

XII CONGRESSO RECAJ-UFMG

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, STARTUPS, LAWTECHS E LEGALTECHS

LORENA MUNIZ E CASTRO LAGE

JOSÉ LUIZ DE MOURA FALEIROS JÚNIOR

EDGAR GASTÓN JACOBS FLORES FILHO

I61

Inteligência artificial, startups, lawtechs e legaltechs [Recurso eletrônico on-line] organização XII Congresso RECAJ-UFMG: UFMG – Belo Horizonte;

Coordenadores: Edgar Gastón Jacobs Flores Filho, Lorena Muniz e Castro Lage e José Luiz de Moura Faleiros Júnior – Belo Horizonte: UFMG, 2021.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-371-9

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: As novas fronteiras tecnológicas do acesso à justiça e os direitos fundamentais digitais em perspectiva crítica.

1. Direito e Tecnologia. 2. Acesso à justiça. 3. Direitos fundamentais digitais. I. XII Congresso RECAJ-UFMG (1:2021: Belo Horizonte, MG).

CDU: 34



Faculdade de Direito da UFMG
Programa de Pós-Graduação em Direito

skema
BUSINESS SCHOOL

XII CONGRESSO RECAJ-UFMG

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, STARTUPS, LAWTECHS E LEGALTECHS

Apresentação

É com muita alegria que o Programa RECAJ-UFMG – Acesso à Justiça pela Via dos Direitos e Solução de Conflitos da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Minas Gerais, a SKEMA Business School Brasil e o Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito – CONPEDI tornam público à comunidade científica o conjunto dos oito livros produzidos a partir das discussões dos Grupos de Trabalho do XII Congresso RECAJ-UFMG, que teve por tema central “As novas fronteiras tecnológicas do acesso à justiça e os direitos fundamentais digitais em perspectiva crítica”.

As discussões nos Grupos de Trabalho ocorreram em ambiente virtual ao longo dos dias 25 e 26 de novembro de 2021, dentro da programação que contou com grandes nomes nacionais e internacionais da área, além de cento e quarenta e dois pesquisadoras e pesquisadores inscritos no total, provenientes de treze Estados da federação (Alagoas, Amazonas, Bahia, Distrito Federal, Espírito Santo, Minas Gerais, Piauí, Paraná, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Sergipe e São Paulo). Marcando um momento em que a terrível pandemia da COVID-19 finalmente dá sinais de apaziguamento, o que somente foi possível por conta da ciência, da vacinação em massa e do trabalho valoroso de todos os profissionais do Sistema Único de Saúde, o evento trouxe, após hiato de quase dois anos, painéis científicos presenciais na nova (e bela) sede da SKEMA Business School Brasil no bairro Savassi em Belo Horizonte-MG.

Os oito livros compõem o produto principal deste congresso, que há mais de uma década tem lugar cativo no calendário científico nacional. Trata-se de coletânea composta pelos cento e seis trabalhos aprovados e que atingiram nota mínima de aprovação, sendo que também foram submetidos ao processo denominado double blind peer review (dupla avaliação cega por pares) dentro da plataforma PublicaDireito, que é mantida pelo CONPEDI. Os oito grupos de trabalho geraram cerca de seiscentas páginas de produção científica relacionadas ao que há de mais novo e relevante em termos de discussão acadêmica sobre diversos temas jurídicos e sua relação com a tecnologia: Acesso à Justiça e Tecnologias do Processo Judicial; O Direito do Trabalho no século XXI; Estado, Governança, Democracia e Virtualidades; e Tecnologias do Direito Ambiental e da Sustentabilidade. No dia 26, serão abordados os seguintes temas: Formas de Solução de Conflitos e Tecnologia; Direitos Humanos, Gênero e Tecnologias do Conhecimento; Inteligência Artificial, Startups, Lawtechs e Legaltechs; e Criminologia e cybercrimes.

Os referidos Grupos de Trabalho contaram, ainda, com a contribuição de vinte e quatro proeminentes pesquisadores ligados a renomadas instituições de ensino superior do país, dentre eles alguns mestrandos e doutorandos do próprio Programa de Pós-graduação em Direito da UFMG, que indicaram os caminhos para o aperfeiçoamento dos trabalhos dos autores. Cada livro desta coletânea foi organizado, preparado e assinado pelos professores e pós-graduandos que coordenaram os trabalhos.

Nesta esteira, a coletânea que ora se apresenta é de inegável valor científico. Pretende-se, com esta publicação, contribuir com a ciência jurídica e com o aprofundamento da relação entre a graduação e a pós-graduação, seguindo as diretrizes oficiais da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES. Importante lembrar, ainda, da contribuição deste congresso com a formação de novos pesquisadores na seara interdisciplinar entre o Direito e a tecnologia, uma vez que o número de graduandos que apresentaram trabalhos de qualidade foi expressivo. Destaca-se a presença maciça de pesquisadores do Estado do Amazonas, especialmente os orientandos do Professor Doutor Valmir César Pozzetti vinculados à Universidade Federal do Amazonas e à Universidade Estadual do Amazonas.

O Programa RECAJ-UFMG, que desde 2007 atua em atividades de ensino, pesquisa e extensão em acesso à justiça pela via dos direitos e soluções de conflitos, nos últimos anos adota linha investigativa a respeito da conexão entre o acesso à justiça e a tecnologia, com pesquisas de mestrado e doutorado concluídas. Em 25 de junho deste ano, celebrou um termo de cooperação técnica com o Grupo de Pesquisa Normative Experimentalism and Technology Law Lab – NEXT LAW LAB da SKEMA Business School Brasil, que prevê o intercâmbio permanente das pesquisas científicas produzidas pelo NEXT LAW LAB e pelo Programa RECAJ-UFMG na área do Direito e Tecnologia, especialmente as voltadas ao estudo do acesso tecnológico à justiça e a adoção da inteligência artificial no campo do Direito. Desta parceria nascerá, seguramente, novos projetos importes para a comunidade científica deste campo.

Com o sentimento de dever cumprido, agradecemos a todas as pesquisadoras e pesquisadores pela inestimável contribuição e desejamos a todos uma ótima e proveitosa leitura!

Belo Horizonte-MG, 28 de novembro de 2021.

Prof. Dr^a. Adriana Goulart de Sena Orsini

Coordenadora do Programa RECAJ-UFMG

Profª. Drª. Geneviève Daniele Lucienne Dutrait Poulingue

Reitora – SKEMA Business School - Campus Belo Horizonte

Prof. Dr. Edgar Gastón Jacobs Flores Filho

Coordenador dos Projetos de Direito da SKEMA Business School Brasil

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara

Professor da SKEMA Business School Brasil e Pós-doutorando vinculado ao Programa RECAJ-UFMG

AS REDES SOCIAIS COMO PARTE DO ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL E SUA TRANSMISSIBILIDADE

LAS REDES SOCIALES COMO PARTE DEL ESTABLECIMIENTO EMPRESARIAL Y SU TRANSFERIBILIDAD

Mauro Bruno Nascimento Silva

Resumo

O presente texto tem como objetivo analisar o impacto das redes sociais na atividade empresarial, e de que forma pode integrar o estabelecimento empresarial. Para isso, em primeiro lugar é feita uma apresentação da importância das plataformas digitais e como financeiramente elas impactam a atividade comercial, e como as sociedades empresárias veem o futuro de suas marcas atreladas ao negócio. Posteriormente, é estudado como esses perfis podem integrar o estabelecimento empresarial, e também de que forma impacta na alienação desse estabelecimento. Por fim, é apresentado de que forma esse elemento imaterial do estabelecimento implica na cláusula de não concorrência.

Palavras-chave: Redes sociais, Estabelecimento, Empresarial

Abstract/Resumen/Résumé

Este texto tiene como objetivo analizar el impacto de las redes sociales en la actividad empresarial y cómo se puede integrar al establecimiento empresarial. Para ello, en primer lugar, se hace una presentación de la importancia de las plataformas digitales y cómo impactan económicamente en la actividad comercial, y cómo ven las empresas comerciales el futuro de sus marcas vinculadas a la actividad empresarial. Posteriormente, se estudia cómo estos perfiles pueden integrar el establecimiento comercial, y también cómo impacta la enajenación de ese establecimiento. Finalmente, se presenta cómo este elemento inmaterial del establecimiento implica la cláusula de no competencia.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Redes sociales, Establecimiento, Negocio

1. Introdução

Nesse momento vivemos a era da 4^o revolução digital, em que um dos focos de transformação é a digitalização. Desse modo, há uma combinação entre as máquinas e o trabalho humano (PERASSO, 2016). A digitalização pode ser definida como um fenômeno tecnológico que viabilizou o armazenamento de arquivos digitais (FRITZ, MENDES. 2019 p. 2), e essa modificação altera profundamente a estrutura nas relações e condições de vida, uma vez que não há mais apenas os bens e materiais físicos, mas também uma infinidade de arquivos disponíveis exclusivamente através de aparelhos eletrônicos. Perfis em redes sociais com fotos, vídeos, informações e interações pessoais estão em contas no *Facebook* ou *Instagram*, à título de exemplo.

Além do uso para relacionamentos pessoais, se desenvolveu a função profissional desses perfis, tanto para fins jornalísticos, de entretenimento e também uso comercial, com a apresentação da marca, divulgação de produtos, interação com o público-alvo e inclusive com a possibilidade de realizar vendas diretamente pelo aplicativo (FOLHA DE SÃO PAULO, 2019). O próprio *Facebook* e *Instagram* disponibilizam instruções para esse fim¹ visando a realizar de forma mais adequada as publicidades e vendas para o melhor desenvolvimento do negócio na internet, que tem maior utilidade, sobretudo para pequenos negócios, que nem sempre dispõem de agências para realizar a moderação do conteúdo.

A partir de diversas discussões na doutrina por meio dos mais variados textos e artigos científicos, além da legislação pertinente, o objetivo do resumo expandido é analisar o enquadramento de perfis comerciais em redes sociais como parte do estabelecimento empresarial, e as consequências desse reconhecimento nos casos de alienação onerosa desse estabelecimento. O estudo baseado em pesquisa qualitativa e exploratória busca compreender o uso profissional para fins comerciais e como essas contas integram o estabelecimento empresarial, e os cuidados a se levar em conta em caso de trespasse.

2. O impacto das estratégias de uso das redes sociais nas atividades econômicas

No ano de 2020 foi a primeira vez que o faturamento das vendas pela internet ultrapassou a casa dos R\$ 100 bilhões, e que representou aumento de 18% em relação ao ano anterior (MERCADO & CONSUMO, 2020). A demanda por uso das mídias sociais para

¹ Para melhor exploração dessas instruções, acessar o site Facebook Business. Disponível em: <<https://business.instagram.com/>>. Acesso em: 12 abr. 2021.

impulsionar os negócios, quando utiliza-las diretamente para vendas vem crescendo, sobretudo nas pequenos negócios. O aumento da importância se deve a pandemia do COVID-19, momento em que desde o primeiro semestre de 2020 diversas restrições foram impostas como meio de tentar frear a contaminação das pessoas pelo vírus. Restou então ao empresário, a única saída de amostra e divulgação de conteúdo/produtos por meio das mídias virtuais, enquanto ao consumidor às compras pela internet.

Atualmente 72% dos pequenos negócios utilizam o Whatsapp para comunicação com os clientes, sendo que estes possuem foco em informações acerca dos produtos e serviços oferecidos, atendimentos (59%), vendas (43%), além de 40% possuem perfil também no Facebook, conforme estudo Transformação digital nas pequenas empresas (SEBRAE). O mesmo estudo informou que o uso de páginas na internet mais que dobrou e a maioria dos entrevistados veem potencial ainda maior de crescimento nos próximos anos em relação às vendas tradicionais. Os índices mostram não só a importância assumida das redes sociais, como também o potencial de crescimento desse meio de identificação e vendas da atividade empresarial.

3. O reconhecimento das redes sociais como parte do estabelecimento empresarial

A expansão dessa modalidade de publicidade chama a atenção para os impactos econômicos e aspectos legais no direito empresarial, tanto que, no encontro de juristas promovido pelo Conselho da Justiça Federal, chamado III Jornada de Direito Comercial, foi aprovado o enunciado de número 95 com o seguinte conteúdo: “Os perfis em redes sociais, quando explorados com finalidade empresarial, podem se caracterizar como elemento imaterial do estabelecimento empresarial” (BRASIL, CONSELHO DA JUSTIÇA FEDERAL, 2019). Esse posicionamento doutrinário sinaliza um importante reconhecimento que visa adequar as novas tecnologias com a legislação pertinente, nesse caso, o Código Civil, que regula as questões relativas ao estabelecimento empresarial.

O Código Civil no artigo 1.142 define estabelecimento como “o complexo de bens organizado, para exercício da empresa, por empresário, ou por sociedade empresária (BRASIL, 2002)”. Marlon Tomazette (2017, p. 139-140) acrescenta que representa todo o complexo de bens organizados pelo empresário, e que eventualmente não precisa pertencer a ele, como nos casos de bens locados. A natureza jurídica, conforme doutrina majoritária, é de uma universalidade de fato, sendo a unidade encontrada na destinação comum dada aos seus vários componentes (TOMAZETTE, 2017, p. 145). Conforme a jurisprudência do STJ

(BRASIL, 2011), os bens podem ser materiais, tendo como exemplo uma sede administrativa ou mercadorias, ou imateriais, como no caso da marca da empresa, o ponto comercial ou as patentes. Logo uma vez sendo instrumento do utilizado pelo empresário com a finalidade de realizar a atividade empresarial, integrará o estabelecimento. O Enunciado 7 das Jornadas de direito Comercial (BRASIL, CONSELHO DA JUSTIÇA FEDERAL, 2012) afirmou que o nome de domínio também fara parte desse estabelecimento, classificado juridicamente como bem incorpóreo.

Recentemente a Lei 14195 (BRASIL, 2021), alterou o artigo 1142 do Código Civil, acrescentando parágrafos ressaltando que o estabelecimento não se confunde com o local onde se exerce a atividade empresarial, e poderá ser tanto físico quanto virtual. Ainda expressou que sendo virtual esse local, o endereço informado para fins de registro poderá ser, conforme o caso, o do empresário individual ou o de um dos sócios da sociedade empresária.

Desse modo, condicionado os perfis de redes sociais serem destinados para uso profissionais, integrarão o estabelecimento empresarial. Sejam eles para as mais diversas funções possíveis, como vendas, publicidade, atendimento ao consumidor, divulgação de eventos, possuem a destinação de promover a atividade econômica da empresa, o que é o liame necessário para integrar essa universalidade de bens. Como estão atuantes por meio virtual, serão bens imateriais, e como destacados no enunciado 95 servem como sinal distintivo do empresário dentro do contexto do ambiente virtual (BRASIL, 2019), em que é cada vez mais importante para a atividade econômica dentro de uma sociedade digitalizada.

O artigo 1143 do Código Civil autoriza a alienação onerosa do estabelecimento empresarial como um todo. Portanto, uma vez realizado esse negocio jurídico, incluir-se-ia também os perfis de redes sociais utilizado com a finalidade empresarial. A doutrina denomina esse acontecimento como um contrato de trespasse (RAMOS, 2020, p. 242-243). Chama atenção nesse contrato a cláusula de não concorrência, que salvo disposição expressa, estará incluída no negócio jurídico, conforme o artigo 1147 do Código Civil. Sua duração é de 5 anos, de acordo a lei civil, e é justificada devido ao interesse do adquirente do estabelecimento na sua clientela, uma vez que instaurada concorrência pelo antigo proprietário, ela tende a segui-lo (RAMOS, 2020, p. 248). Trata-se um reflexo do princípio da boa-fé objetiva, presente no artigo 422 do Código Civil, especialmente na sua função integrativa e os deveres anexos, com destaque para lealdade e probidade.

Instaura-se, assim, o questionamento sobre a abrangência dessa cláusula, uma vez que pensada para atividades empresariais limitadas à uma ou algumas localidades, impondo cuidado ao ser aplicada e interpretada quanto as mídias sociais, porque elas não tem

limitações espaciais, e uma vez criado algum perfil terá a possibilidade alcançar quase todos os lugares do mundo. No direito antitruste, a cláusula é interpretada de modo restritivo, pautado em 3 critérios: sejam auxiliares ao negócio principal, tenham a finalidade de serem garantias a viabilidade negocial e tenham limites materiais, territoriais e temporais (RAMOS, 2020, p. 250).

A aplicação da cláusula, então, deve-se dar observando a boa-fé objetiva, de tal modo que se excessiva configura o abuso de direito, uma vez que deve-se ser bem delimitado, presente no art. 187 Código Civil, em que embora a princípio o ato estaria autorizado pela lei, se deu forma de forma desequilibrada. A figura do abuso de direito, segundo Cristiano Chaves de Faria, Felipe Braga Netto e Nelson Rosendal (2021, p. 447), trata-se de um ilícito que foca no desvio da finalidade ou função social, e é categoria que prescinde a comprovação de culpa ou intenção para seu reconhecimento.

4. Conclusão

O presente texto trouxe uma abordagem de um dos efeitos da 4ª revolução industrial que é a digitalização, apresentando os impactos das relações no dia a dia. As mídias sociais tornaram parte do cotidiano da sociedade, e aos poucos ocupa um espaço não somente nas relações pessoais, mas também com uso profissional voltado para a atividade empresarial. Nesse sentido, as próprias plataformas possuem páginas orientadoras do melhor uso da rede social para esse fim, e que tem tudo para impulsionar esse uso nos pequenos negócios, que nem sempre possuem meios de orientação por agências profissionais disponíveis.

A pandemia do novo coronavírus, e com as medidas de isolamento social, acelerou esse processo de vendas online, inclusive batendo recorde de vendas pelo e-commerce. Não seria diferente então o cada vez maior uso dos empresários e sociedades empresárias das mídias, visando atendimento, publicidade e vendas, atingindo recordes de percentuais, com certo otimismo quanto ao crescimento ainda maior desse meio de divulgação no futuro próximo.

Sensível às mudanças na sociedade e seus impactos no direito, na reunião promovida pelo Conselho da Justiça Federal, a III Jornada de Direito Comercial, que contou com a presença de diversos juristas do ramo empresarial e editou o Enunciado doutrinário 95, reconhecendo como parte do estabelecimento empresarial as mídias sociais, quando utilizadas para fins profissionais. O estabelecimento empresarial é uma universalidade de fato, composta por bens tanto materiais e quanto imateriais, o que demonstra sua abrangência que não se

limita e nem se confunde ao local onde a atividade econômica é exercida, conforme a lei 14195 fez questão de expressar. Desse modo, as redes sociais enquanto bens imateriais, com importância no desenvolvimento da atividade empresarial, integram seu estabelecimento.

Além disso, deve-se observar com cuidado a cláusula de não concorrência, prestigiada pelo Código Civil, uma vez que interpretada de forma literal levaria a proibição de uso das mídias sociais para atividades negociais do mesmo ramo em qualquer lugar do Brasil, devido a ausência de limites espaciais das redes sociais. Desse modo, se aplicada, uma vez que trata de norma dispositiva, deve-se levar em conta a boa-fé objetiva, a fim de que não se configure o abuso de direito.

Referências Bibliográficas

BRASIL. *Conselho da Justiça Federal*. Enunciado nº 95. Disponível em: <https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/1345>. Acesso em: 12 abr. 2021.

BRASIL. Lei n. 10.406, 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 11 jan. 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/L10406compilada.htm. Acesso em: 07 nov. 2021.

BRASIL. Lei n. 14.195, 10 de janeiro de 2002. Dispõe sobre a facilitação para abertura de empresas, sobre a proteção de acionistas minoritários, sobre a facilitação do comércio exterior, sobre o Sistema Integrado de Recuperação de Ativos (Sira), entre outros assuntos. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 27 ago. 2021. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2021/Lei/L14195.htm#art43. Acesso em: 07 nov. 2021

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº 633.179/MT. Relator: Luis Felipe Salomão. *Diário de Justiça Eletrônico*, 01 de fevereiro de 2011. Disponível em: https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=200400252800&dt_publicacao=01/02/2011. Acesso em: 12 abr. 2021.

COMÉRCIO ELETRÔNICO deve movimentar R\$ 106 bilhões em 2020. *Mercado & Consumo*, 14 fev. 2020. Disponível em: <https://mercadoconsumo.com.br/2020/02/14/comercio-eletronico-deve-movimentar-r-106-bilhoes-em-2020/>. Acesso em: 12 abr. 2021.

DE FARIAS, Cristiano Chaves; NETTO, Felipe Braga; ROSENVALD, Nelson. *Manual de direito civil – volume único*. 6 ed. Salvador: Jus Podivm. 2021. 1532 p.

FRITZ, Karina Nunes. MENDES, Laura Shertel Ferreira. *Case Report: Corte Alemã Reconhece a Transmissibilidade da Herança Digital*. Disponível em:

<https://www.portaldeperiodicos.idp.edu.br/direitopublico/article/view/3383>. Acesso em: 12 abr. 2021.

PERASSO, Valeria. O que é a 4ª revolução industrial - e como ela deve afetar nossas vidas. *BBC*, 22 ago. 2016. Disponível em:

<https://www.bbc.com/portuguese/geral-37658309>. Acesso em: 10 abr. 2021.

RAMOS, André Luiz Santa Cruz. *Direito empresarial: volume único*. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2020.

SEBRAE. *Transformação digital nas pequenas empresas*. Disponível em:

[https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/noticias/a-transformacao-digital-esta-presente-nos-pequenos-](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/noticias/a-transformacao-digital-esta-presente-nos-pequenos-negocios,fc1603d0db7d4610VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=Atualmente%2C%2072%25%20do%20segmento%20utilizam,das%20micro%20e%20pequenas%20empresas)

[negocios,fc1603d0db7d4610VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=Atualmente%2C%2072%25%20do%20segmento%20utilizam,das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/noticias/a-transformacao-digital-esta-presente-nos-pequenos-negocios,fc1603d0db7d4610VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=Atualmente%2C%2072%25%20do%20segmento%20utilizam,das%20micro%20e%20pequenas%20empresas)

Acesso em: 12 abr. 2021

TIEGHI, Ana Luiza. Empresas nascidas na internet usam venda direta para diminuir custos. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 05 ago. 2019. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2019/08/empresas-nascidas-na-internet-usam-venda-direta-para-diminuir-custos.shtml>. Acesso em: 11 abr. 2021.

TOMAZETTE, Marlon. *Curso de direito empresarial: teoria geral e direito societário*. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2017. 860 p.