nenhum tipo de agente discriminador autônomo para determinar o nível de confiabilidade da invenção gerada. O que significa dizer que, em certo ponto, ainda há a necessidade de um julgamento humano quanto à exequibilidade de uma dada invenção.

Além destes pedidos depositados no escritório europeu (EPO), Stephen Thaler fez o depósito de correspondentes nos escritórios de patente dos Estados Unidos (USPTO) e nos escritórios de patente da Inglaterra (UKIPO). O protagonismo de DABUS na concepção da invenção foi alvo de

³ disponível em: http://iMagination-EnginEs.coM/iEi_dABus.php

uma grande polêmica internacional. Afinal, seria uma inteligência artificial capaz de ser considerada como inventor em um pedido de patente?

Segundo o escritório americano e o inglês, “apenas pessoas naturais podem ser nomeadas como inventoras em um pedido de patente”, ou seja, apenas seres humanos podem ser nomeados inventores.

Dessa forma, aceitando-se, em um primeiro instante, a hipótese supracitada como verdadeira, quem seria o verdadeiro inventor de um pedido de patente concebido especificamente por uma inteligência artificial? Tendo em vista que houve atividade inventiva pela máquina, que partiu apenas de conhecimentos básicos, sem que houvesse intervenção humana no processo inventivo, seria correto atribuir os méritos da invenção ao criador da inteligência artificial?

Tal paradigma que estava adormecido até meados de 2019, finalmente veio à tona e, com o advento de tecnologias cada vez mais potentes e independentes de ação humana, certamente mais discussões sobre os direitos sobre um pedido de patente surgirão, trazendo à tona novos questionamentos sobre os direitos a serem atribuídos a “inventores não-naturais”.

Por fim, vale destacar que aspectos como qualidade e custo podem vir a ser grandes incentivos para o uso de inteligência artificial,

visto que em meio a uma demanda crescente de direitos de propriedade intelectual, ferramentas dotadas de inteligência artificial podem permitir que novas invenções possam ser alcançadas com uma qualidade superior e com redução de custos substanciais.

DBPA Convida: Todos Nós Somos Negociadores



“A negociação é o meio básico de conseguir o que se quer de outrem.”

Roger Fisher

A negociação está presente em toda nossa vida. Negociamos desde que nascemos e vamos fazê-lo até morrer. Se parar para pensar, sua carreira como negociador começou muito cedo. Ao nascer você deu seu primeiro choro e naquele instante nasceu um negociador, isso mesmo, quando deu seu primeiro choro você começou a se comunicar com o mundo externo, a interagir com outras pessoas e lutar pela sua sobrevivência. Aos poucos foi percebendo que toda vez que chorava conseguia alguma coisa. Você chorava e conseguia carinho. Chorava e conseguia comida. Chorava e conseguia atenção. Toda vez que chorava conseguia algo do seu interesse e assim começou a negociar com seus pais de uma maneira muito primitiva, arcaica, mas que, de alguma forma, funcionava.

Por:

Glauco Cavalcanti

Glauco Cavalcanti é Sócio Fundador da GC-5 Soluções Corporativas e Professor da FGV. Nomeado quadro de honra pela FGV por ter sido eleito no ranking nacional melhor professor de negociação por cinco anos consecutivos. Autor do livro Empreendedorismo Decolando para o Futuro.

PhD pela Florida University, Mestre em gestão empresarial pela FGV, MBA em Marketing pela FGV e Bacharel em Administração pela PUC-RJ. Curso de negociação pelo Programon Negotiation da Harvard Law School.

Algumas pessoas até hoje negociam desta forma. São os “bebês chorões” do mercado. Estes negociadores choram prazo, preço, forma de pagamento e garantias. Uma reprodução clássica daquele choro do recém-nascido que busca atender seus desejos imediatos. O modelo “bebê chorão” pode até funcionar em alguns casos, mas à medida que evoluímos nas empresas e na vida participamos de negociações mais complexas, precisamos de modelos mais sofisticados, principalmente quando nos confrontamos com conflitos. Toda negociação pressupõe algum tipo de conflito, seja na definição dos valores a serem acordados, seja o prazo de entrega do produto ou mesmo os termos de garantia do serviço adquirido. Se ambas as partes concordam que aquele valor é o correto, que o prazo atende à necessidade ou que os termos de garantia são justos, então por que negociar? Toda e qualquer negociação tem como princípio básico o conflito em algum nível.

Negociamos e gerenciamos conflitos todos os dias, no entanto, a grande maioria das pessoas tem dificuldade em fazê-lo. Muitas vezes gasta-se muita energia para produzir resultados pequenos, isso porque, simplesmente, não conhecem as metodologias, as técnicas, as ferramentas e o processo de negociação e gestão de conflitos. Na verdade, poucas são as pessoas que aprenderam a negociar na escola ou faculdade. A maioria aprendeu a negociar ao longo da vida de maneira empírica, e assim desenvolveu esta

que é uma das competências mais importantes para o crescimento profissional e pessoal. Sem saber negociar de forma eficiente as pessoas erram e vão produzindo passivos de relacionamento ao longo da vida. Conflitos entre empresas, nações e pessoas geram conflitos extremados, prejuízos financeiros e emocionais difíceis de serem reparados.

Algumas pessoas acreditam que a habilidade de negociação é inata e que não pode ser aprendida ou desenvolvida. De acordo com os autores Pollan e Levine, isso é um absurdo porque não há nenhum gene especial para negociação. Quando as pessoas são confrontadas com a evidência de que outros são capazes de fazer algo que ela não pode (como, por exemplo, negociar), algumas tentam menosprezar essa habilidade que lhes falta dizendo que negociar é uma forma “duvidosa” de fazer negócios. Em outras palavras, acabam dizendo que, se ela não sabe negociar, deve haver algo de errado com quem sabe.

As melhores escolas de negócios do mundo nos provam que a pessoa não nasce boa negociadora. Ela aprende a ser uma boa negociadora. Existem, obviamente, casos onde o indivíduo é criado dentro de um ambiente onde os familiares possuem comércio ou então gerenciam uma empresa, sendo assim, podem aprender a partir da observação e desenvolver habilidades pela repetição. Mas para aqueles que não tiveram a sorte de nascer em ambiente formado por

A negociação é o modo mais eficiente de conseguir algo que se deseja quando há escolhas a serem feitas

negociadores profissionais, a boa notícia é que é possível aprender negociação em sala de aula e praticando.

Mas afinal, o que é negociação?

Definimos negociação como um processo de comunicação multilateral, utilizado para administrar conflitos, que tem como objetivo chegar a uma decisão conjunta atendendo os interesses das partes. Importante notar que o resultado final pode ser o fechamento ou não. Pode haver o aperto de mão ou não. De uma forma ou de outra se trata de uma decisão conjunta. A negociação é o modo mais eficiente de conseguir algo que se deseja quando há escolhas a serem feitas, envolvendo a própria pessoa e terceiros. Negociar é buscar uma decisão conjunta por meio do diálogo, ou seja, da comunicação.

De origem latina, a palavra *negotium* significa negar o ócio, ou seja, o próprio ato de trabalhar e cuidar dos negócios. O “neg” quer dizer não e “otium” significa ócio ou descanso. Portanto negociar é a ausência de descanso, ausência de folga e negação do ócio. Interessante notar que o termo pode ser aplicado não apenas no meio empresarial, mas em todas as circunstâncias vividas em que há oposição de ideias, ou seja, conflitos. A negociação é aplicada em muitas situações, especialmente na administração de conflitos, quer nas relações interpessoais ou intergrupais. A existência de duas ou mais partes conduz inevitavelmente ao conflito, o que é normal no campo pessoal, profissional e familiar.

Uma abordagem mais moderna sobre conflitos mostra que eles são necessários ao relacionamento humano e que a falta de conflitos entre as pessoas muitas vezes pode ser um sinal de problema. No caso de cargos de gerência nas empresas, por exemplo, quando duas pessoas sempre concordam, uma delas é desnecessária. Através dos conflitos surgem novas ideias, inovação, mudança e eles são fundamentais para o crescimento de pessoas e empresas. Em relacionamentos pessoais o conflito mostra interesse ou necessidade, na maioria das vezes, tal como uma objeção de um cliente do tipo: “Seu preço é mais caro”. Se a outra parte está conflitando é porque está interessada. Negociação é um exercício de influência, portanto precisamos ser capazes de entender a outra parte a fim de convencê-la.

Pollan e Levine, argumentam que depois de ler e escrever, a negociação é a mais importante e essencial habilidade para alcançar o sucesso pessoal e financeiro. Negociadores, de acordo com os autores, são pró-ativos, não aceitam as coisas como elas são e acima de tudo são questionadores sobre como a negociação poderia ser feita melhor. Eles afirmam ainda que, se levados em consideração os conceitos básicos da negociação, poucos negociadores são eficazes, apesar de negociarem inconscientemente todos os dias da vida. Uma negociação bem-sucedida requer condições que nem sempre são atendidas pela postura informal utilizada. Para os autores, as pessoas não sabem negociar por três razões: I - porque ninguém na escola ou na família ensinou-os a fazê-lo; II - as pessoas não acreditam que é possível aprender a negociar; III - medo de negociar.

Estes fatores limitantes dos indivíduos os afastam de bons acordos e geram alto grau de estresse na mesa de negociação. Os negociadores precisam fazer com que o processo seja menos empírico e intuitivo para se transformar em algo fundamentado na teoria e com um passo a passo estruturado que permita alcançar resultados superiores. Sem dúvida o conhecimento de negociação pode aumentar, e muito, as chances do negociador atingir melhores acordos. Afinal, todos nós somos negociadores.

**Um produto produzido pelo Comitê Editorial
do Di Blasi, Parente & Associados**

Rio de Janeiro, Brasil

Av. Presidente Wilson, 231

13º andar

Centro - CEP 20030-905

Tel.: +55 (21) 3981-0080

São Paulo, Brasil

Alameda Santos, 455

14º andar - salas 1409 e 1410

Cerqueira César - CEP 01419-000Tel.:

+55 (11) 3090-0210

diblasiparente.com.br

Di Blasi,
Parente 
Associados