



FACULDADES LONDRINA

MIRIANE RODRIGUES FERREIRA

**PRÁTICAS DE CONCORRÊNCIA DESLEAL POR MEIO DO
CYBERSQUATTING E TYPOSQUATTING: UMA ANÁLISE
DE CASOS**

LONDRINA
A2023

MIRIANE RODRIGUES FERREIRA

**PRÁTICAS DE CONCORRÊNCIA DESLEAL POR MEIO DO
CYBERSQUATTING E *TYPOSQUATTING*: UMA ANÁLISE
DE CASOS**

Dissertação apresentada ao Mestrado Profissional em Direito Sociedade e Tecnologias na Faculdade Londrina, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre.

Orientador: Professor Doutor Eduardo Contani

LONDRINA
A2023

Ficha de identificação da obra
Elaborado por: Viviane S. Paszczuk
Bibliotecária CRB9 1885/O

F383p Ferreira, Miriane Rodrigues.

Práticas de concorrência desleal por meio do Cybersquatting e Typosquatting: uma análise de casos / Miriane Rodrigues Ferreira. - Londrina, 2023.

112 f.

Orientador: Eduardo Contani.

Programa de Mestrado Profissional em Direito, Sociedade e Tecnologias da Escola de Direito das Faculdades Londrina, 2023.

Inclui bibliografia.

1. Concorrência desleal. 2. Comércio Eletrônico. 3. Nome de Domínio. 4. Typosquatting - Cybersquatting. 5. Direito e Tecnologia. I. Contani, Eduardo. II. Faculdades Londrina. III. Título.

MIRIANE RODRIGUES FERREIRA

**PRÁTICAS DE CONCORRÊNCIA DESLEAL POR MEIO DO
CYBERSQUATTING E TYPOSQUATTING: UMA ANÁLISE DE CASOS**

Dissertação apresentada ao Mestrado Profissional em Direito, Sociedade e Tecnologias na Faculdade Londrina, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre.

Prof. Dr. Eduardo Augusto do R. Contani
Faculdade Londrina

Prof. Dr. Carlos Renato Cunha
Faculdade Londrina

Prof^ª Dr^ª Priscila Machado Martins
Universidade dos Andes, Santiago/Chile

Londrina, 13 de fevereiro de 2023.

Dedico este trabalho a Deus, por estar sempre ao meu lado, aos meus queridos filhos, que compreenderam minha ausência nos momentos de dedicação a essa pesquisa, e a mim, por ter superado mais uma crença limitante em minha vida.

“A pesquisa desenvolve-se ao longo de um processo que envolve inúmeras fases, desde a adequada formulação do problema até a satisfatória apresentação dos resultados”

Antônio Carlos Gil

FERREIRA, Miriane Rodrigues. **Práticas de Concorrência Desleal por meio do Cybersquatting e Typosquatting: Uma Análise de Casos**. 2023. 113 fls. Dissertação apresentada ao Mestrado profissional em Direito, Sociedade e Tecnologia, da Faculdades Londrina, Londrina, 2023.

RESUMO

O presente trabalho objetiva a análise das práticas de *typosquatting* e de cybersquatting, por meio do estudo de casos, demonstrando os argumentos utilizados durante uma disputa entre nomes de domínios, bem como elencando os principais meios de resolução desses. São considerados atos de concorrência desleal, onde piratas cibernéticos se utilizam dos registros de domínios com nome similar ou idêntico ao de uma marca renomada, para a obtenção de vantagem ilícita. Nesse contexto, onde o nome de domínio pode atingir elevado valor patrimonial, foram apresentadas as particularidades deste instituto. Sendo a modalidade administrativa aderida para a solução de conflitos relativos ao nome de domínio uma condicionante para seu registro, observou-se que as respostas trazidas nesse âmbito, podem ser mais céleres, econômicas e eficientes do que se submetidas ao Judiciário. O procedimento metodológico adota uma revisão bibliográfica de autores, com análise da legislação e artigos científicos.

Palavras-chave: concorrência desleal; comércio eletrônico; nome de domínio; typosquatting; cybersquatting; direito e tecnologia.

FERREIRA, Miriane Rodrigues. **Unfair Competition Practices through Cybersquatting and Typosquatting: A Cases Analysis**. 2023. 113 fls. Dissertação apresentada ao Mestrado Profissional em Direito Sociedade e Tecnologia na Faculdades Londrina, Londrina, 2023.

ABSTRACT

This work aims to analyze typosquatting and cybersquatting practices, through case studies, demonstrating the arguments used by claimants and defendants during a domain name dispute, as well as listing the main means of resolving conflicts over domain names. These are considered acts of unfair competition, where cyber pirates use domain registrations, with a name similar or identical to that of a renowned brand, to obtain an illicit advantage. In this context, where the domain name can reach a high patrimonial value, the particularities of this institute were achieved. Since adherence to the administrative modality for resolving conflicts related to the domain name is a condition for its registration, it is observed that the responses brought in this context can be swifter, more economic and more efficient than those provided to the Judiciary. The methodological procedure adopts a bibliographic review of authors, with analysis of scientific articles and legislation.

Keywords: unfair competition; e-commerce; domain name; typosquatting; cybersquatting; law and technology.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	ABNT
ABPI	Associação Brasileira de Propriedade Intelectual
ART	Artigo de legislação
CADE	Conselho Administrativo de Defesa Econômica
C Arb-ABPI	Câmara de Arbitragem da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
CASD-ND	Câmara de Solução de Disputas Relativas a Nomes de Domínio
ccTLD	Country Code Top-Level Domain (Código do País Domínio denível superior)
CF	Constituição Federal
CGI.br	Comitê Gestor da Internet
C Med-ABPI	Câmara de Mediação da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa jurídica
COVID19	Corona Virus Disease 2019
CSD-ABPI	Centro de Solução de Disputas, Mediação e Arbitragem em Propriedade Intelectual
DEE	Departamento de Estudos Econômicos
DNS	Domain Name System (Sistema de Nome de Domínio)
DRSP	Provedor de Serviços de Resolução de Disputas de Nomes de Domínio
FAPAN	Faculdade de Agronegócio
FAPESP	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo
ICANN	Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (Corporação da Internet para Atribuição de Nomes e Números)
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
LPI	Lei da Propriedade Industrial

NIC.br	Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR
OCDE	Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico
ODR	Online Dispute Resolution (Resolução de Disputa Online)
OMPI	Organização Mundial da Propriedade Industrial
ONU	Organização das Nações Unidas
PI	Propriedade Intelectual
PL	Projeto de Lei
PLN	Processamento de Linguagem Natural
REsp	Recurso Especial
SACI-Adm	Sistema Administrativo de Conflitos de Internet
SAD	Sistemas de Apoio à Decisão
SBDC	Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência
Seprac	Secretaria de Promoção da Produtividade e Advocacia da Concorrência
SG	Superintendência Geral
STJ	Superior Tribunal de Justiça
TADE	Tribunal Administrativo
TCP	Transmission Control Protocol (Protocolo de Controle de Transmissão)
TCP/IP	Protocolo de Controle de Transmissão/Protocolo Interne
TJDF	Tribunal de Justiça do Distrito Federal
TJSP	Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo
UDRP	Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (Política Uniforme de Resolução de Disputas de Nomes de Domínio)
WIPO	World Intellectual Property Organization (Organização Mundialda Propriedade Industrial)

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 CONCORRÊNCIA.....	15
2.1 LIVRE INICIATIVA E LIVRE CONCORRÊNCIA	15
2.2 PROTEÇÃO À CONCORRÊNCIA NO BRASIL	21
2.3 CONCORRÊNCIA DESLEAL.....	23
2.4 A CONCORRÊNCIA NA ERA DIGITAL.....	26
3 DEFINIÇÃO DE DOMÍNIO, <i>CYBERSQUATTING</i>, <i>TYPOSQUATTING</i> E A LEGISLAÇÃO.....	32
3.1 DOMÍNIO.....	32
3.2 <i>CYBERSQUATTING</i>	35
3.3 <i>TYPOSQUATTING</i>	37
3.4 LEGISLAÇÃO APLICÁVEL AO <i>CYBERSQUATTING</i> E AO <i>TYPOSQUATTING</i>	39
3.4.1 Lei 9.279/96 - Lei De Propriedade Industrial Que Regulamenta A ConvençãoDe Paris 39	
4 MECANISMOS ALTERNATIVOS PARA A RESOLUÇÃO DO <i>CYBERSQUATTING</i> E <i>TYPOSQUATTING</i>.....	44
4.1 COMITÊ GESTOR DA INTERNET (CGI.BR).....	45
4.2 UDRP – UNION DISPUT RESOLUTION POLICY	48
4.3 SISTEMA ADMINISTRATIVO DE CONFLITOS DE INTERNET RELATIVOS A NOMES DE DOMINIO – SACI-ADM.....	51
4.4 O USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA RESOLUÇÃO DE CONFLITOS.....	57
4.4.1 Processamento de Linguagem Natural (PLN).....	59
4.4.2 Modelagem Preditiva.....	60
4.4.3 Sistemas de Apoio à Decisão - SAD	61
4.4.4 <i>SmartSettle</i>	62
4.4.5 <i>Online Dispute Resolution</i> – ODR	62
5 ANÁLISE DE CASOS ENVOLVENDO <i>CYBERSQUATTING</i> E <i>TYPOSQUATTING</i>	65

5.1	<i>CYBERSQUATTING</i> E <i>TYPOSQUATTING</i> NO RAMO BANCÁRIO.....	65
5.1.1	Caso do Banco Itaú.....	65
5.1.2	Caso do Banco do Brasil	70
5.1.3	Caso SICCOOB	75
5.2	<i>CYBERSQUATTING</i> E <i>TYPOSQUATTING</i> NO RAMO VAREJISTA	78
5.2.1	Caso Ponto Frio	78
5.2.2	Caso Boticário	80
5.2.3	Caso Extra	83
5.2.4	Caso Mercado Livre	84
5.2.5	Caso Carrefour.....	86
5.3	<i>CYBERSQUATTING</i> E <i>TYPOSQUATTING</i> EM SERVIÇOS ONLINE	88
5.3.1	Caso Decolar.com.....	88
5.3.2	Caso Microsoft	92
5.3.3	Caso PagSeguro.....	95
5.4	OUTROS CASOS.....	96
5.5	FATORES OBSERVADOS NOS CASOS.....	96
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	98
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	101

1 INTRODUÇÃO

A presente dissertação aborda tema de substancial contemporaneidade, pois busca trazer ao conhecimento de todos as práticas de concorrência desleal, em especial as utilizadas no ambiente virtual, denominadas *cybersquatting* e *typosquatting*.

A relevância do estudo sobre o tema na atualidade ocorre em razão do crescimento exponencial da internet e ao fomento do comércio eletrônico, o que resulta em uma maior necessidade de proteger marcas e propriedade intelectual *online*. Além disso, o *cybersquatting* e o *typosquatting* podem causar sérios danos às marcas, empresas ou pessoas, incluindo prejuízos em sua reputação e, conseqüentemente, financeiros.

O objetivo será identificar as técnicas utilizadas por indivíduos e grupos que praticam *cybersquatting* e *typosquatting*, incluindo a análise de como eles escolhem nomes de domínio semelhantes ou idênticos as marcas já registradas, por meio do estudo de casos de grande repercussão no Brasil.

Outro ponto a ser analisado será a eficácia das leis e dos regulamentos existentes para combater o *cybersquatting* e o *typosquatting*, incluindo os mecanismos disponíveis para recuperação dos nomes de domínio registrados de forma ilegal.

No Brasil, a ausência de legislação específica sobre crimes virtuais tem sido um problema para a proteção dos direitos e da propriedade intelectual na internet. Atualmente, a maioria das leis existentes no país são genéricas e não foram projetadas especificamente para lidar com os crimes virtuais. Tal fato tem dificultado a persecução e punição de indivíduos e organizações que cometem crimes virtuais, como o *cybersquatting* e o *typosquatting*.

O *cybersquatting* é caracterizado pelo registro de um domínio com o nome ou marca de um terceiro, com o objetivo de auferir vantagem indevida, principalmente financeira, por meio da venda deste para o titular da marca. Demonstra-se, por meio da presente pesquisa, o elevado grau prejudicial dessa conduta no contexto do comércio eletrônico, podendo ser caracterizada como crime de concorrência desleal.

No que concerne ao *typosquatting*, assim como no *cybersquatting*, o infrator faz uso do registro de domínio para obter vantagem ilícita. No intuito de se apropriar de investimentos e prestígio de uma determinada marca, de forma mal-intencionada,

registra domínios com a tipografia semelhante ao nome de uma marca já estabelecida, considerando os possíveis erros de digitação que possam ocorrer na escrita dessa.

Como resultado, o consumidor desatento que busca por determinado site, é direcionado a uma outra página, sendo levado ao erro, resultando em uma infinidade de prejuízos à empresa vítima de tal prática.

Apesar de não haver legislação específica para referidas condutas ilícitas, a resolução de conflitos relacionados aos nomes de domínios, como nos casos de *typosquatting* e *cybersquatting*, pela via administrativa, apresenta-se reconhecida mundialmente como célere e efetiva nos dias atuais. Para isso, as empresas responsáveis por esses registros, incluem em seus contratos cláusulas onde o solicitante aceita que possíveis conflitos sejam dirimidos por meio de regulamentos próprios.

O Brasil, por meio do Conselho Gestor da Internet, o CGI.br, criou o SACI- Adm – Sistema Administrativo de Conflitos da Internet, que dispõe de procedimentos próprios, aplicáveis para a solução de conflitos entre nomes de domínios registrados no “.br”, possuindo autonomia para manter, transferir ou cancelar o domínio objeto da demanda. Embora a adesão ao SACI-Adm não restrinja a possibilidade da parte insurgente buscar o Judiciário, a resolução por meio da via administrativa demonstra-se eficaz ao propósito de sua criação, sendo adotada por diversos países,

A concorrência desleal tem se revelado uma das grandes propulsoras de danos sequenciais, que vai desde a sonegação tributária, e ultrapassa todos os elementos da relação, atingindo, inclusive, o consumidor.

Ante ao incessante crescimento do comércio eletrônico, consubstanciado pela sensação de impunidade existente no acesso ao universo digital, a atividade ilícita no âmbito da concorrência praticada neste universo é o foco desta pesquisa.

A autoridade assumida pelo nome do domínio, inclusive o qual pode ser considerado como sinal distintivo de uma empresa, superou seu objetivo inicial de figurar simplesmente como um endereço eletrônico.

O comércio digital eletrônico possui papel fundamental na economia do planeta e ele só se torna viável através de um nome de domínio. De acordo com uma pesquisa realizada pelos sites Statista e CupomValido, o Brasil é o 1º no *ranking* mundial de crescimento das compras *online*.

A pandemia do SARS-CoV-2 (COVID19), serviu como uma espécie de combustível para a aceleração do comércio eletrônico nos últimos anos e fez com que as vendas *online* crescessem em 22,2% somente no ano de 2022.

Entre outras causas do exponencial crescimento do *e-commerce*, pode-se listar a crescente população jovem e experiente em tecnologia, a rápida expansão do acesso à internet, bem como a popularização dos smartphones em todo o mundo. Inclusive, quase metade dos consumidores preferem realizar compras utilizando o *smartphone* ao invés de um computador de mesa, o qual é denominado *m-commerce*.

Diante deste cenário, surgem diversas questões ocasionadas pela pluralidade de opções de sítios eletrônicos e aplicativos para a realização de compras *online*. Tentativas de fraudes estão cada vez mais presentes na internet e, boa parte destas, se utilizam do bom nome de empresas reais para aplicar golpes, o que tem gerado certa insegurança jurídica nas relações de consumo, prejudicando o trabalho do mercado como um todo.

Dessa forma, o estudo de temas relacionados à concorrência desleal na era digital, bem como a análise de medidas assecuratórias hábeis a mitigar os danos advindo de práticas anticompetitivas, ganham especial destaque diante da expressiva ampliação do setor.

2 CONCORRÊNCIA

2.1 LIVRE INICIATIVA E LIVRE CONCORRÊNCIA

No Brasil colônia não havia livre mercado. Era o rei quem possuía o poder sobre a sociedade, confundindo os deveres públicos e privados. A partir daí nasceu a característica nacional de controle direto do Estado sobre os frutos obtidos na construção do País.

A livre iniciativa no âmbito geral, somente começou a ter seu espaço em meados de 1776, mas no Brasil, passou a ser presente nas Constituições de 1924, 1981, 1934, 1946 e a atual, de 1988 (CERVO, 2014). Entretanto, ainda que estivessem nas Constituições, algumas características do controle emanadas do Brasil colônia se mantiveram.

Embora não fosse proibida a criação de empresas concorrentes no Brasil, a livre iniciativa ainda não era plena, já que era do Estado grande parte do poder do mercado nacional, que era quem ditava o ritmo de crescimento e dos preços.

Desde a década de 1990, com a aplicação dos atuais princípios constitucionais da Carta Magna, o Brasil passou por um processo de mudança, abrindo quase oficialmente seus mercados, inclusive iniciando a privatização de algumas empresas estatais.

Dessa maneira, o Brasil deu início, ainda que de forma singela, ao caminho para a concretização do princípio da livre iniciativa, um sistema econômico, no qual, os indivíduos são livres para possuir e operar negócios, sem interferência do governo, desde que cumpram as leis e regulamentos.

Em um sistema de livre iniciativa, os preços são determinados pela oferta e demanda e não pelo governo. Isso significa que as empresas são livres para definir seus próprios preços para os bens e serviços que fornecem e os consumidores são livres para escolher se desejam ou não comprar esses bens e serviços.

A livre iniciativa é frequentemente associada ao capitalismo, que é um sistema econômico, no qual, os meios de produção são controlados e de propriedade de indivíduos ou empresas privadas, e não pelo estado. Em um sistema capitalista o objetivo é obter lucro, portanto, as empresas são incentivadas a produzir bens e serviços que as pessoas desejam comprar para maximizarem seus lucros.

Um dos princípios-chave da livre iniciativa é a ideia de competição. Em um sistema de livre iniciativa, as empresas competem entre si para atrair clientes e essa

competição pode levar a preços mais baixos, bem como produtos e serviços de maior qualidade e inovação.

O doutrinador José Afonso da Silva (2003) deixou devidamente ressaltado o princípio constitucional da livre iniciativa, onde consignou:

A livre concorrência está configurada no art. 170, IV, como um dos princípios da ordem econômica. Ele é uma manifestação da liberdade de iniciativa e, para garanti-la, a Constituição estatui que a lei reprimirá o abuso de poder econômico que vise à dominação dos mercados, à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros. Os dois dispositivos se complementam no mesmo objetivo. Visam tutelar o sistema de mercado e, especialmente, proteger a livre concorrência contra a tendência açambarcadora da concentração capitalista. (1998, p. 876)

No geral, a livre iniciativa é vista como uma forma de promover crescimento econômico, eficiência e prosperidade, permitindo que indivíduos e empresas tomem suas próprias decisões econômicas e assumam riscos na esperança de obter lucro.

Os direitos econômicos são direitos relacionados à propriedade e controle da propriedade e dos meios de produção, bem como o direito de se envolver em atividades econômicas, como comprar, vender e comercializar bens e serviços.

Empresas que atuam no mesmo segmento possuem, de forma natural, uma característica de atuar ativamente sobre a concorrência com o fito de angariar clientes, incentivando-os a consumir seus produtos e serviços (PAULA e JUNIOR, 2014).

Em um sistema de livre iniciativa, os direitos econômicos são protegidos pelo estado de direito, o que significa que existe uma estrutura legal que garante que indivíduos e empresas possam possuir e controlar propriedades, firmar contratos e se envolver em atividades econômicas sem medo de interferência ou coerção. Os direitos econômicos também costumam incluir o direito à propriedade privada, o direito de celebrar contratos, o direito de ganhar a vida e o direito de formar e ingressar em organizações.

A partir da tutela da livre iniciativa, pontuada pelo Estado, seguiu-se as mais diversas formas de regulamentação do setor. Há, desde então, uma relação entre meios de produção e poder normativo estatal, própria das suas prerrogativas coercitivas, destacadas pelo lecionamento de Norberto Bobbio (2007):

A força é um meio para o exercício do poder, mas não é o único. Em qualquer sociedade, grande ou pequena, antiga ou moderna, primitiva ou evoluída, os outros dois principais são a posse dos instrumentos de produção (que dá origem ao poder econômico) e a posse dos instrumentos de formação das ideias (que dá origem ao poder ideológico). (...) Os recursos econômicos não

valem menos do que os recursos de conseguir aqueles efeitos desejados ou impedir os indesejados, no que se afirma consistir na função do direito. (2007, p. 75-76)

Também a doutrina nacional, por Diogenes Gasparini (2001), enfatiza que:

A intervenção do Estado no domínio econômico pode ser conceituada como todo ato ou medida legal que restringe, condiciona ou suprime a iniciativa privada em dada área econômica, em benefício do desenvolvimento nacional e da justiça social, assegurados os direitos e garantias individuais (2001, P. 614).

Os contornos da interferência estatal no princípio da livre iniciativa foram, por diversas vezes, sedimentados pela ação do Poder Judiciário do Brasil. Dentre eles, destaca-se aquele exarado pelo Superior Tribunal de Justiça, quando do julgamento do recurso especial nº 1.335.285, oriundo do Estado do Rio de Janeiro, relatado pela Ministra Assusete Magalhães, que assim fez constar em seu voto:

Ainda que a livre iniciativa seja a regra no sistema constitucional brasileiro, é inegável que a intervenção do Estado no domínio econômico igualmente encontra amparo na Carta Magna (arts. 173, §4º e 174), especialmente para a correção das chamadas "falhas de mercado". No caso em exame, verificada a essencialidade do serviço em questão, bem como a configuração da chamada "concorrência imperfeita", com a obrigatoriedade de contratação do serviço e oferta restrita de práticos em cada ZP (Zona de Praticagem), justifica-se a intervenção estatal na fixação de preços.

Os direitos econômicos são importantes porque permitem que indivíduos e empresas se envolvam em atividades econômicas e contribuam para a prosperidade geral e o bem-estar da sociedade. Eles também desempenham um papel na promoção do crescimento econômico, eficiência e inovação, permitindo que indivíduos e empresas assumam riscos e tomem decisões do seu próprio interesse. No entanto, os direitos econômicos não são absolutos e devem ser equilibrados com outras considerações importantes, como a justiça social, o bem comum e as necessidades dos membros mais vulneráveis da sociedade.

A liberdade é um dos direitos fundamentais mais importantes e valorizados na maioria das sociedades. Ela permite que as pessoas tomem suas próprias decisões e vivam de acordo com suas escolhas e crenças. No entanto, a liberdade de uma pessoa deve ser limitada pelo respeito à liberdade dos outros. Isso significa que, enquanto houver o direito de se fazer escolhas que afetem apenas a si mesmos, o ser humano não tem o direito de prejudicar ou limitar a liberdade de outras pessoas.

A livre iniciativa é o direito de uma pessoa ou empresa de empreender e investir de acordo com suas próprias escolhas e interesses. Ela é considerada um elemento fundamental da economia de mercado e é geralmente defendida como uma forma de promover o crescimento econômico e a prosperidade.

O princípio da livre iniciativa é dividido em alguns elementos que lhe dão substância, todos introduzidos no texto da Constituição. Pressupõe, em primeiro lugar, a existência da propriedade privada, ou seja, propriedade privada de bens e meios de produção (CF, 5, XXII e 170, II).

A essência do conceito de livre iniciativa é, portanto, a liberdade de iniciativa, conceito contido no artigo 170 da CF/88, que garante a todos o livre exercício da atividade econômica, independentemente de autorização, ressalvadas as hipóteses previstas em lei.

Sobre o livre exercício da atividade econômica, observa-se o argumento de Eros Roberto Grau (2013):

Inúmeros são os sentidos, de toda sorte, podem ser divididos no princípio, em sua dupla face, ou seja, enquanto liberdade de comércio e indústria e enquanto liberdade de concorrência. A este critério classificatório acoplando-se outro, que leva à distinção entre liberdade pública e liberdade privada, poderemos ter equacionado o seguinte quadro de exposição de tais sentidos:

a) liberdade de comércio e indústria (não ingerência do Estado no domínio econômico): a.1) faculdade de criar e explorar uma atividade econômica a título privado - liberdade pública; a.2) não sujeição a qualquer restrição estatal senão em virtude de lei - liberdade pública; b) liberdade de concorrência: b.1) faculdade de conquistar a clientela, desde que não através de concorrência desleal - liberdade privada; b.2) proibição de formas de atuação que deteriam a concorrência - liberdade privada; b.3) neutralidade do Estado diante do fenômeno concorrencial, em igualdade de condições dos concorrentes – liberdade pública (2013, p. 178)

Conforme demonstrado, conclui-se que um princípio está intimamente atrelado ao outro. Não é possível vislumbrar a livre iniciativa sem o regime da livre concorrência e vice-versa.

No mesmo sentido, disserta Tavares (2003), que assim preceitua:

[...] a livre iniciativa é como um princípio de decorrência lógica da proteção ao princípio da livre concorrência, eis que todos devem ter o direito de se inserir no mercado contestando os que já se encontram nele, buscando a melhor qualidade dos produtos e fixando preços mais competitivos (2003, p. 252).

A livre concorrência dá ao empresário a oportunidade de fixar livremente os preços que o mercado determina em ambiente competitivo e livre (CF, art. 170, IV). A liberdade de iniciativa pode ser compreendida como um direito outorgado aos agentes

econômicos de dirigirem seus negócios de forma livre, utilizando-se de critérios que acreditem serem pertinentes para o bom desenvolvimento de suas atividades.

No entanto, tanto a livre iniciativa quanto a livre concorrência estão suscetíveis às restrições legais, devendo, portanto, respeitar possíveis exceções previstas nas leis, as quais não podem operar ou devem atentar-se às limitações. Isso atinge a conclusão de que estes princípios não são absolutos e podem, portanto, ser relativizados no que se refere às restrições consubstanciadas em lei para o exercício de uma determinada atividade econômica (MOURA, 2018).

Uma exceção à liberdade de iniciativa, por exemplo, seria o da exploração de econômica de alguma droga ilícita. Embora a liberdade de iniciativa seja um princípio previsto na Constituição Federal, o objeto da atividade não pode ser ilegal.

O mesmo acontece sobre a livre concorrência. Os métodos utilizados no desempenho da atividade econômica, embora de livre escolha, não podem contrariar previsões legais nem tolher o direito de outras pessoas. Um exemplo disso seria a divulgação de informações falsas de um produto para que sua venda seja mais numerosa, o que causaria danos evidentes aos consumidores.

Um tema bastante atual que foi alvo de estudo referente à livre iniciativa e concorrência foi o caso do aplicativo de transporte UBER¹. Isso porque os taxistas de todo o país se opuseram à implantação do serviço no país (AGÊNCIA BRASIL, 2015), alegando, entre outros motivos, a concorrência desleal em razão dos baixos preços fornecidos pelo serviço.

No entanto, respeitando os princípios constitucionais da livre iniciativa e da livre concorrência, o aplicativo UBER tem tido êxito nas ações que são ajuizadas em seu desfavor. É importante destacar, também, que inúmeras leis municipais que proibiam o funcionamento do aplicativo já foram declaradas inconstitucionais em sede de controle concentrado, perante os órgãos máximos de seus respectivos Tribunais Estaduais.

¹ A Uber é uma plataforma que conecta usuários a motoristas parceiros, uma opção de mobilidade a preços acessíveis que funciona em uma plataforma prática. O aplicativo foi idealizado em 2009, quando Garrett Camp e Travis Kalanick, criadores da Uber, enfrentaram dificuldades para encontrar um carro para transportá-los ao fim de uma conferência na França. Com a ideia em mente, os dois retornaram ao seu país natal, os Estados Unidos, e a Uber começou a funcionar na cidade de São Francisco em 2010. No Brasil, a Uber chegou em 2014 e, desde então, já transportou mais de 20 milhões de usuários em nosso país, com mais de 500 mil motoristas parceiros no território nacional. Hoje, a Uber está presente em 65 países do mundo e em mais de 600 cidades, sendo mais de 100 delas no Brasil. A Uber se esforça diariamente para expandir ainda mais suas operações, oferecendo uma alternativa de mobilidade confiável e eficiente nas mais diversas regiões do planeta. Site oficial do UBER. Disponível em <<https://www.uber.com/pt-BR/blog/o-que-e-uber/>> Acesso em 28/12/2022.

O Tribunal de Justiça de São Paulo foi um dos primeiros a decidir neste sentido. Em 05/10/2016 foi declarada a inconstitucionalidade da Lei Municipal nº 16.279/1532, que proibia o funcionamento do aplicativo UBER em São Paulo. O Acórdão (TJSP, 2016) teve relatório do Desembargador Francisco Casconi, que reconheceu a violação, por parte da proibição municipal, aos princípios fundamentais da ordem econômica, como livre iniciativa, livre concorrência e defesa do consumidor:

AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE LEI MUNICIPAL QUE DISPÕE SOBRE PROIBIÇÃO DO USO DE CARROS PARTICULARES CADASTRADOS EM APLICATIVOS PARA O TRANSPORTE REMUNERADO INDIVIDUAL DE PESSOAS NO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO. PRELIMINARES SUSCITADAS PELO PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO. [...] POLÍTICA NACIONAL DE MOBILIDADE URBANA QUE CONFORMA O TRANSPORTE PRIVADO INDIVIDUAL DE PASSAGEIROS. INSERINDO-O NOS MODAIS DE MOBILIDADE URBANA (ART. 3º. §2º. INCISO III. ALÍNEA 'B' DA LEI Nº 12.587/2012) NATUREZA JURÍDICA DE ATIVIDADE PRIVADA EVIDENCIADA SERVIÇO DE TRANSPORTE PÚBLICO INDIVIDUAL DE PASSAGEIROS (TÁXIS) QUE GUARDA CARACTERÍSTICAS PRÓPRIAS E DISTINTIVAS ATIVIDADE PRIVADA QUE É RESGUARDADA PELA LIVRE INICIATIVA ESTÍMULO À LIVRE CONCORRÊNCIA, INCREMENTANDO BENEFÍCIOS SOCIALMENTE DESEJÁVEIS. INCLUINDO AMPLIAÇÃO DO LEQUE DE ESCOLHA DO CONSUMIDOR NORMA PURAMENTE PROIBITIVA QUE CONTRARIA PRINCÍPIOS ELEMENTARES DA ORDEM ECONÔMICA. COMO LIVRE INICIATIVA, LIVRE CONCORRÊNCIA E DEFESA DO CONSUMIDOR [...] (grifou-se)

O acórdão exposto, guarda estrita relação com os princípios constitucionais da livre iniciativa e da livre concorrência, uma vez que a liberação do uso do aplicativo UBER no território nacional não encontra nenhum tipo de óbice legal.

Ou seja, a liberdade de iniciativa econômica refere-se ao direito de uma pessoa ou empresa de comercializar bens e serviços livremente, sem restrições desnecessárias impostas pelo governo. A liberdade de concorrência, por sua vez, refere-se à liberdade de uma pessoa ou empresa de investir e empreender de acordo com suas próprias escolhas e interesses.

A livre fixação de preços faz parte do conteúdo essencial da livre iniciativa e não pode ser violada juridicamente: o Estado não pode decidir o que produzir, onde vender, que preço pedir. O mercado deve ser livre e funcionar livremente sem a presença do Estado.

Por fim, mas não menos importante, a liberdade de contratar, consequência lógica do princípio da legalidade, fundamento das demais liberdades, segundo a qual ninguém é obrigado a fazer ou abster-se de coisa alguma, salvo nos termos da lei (CF, art. 5, II).

Nesse contexto, com base no sistema constitucional aqui revelado, é indiscutível que os indivíduos são os principais atores da ordem econômica do Brasil, e que o Estado, não pode impedir seu funcionamento por mera regulamentação ou interferência despropositada.

Ocorre que a livre concorrência pode ser confundida com liberdade absoluta, o que não existe. Toda liberdade deve ser regulada de modo a permitir a liberdade dos demais.

2.2 PROTEÇÃO À CONCORRÊNCIA NO BRASIL

A proteção à concorrência é um conjunto de medidas e leis que têm como objetivo promover a livre concorrência e evitar práticas anticompetitivas no mercado. No Brasil, essa proteção é garantida pela Lei de Defesa da Concorrência (Lei nº 12.529/2011) (BRASIL, 2011).

Essa lei estabelece regras com o objetivo de evitar formação de cartel, prática de preços abusivos, conduta abusiva de dominante e a concentração econômica. Além disso, ela também cria órgãos responsáveis por fiscalizar e punir as infrações à concorrência, como o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) e o Ministério da Justiça.

É importante lembrar que a proteção à concorrência é fundamental para garantir uma economia saudável e justa, pois promove a livre competição entre os empresários, o que leva a preços mais baixos, e a uma maior variedade de produtos e serviços para o consumidor.

Do modelo externo é que surge o ambiente jurídico nacional regulatório da concorrência que, sob a ótica de Prado (2011) guarda dois vetores distintos, sendo eles: compromisso com o bem-estar do consumidor e, o outro, o regramento jurídico da política econômica, na qual está inserida a concorrência. Afirma o doutrinador:

Nesse contexto, há duas visões de políticas de concorrência: (i) como um sistema legal cujo objetivo é promover o bem-estar do consumidor, no curto prazo, através da maximização das eficiências de Pareto; e (ii) como um sistema legal e institucional que é parte de uma política pública de promoção do desenvolvimento, que combina legislação tradicional antitruste, com regulação econômica, política industrial e planejamento econômico. No primeiro caso, o mercado é visto como um bem em si, como um instrumento de orientação da política de desenvolvimento; no segundo caso, o mercado é visto como um instrumento para promover as eficiências dinâmicas schumpeterianas, combinadas com outras políticas: neste caso, o mercado é um dos instrumentos da política de desenvolvimento. (2011, pp. 321-342)

Do ajustamento do marco regulatório da concorrência nacional, fez emergir o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência do Brasil (SBDC), instituído pelo artigo 3º da Lei nº 12.529/2011, supramencionada. O referido sistema conta com o Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE, ou seja, por opção legislativa, tem-se uma política de defesa da concorrência. Insta destacar que o dito sistema ainda foi repaginado pelos efeitos da Lei n. 8884/94. O Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência do Brasil tem objetivos imediatos e mediatos, sendo os primeiros voltados à proteção da concorrência, e os segundos, à sistematização dos valores inferidos para a plena realização da concorrência em si.

Dessa forma, o direito passa a definir e estabelecer regras à atividade privada, algo que não guarda nenhuma novidade, como pontua Mosco gliato (2008).

Diferentemente dos conceitos econômicos, o direito concorrencial tem seus fundamentos em esferas próprias, abrangendo os aspectos administrativos, privados e penais.

Consubstanciada no estado liberal, a concorrência é regida pela política de defesa da concorrência, sendo que a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OCDE, entende que ela trata de “um processo pelo qual os governos procuram estimular a concorrência e estabelecer um ambiente apropriado ao seu desenvolvimento, proibindo ou restringindo determinados tipos de práticas e transações comerciais que a limitem indevidamente”. Ainda acerca da própria valoração do conceito “concorrência”, conclusões assentadas pela OCDE, especialmente quanto ao referencial de seus benefícios, assim são apregoadas:

A fomentação da concorrência pode melhorar o desempenho econômico de um país, proporcionar oportunidades de negócio aos cidadãos e reduzir o custo dos bens e serviços na economia. Contudo, muitas leis e regulamentações contribuem para restringir a concorrência no mercado, e são várias as que vão além do necessário para atingir os objetivos prosseguidos pelas políticas públicas. Os governos podem reduzir as restrições desnecessárias utilizando o “Guia para Avaliação de Concorrência” da OCDE. O Guia proporciona uma metodologia geral que permite identificar as restrições desnecessárias e desenvolver políticas alternativas e menos restritivas, mas que, ainda assim, permitam atingir os objetivos prosseguidos pelos órgãos políticos. Um dos principais elementos do Guia consiste numa “Checklist de Concorrência”, que fornece uma série de questões simples para detectar legislações e regulamentações que possam potencialmente causar um impacto restritivo sobre a concorrência. Esta análise permite afetar os recursos limitados do governo às áreas onde a avaliação de concorrência é mais necessária. (p. 3).

Por meio da iniciativa da OCDE foram traçados ditames valorativos da concorrência, focados no seu benefício à sociedade. Ao editar um verdadeiro manual ou “checklist” aos governos, a mesma OCDE, por suas publicações, mira a padronização da própria calibragem da concorrência. Essa organização tem, ao estabelecer tais padrões, compromisso incisivo com a concorrência, por meio da consolidação do *status* de política pública, impondo critérios claros para sua verificação.

São diversas as modalidades de concorrência e, com isso, surge a necessidade de uma incessante verificação do mercado, de modo a garantir que todos possuam condições de competir de forma segura e igualitária. Não é um papel simples, no entanto, é do Estado o dever de policiar a existência de concorrências imperfeitas que, ainda que não desrespeitem a lei diretamente, inviabilizam a concorrência e prejudicam o exercício do livre mercado.

no momento da prática do ato (LOUREIRO, 2015).

2.3 CONCORRÊNCIA DESLEAL

Em sua vertente neoliberal, a Constituição atribuiu à iniciativa privada a exploração de atividades econômicas, reservando ao Estado apenas uma função supletiva, em hipóteses excepcionais (COELHO, 2011). Ao tratar da ordem econômica, o artigo 170 do texto constitucional, dispõe que esta se funda na livre- iniciativa, trazendo, expressamente, a livre concorrência como princípio geral da atividade econômica (TEIXEIRA, 2011).

Nesse sentido, o professor André Ramos Tavares (2006, p. 259) ensina que a “livre concorrência é a abertura jurídica concedida aos particulares, para competirem entre si, em segmento lícito, objetivando o êxito econômico pelas leis de mercado e a contribuição para o desenvolvimento nacional e a justiça social”. A economia de mercado está baseada nesses princípios, de maneira que os agentes econômicos devem travar suas disputas onde o melhor obterá a vitória, sobrepondo-se aos seus rivais. Desse ambiente, extraem-se inovações, aprimoramento de produtos e serviços e reduções de custos, de forma a impactar positivamente no desenvolvimento econômico (BANHOLI, 2017).

Quando uma empresa capta clientes pela desídia da outra concorrente, esse tipo de concorrência é legal e aprimora o mercado, de forma a motivar os agentes a estarem sempre em busca de inovação e aperfeiçoamento de seus produtos e

serviços. Entretanto, na concorrência desleal, existe uma quebra das expectativas do padrão de competição, que não são razoáveis às práticas do mercado (LOUREIRO, 2015).

O sistema concorrencial brasileiro veda condutas anticompetitivas e predatórias, que não se coadunam com a lealdade e a boa-fé (PEREIRA NETO; CASAGRANDE, 2016). Nessa perspectiva, o sistema está fortemente alicerçado na vedação das práticas ilícitas voltadas à captação de clientela, notadamente para que ocorra a justa divisão do mercado entre os concorrentes, de forma a beneficiar economicamente o país (SILVEIRA, 2021).

No intuito de viabilizar a liberdade de competição, o legislador ordinário estabeleceu ferramentas hábeis à coibição de práticas empresariais incompatíveis com o referido regime. Tais condutas, que ferem os princípios constitucionais relacionados à ordem econômica, encontram-se agrupadas em duas categorias: infração à ordem econômica e a concorrência desleal (COELHO, 2011).

André Luiz Santa Cruz Ramos (2020) faz uma pertinente diferenciação entre infração concorrencial e concorrência desleal. A primeira, infração concorrencial, refere-se às chamadas infrações contra a ordem econômica e abrange condutas que atingem a concorrência *in abstracto*, de forma coletiva, como no caso de cartelização, por exemplo. Esta infração é reprimida administrativamente pelo CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) nos termos da Lei Antitruste (Lei 12.529/2011) (RAMOS, 2020).

Em relação à concorrência desleal, o autor afirma tratar-se de condutas que atingem um concorrente *in concreto*, como no caso de venda de produtos piratas, por exemplo, e também nas situações em que ocorre o *cybersquatting* e o *typosquatting*, conceitos estes que serão abordados adiante. É reprimida tanto na esfera cível, como criminalmente, nos termos da Lei no 9.279/96 – Lei de Propriedade Industrial, que em seu artigo 195, dispõe que o emprego de meio fraudulento para desviar clientela e o uso ou imitação de sinal de propaganda alheio, de modo a criar confusão entre produtos ou estabelecimentos, são configurados como crime de concorrência desleal (RAMOS, 2020).

A convenção de Paris, de 1883, da qual o Brasil é signatário, foi o primeiro diploma internacional que se comprometeu a lutar contra a concorrência desleal. Em seu artigo 10bis, definiu ato de concorrência desleal como qualquer ato contrário aos usos honestos em matéria industrial ou comercial e destacou como ilícitas as práticas

que criam confusão, por qualquer meio, com o estabelecimento, os produtos ou a atividade do concorrente (FAZZO JUNIOR, 2020). Sobre esse entendimento, ensina André Luiz Santa Cruz Ramos (2020):

As regras internacionais sobre o assunto definem genericamente a concorrência desleal como os atos contrários aos “usos honestos em matéria industrial ou comercial” (CUP) e a “práticas comerciais honestas” (TRIPS), devendo os estados-membros reprimir especialmente os atos que estabelecem “confusão” com estabelecimentos e produtos, as “falsas afirmações no exercício do comércio” e as afirmações que possam “induzir o público em erro” (RAMOS, 2020, p.497).

Grande parte da doutrina destaca a concorrência efetiva como um pré-requisito para a configuração da concorrência desleal, ou seja, existe a necessidade de que as empresas estejam realmente concorrendo: de forma simultânea, no mesmo âmbito geográfico e na mesma área de atuação, de forma que a colisão de interesses sejam palpáveis e que seja apontada a possibilidade de uma empresa estar captando indevidamente os possíveis clientes da outra empresa (SILVA, 2013).

Entretanto, a jurisprudência tem adotado uma posição mais contemporânea e mais convergente com o princípio da boa-fé objetiva:

O ato de concorrência desleal não é apenas o ato de desvio de clientela, em que um concorrente emprega ardis para se apropriar da clientela de outro agente econômico. Também é ato de concorrência desleal qualquer intervenção no mercado, que tenha o potencial de desequilibrar o funcionamento da livre concorrência, mediante o emprego de ferramentas desonestas. Portanto, não é pressuposto para a prática de um ato de concorrência desleal que o agente e sua vítima sejam concorrentes, atuantes em um mesmo nicho de mercado. Qualquer pessoa física ou jurídica que pratique atos comerciais desonestos, capazes de afetar a livre concorrência, poderá ser agente destes atos. Essa definição contemporânea de atos de concorrência desleal é produto da mudança do próprio foco do direito empresarial, o qual deixou de ocupar-se essencialmente com os interesses atomizados dos agentes econômicos, e passou a ocupar-se com a tutela do mercado, genericamente considerando, garantindo seu bom funcionamento, de maneira ampla (RODRIGUES, 2015, p. 13).

Alberto Camelier (2013), também com uma visão mais ampla em relação ao conceito de concorrência desleal, assim se expressa:

Concorrência Desleal é todo e qualquer ato praticado por um industrial, comerciante ou prestador de serviço contra um concorrente direto ou indireto, ou mesmo um não concorrente, independentemente de dolo ou culpa, utilizando-se de meios ilícitos com vistas a manter ou incrementar sua clientela, podendo ou não desviar, em proveito próprio ou de terceiros, direta ou indiretamente, clientela de outrem. Esses atos são contrários as práticas e usos honestos perpetrados na indústria, comércio e serviços (SILVA, 2013, p. 114).

A concorrência leal e a desleal são institutos semelhantes. Em ambas existe o desejo de prejudicar o concorrente, retirando-lhes total ou parcial fatias do mercado que se havia conquistado. A intenção de causar dano à outra empresa é elemento nuclear, tanto na concorrência lícita, como na ilícita. O que irá distingui-las, entretanto, serão os meios utilizados na busca pela concretização dos seus objetivos. Na concorrência leal, o agente se utiliza de práticas legais, não vedadas pelo ordenamento jurídico, enquanto na concorrência desleal, aplica-se o uso de meios ilícitos, imorais, que violam preceitos constitucionais e que vão em contrapartida da lealdade competitiva que se espera de um mercado equilibrado (COELHO, 2011).

Essa também é a interpretação de Pontes de Miranda (1983):

O se condena, na repressão da concorrência desleal, é o emprego de certos meios de luta, constituindo ato reprimível criminalmente e gerador de pretensão à abstenção ou indenização, que se praticou no exercício de alguma atividade e ofende a outrem no plano da livre concorrência (1983, p.287).

Destaca-se que os prejuízos advindos de atos desleais, podem vir a se manifestar somente ao longo do tempo. Dessa forma, por inúmeras vezes, as consequências negativas suportadas pela empresa, como a diminuição da clientela, perda da credibilidade ou diluição da marca, por exemplo, não poderão ser apuradas no momento da prática do ato (LOUREIRO, 2015).

Nesse sentido, conforme verifica-se, é possível afirmar que a preocupação com um mercado competitivo e equilibrado é medida fundamental para o desenvolvimento econômico. Dessa forma, para que a proteção constitucional conferida a esse instituto seja efetiva, torna-se necessário uma atenta observação ao caráter dinâmico que o mercado tem experimentado com a introdução do comércio eletrônico.

2.4 A CONCORRÊNCIA NA ERA DIGITAL

A concorrência na era digital refere-se à competição que ocorre entre as empresas na economia digital, que é o setor econômico baseado no uso de tecnologias digitais para criar, armazenar, processar e trocar informações e dados.

Na era digital, a concorrência entre as empresas pode ser intensa, devido ao ritmo acelerado das mudanças tecnológicas e a facilidade com que as empresas podem entrar e sair de vários mercados. As tecnologias digitais também tornaram

mais fáceis para as empresas alcançarem um público global, o que pode aumentar ainda mais a concorrência.

Uma das principais características da concorrência na era digital é que ela é impulsionada pela disponibilidade e acessibilidade da informação. Na economia digital, as informações geralmente estão amplamente disponíveis e facilmente acessíveis, o que pode tornar mais fácil para as empresas coletarem dados e *insights* sobre seus concorrentes, clientes e o mercado. Tal fato permite que as empresas tomem decisões mais eficientes, e respondam mais rapidamente às mudanças no mercado.

No geral, a concorrência na era digital leva a preços mais baixos, e produtos e serviços de maior qualidade e inovação. Entretanto, as empresas que se esforçam para atrair e reter clientes em um ambiente cada vez mais competitivo, necessariamente precisam se adaptar às tecnologias e às condições de mercado com agilidade, para se manterem competitivas.

A Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), por meio do relatório contido no “*The Digital Economy*” (2012, p. 3), elenca as características intrínsecas da era digital, onde foram destacadas: "o vencedor leva tudo" (*winner takes all*), efeitos de rede (*network effects*), mercados de dois lados (*two-sided markets*), inovação acelerada e elevadas somas de investimento”.

Para Bruno Bastos Becker e Marcela Mattiuzzo (2020), a concorrência na era digital é pontuada pela profunda alteração imposta ao mercado e pelas novas tecnologias, relevando que:

Todas essas inovações tecnológicas modificaram substancialmente as dinâmicas de mercado. A título exemplificativo, o maior volume de informações unido ao seu rápido processamento permitiu às plataformas digitais direcionarem a publicidade diretamente para um público-alvo selecionado, de forma extremamente mais eficiente. Além da publicidade, a existência de melhores informações sobre os padrões de consumo também viabilizou a definição de preços e condições comerciais distintas (i.e., discriminação) em nível de perfil de clientes e, até mesmo, individual. Tais inovações alteraram as dinâmicas de diversos mercados, possibilitando a oferta em menores escalas e, conseqüentemente, facilitando a entrada de novos agentes econômicos (2020, p. 42).

A concorrência digital, especialmente quanto à postura do empresariado, deve ser analisada pelo prisma da conectividade, onde na compreensão de Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017) ela:

Diminui de forma significativa os custos de interação entre empresas, funcionários, parceiros de canal, clientes e outras partes envolvidas [...] isso, por sua vez, reduz as barreiras de entrada em novos mercados, permite o desenvolvimento simultâneo de produtos e abrevia o tempo necessário para a construção da marca (2017, p. 35).

A nova forma de concorrência, fundada no mundo digital, requer, para Schallmo e Williams (2018), a conformação de três objetivos fundamentais: “um novo valor para o mundo digital dos negócios, otimização de processos para impactação na experiência da clientela e o desenvolvimento de capacidade estruturantes”. Por seu turno, Cueva (2020) é incisivo ao afirmar que a concorrência nos mercados digitais é um dos maiores desafios dos meios combativos da prática antitruste, onde ele é “dominado por empresas de tecnologia dotadas de grande poder de mercado em cada um dos segmentos em que atuam, é refinar os conceitos e ferramentas utilizados para a prevenção e combate a ilícitos antitruste” (CUEVA, 2020, p.78).

Insta colacionar, especificamente sobre a concorrência no mercado digital e a sua ainda primariedade, as conclusões de Daniel Favoretto Rocha (2020), que remetem à reflexão acerca dos meios para o combate as já conhecidas práticas de concentração. Adverte o doutrinador:

O primeiro desafio, nesse contexto, é definir se impor remédios a uma determinada operação é de fato necessário ou se o próprio desenvolvimento do mercado digital já seria suficiente para mitigar as preocupações concorrenciais levantadas. Em mercados sobre os quais a autoridade não possui conhecimento tão aprofundado, em razão da dinamicidade da inovação e da incipiente maturação do mercado, torna-se mais difícil fazer análises prospectivas e, portanto, identificar as exatas preocupações concorrenciais, tais como a probabilidade de exercício de poder de mercado. Nesse contexto, muitas autoridades têm adotado uma postura cautelosa, procurando evitar falsos positivos e intervenções excessivas (2020, p. 331).

Afora toda a preocupação mundial com o já consumado mercado digital, especialmente quanto às suas fronteiras, Bukht e Heeks (2017, p.11) entendem que “não se pode restringir o conceito da economia digital, devendo ela abraçar todas as atividades econômicas digitalmente capituladas”. Não por menos que Van Gorp e Batura (2015, p.15) afirmam que “a economia tradicional e a digital estão cada vez mais assemelhadas, por meio da plena capilaridade entre tais, sendo difícil a própria separação delas”.

Como em todo setor onde impera a novidade, as iniciativas regulatórias do mercado concorrencial digital são cada vez mais aflitivas, havendo toda sorte de movimento para impor limites à prática. Assim destaca Matt O'Brien² (2021):

Os principais conselheiros científicos do presidente Joe Biden estão pedindo uma nova “declaração de direitos” para se proteger contra uma nova e poderosa tecnologia de inteligência artificial. Os reguladores europeus já tomaram medidas para controlar os aplicativos de IA mais arriscados que podem ameaçar a segurança ou os direitos das pessoas. Os legisladores do Parlamento Europeu deram um passo esta semana a favor da proibição da vigilância biométrica em massa, embora nenhuma das nações do bloco esteja vinculada à votação de terça-feira, que pedia novas regras que impedissem a aplicação da lei de escanear características faciais em espaços públicos (2021, p18).

No Brasil, a exemplo da onda mundial de regulamentação da concorrência na era digital, o CADE disponibilizou o documento especial de trabalho nº 005/2020 (2020), onde expressa a preocupação do governo brasileiro com o novo ambiente. Nesse sentido, firmou o órgão governamental:

Este documento de trabalho buscou sumarizar os principais estudos internacionais que analisam as dinâmicas competitivas de mercados digitais. Trata-se de uma revisão dessa literatura, que não necessariamente reflete a visão do CADE. De modo geral, verifica-se que estes mercados podem apresentar diversos problemas de natureza concorrencial, justificando uma atenção especial por autoridades antitruste ao redor do mundo. Esta certamente é uma área em que políticas públicas encontram-se em constante mudança. Isso justifica a elaboração deste trabalho e dos diversos esforços desta autarquia para manter sua atualização técnica e científica frente aos desafios trazidos pela economia digital. Assim, o CADE permanece atento às particularidades dos mercados brasileiros e às mudanças nas dinâmicas concorrenciais para assegurar o desenvolvimento de mercados digitais nacionais. (2020, pp. 133 e 134)

O CADE (BRASIL, 2021), por meio da consulta nº 08700.002055/2021-10, relativamente ao novo sistema aplicado pela empresa Ipiranga, afirmou que não havia riscos à atividade concorrencial. Tal episódio, tecnicamente, inaugurou a interpretação estatal no âmbito da concorrência digital.

A concorrência digital, por meio de suas ferramentas próprias, inclusive, já foi enfrentada parcialmente pelo Supremo Tribunal Federal (BRASIL, 2019), por meio do Recurso Extraordinário nº 1054.110/SP, da Relatoria do Ministro Luis Roberto Barroso

² Traduzido de forma livre. Texto original: Top science advisers to President Joe Biden are calling for a new “bill of rights” to guard against powerful new artificial intelligence technology. European regulators have already taken measures to rein in the riskiest AI applications that could threaten people’s safety or rights. European Parliament lawmakers took a step this week in favor of banning biometric mass surveillance, though none of the bloc’s nations are bound to Tuesday’s vote that called for new rules blocking law enforcement from scanning facial features in public spaces.

que, ao tratar dos motoristas por aplicativo, optou pelo afastamento das barreiras relativas à entrada e saída de seus usuários, rechaçando qualquer controle de preços. Naquela ocasião, assim decidiu a Corte:

Como se vê, os comandos cuidam exclusivamente de regulação da qualidade e da informação. Por esta razão, Presidente, considero que desta opção regulatória para o setor se extrai a impossibilidade de se criarem barreiras de entrada e controle de preço para o transporte individual privado por aplicativo. O objetivo da lei federal é precisamente não reproduzir o cenário de violação à concorrência e à livre iniciativa que até então marcava este mercado. A regulamentação e fiscalização confiadas aos municípios e ao Distrito Federal não podem, portanto, contrariar este padrão regulatório estabelecido pelo legislador federal. Cabe lembrar que a competência legislativa para cuidar de matéria associada a trânsito e transporte é privativa da União, nos termos do art. 22, XI.

Kotler (KOTLER, 2017, p. 40), ainda destaca que com o evento do mercado digital, a decisão do consumidor, diante da vasta e rápida informação passou a ser “influenciada pelas comunicações de marketing em diferentes mídias, pelas opiniões de amigos e familiares e, por fim, no fato de que eles também têm conhecimentos e um sentimento em relação a determinadas marcas baseados em experiências prévias”.

Machado (2021), ao traçar os elementos da concorrência na era digital, afirma que esta “deixou de ser apenas as demais empresas que atualmente competem no seu mercado, com produtos, serviços e modelos de precificação semelhantes”.

A concorrência digital também carrega a ampla transformação das relações de trabalho e emprego, imprimindo uma nova dinâmica ao setor, destacada pela OCDE:

Empregos. A transformação digital já começou a mudar a natureza e a estrutura das organizações e dos mercados, levantando questões importantes sobre quais trabalhos podem desaparecer e de onde surgirão novos cargos, quais serão seus aspectos e quais competências exigirão. Ao mesmo tempo, surgiram questões sobre quem pode ser mais afetado e o que pode ser feito para fomentar a criação de novos empregos e alinhar o desenvolvimento de competências à evolução das exigências em matéria de qualificações. Os avanços tecnológicos e a introdução de novos modelos de negócios, deram origem à “economia das plataformas” e levaram ao surgimento de novas formas de trabalho, como o “crowdworking” (contribuição colaborativa), a “economia freelancer”, e outras formas de trabalho sob demanda. A garantia de que a transformação digital leve a mais melhores trabalhos, dependerá do tipo de políticas que a acompanhem, incluindo áreas tais como: mercados de trabalho, educação e competências, e proteção social. Visto que os impactos positivos podem ficar concentrados em poucas indústrias e regiões, as políticas setoriais e regionais serão igualmente importantes.

Bruna Giroldo (2021) analisa o impacto da concorrência digital no mercado de trabalho, deixando assim afirmado:

A sociedade é impactada com a transformação digital como um todo. Em relação ao mercado de trabalho, a lógica é a mesma. A tecnologia transformou as nossas vidas e têm se tornado cada vez mais presente no dia a dia. Portanto, a transformação digital no mercado de trabalho pode ser percebida através da relação das pessoas com as máquinas. O impacto acontece desde a presença da tecnologia nos processos seletivos, às mudanças estruturais que as empresas sofreram com essa incorporação. (2021)

Trentinim (2020), por meio de conceitos destacados na entrevista dada ao Tribunal Regional do Trabalho, da 23ª Região, corrobora com os entendimentos até então trazidos, e destaca que “a tecnologia tem uma influência muito grande no mercado de trabalho, nós acompanhamos a influência da tecnologia desde a primeira grande revolução industrial até agora, sob uma influência muito grande da "Lei de Moore”, uma lei ainda bastante vigente, criada por Gordon Earl Moore um dos co-fundadores da Intel Corporation em 65”.

Toda a dinâmica do mercado conhecida anteriormente à era digital restou alterada, modificando estruturalmente a concorrência em todas as matizes, como preleciona Castells (2020):

Não haverá volta. Porque o novo normal não será o que conhecíamos. E assim como a saúde pública será nossa garantia de sobrevivência, também será a digitalização completa de nossa organização econômica e social, o que se tornará uma estrutura permanente para manter nossa comunicação em todas as circunstâncias.

Dessa forma, observa-se que a concorrência no âmbito digital possui diversos desafios para que os princípios constitucionais que regem o mercado sejam respeitados. Isso se deve ao fato de que o mundo está cada vez mais globalizado e a internet permite que a concorrência atinja patamares que antes não eram possíveis, onde os limites geográficos são, atualmente, quase inexistentes. Do mesmo modo, o estudo da concorrência no âmbito digital merece análise aprofundada e requer vasta adaptação do ordenamento jurídico.

3 DEFINIÇÃO DE DOMÍNIO, *CYBERSQUATTING*, *TYPOSQUATTING* E A LEGISLAÇÃO

A internet transformou radicalmente a forma de consumo dos indivíduos, onde barreiras e fronteiras físicas deixaram de existir. O mercado precisou voltar toda sua atenção para a nova realidade apresentada pelo comércio eletrônico. Assim como nomeio físico, este mercado também comporta infinitas formas ilícitas aptas a burlá-lo.

Práticas ilegais que até então não existiam, tornaram-se alvo de preocupação entre as empresas que atuam no ambiente virtual. Nesse sentido, o *cybersquatting* eo *typosquatting*, termos que estão relacionados à propriedade e uso de nomes de domínio na Internet, vieram a aumentar o já imenso rol de modalidades de atos de concorrência desleal. Executados exclusivamente no meio digital, “piratas cibeméticos”, por intermédio do registro de domínio, com condão especulativo e extorsivo, usurpam direito alheio no intuito de obter vantagem indevida (NEVES, 2013).

3.1 DOMÍNIO

O nome de Nome de Domínio, ou *Domain Name System* (DNS), surgiu da necessidade de um registro de identificação individualizado dentro da internet. Os computadores conectados à rede mundial de computadores ou *world wide web*, que é um sistema de informação baseado na internet, o qual permite que usuários de computadores acessem informações em forma de documentos de hipertexto, chamados de páginas da *web*, recebem uma combinação numérica, denominada IP (*Internet Protocol*), que identifica sua localização física e o endereço eletrônico que conecta um usuário à um computador (KING, 2000).

O que possibilitou que essa combinação numérica fosse decodificada para uma linguagem alfabética, foi o nome de domínio, pois o *DNS* traduz o nome de domínio para o IP. A título de exemplo, o nome de domínio *brasil.gov.br*, corresponde ao IP – 161.148.175.40. (LOUREIRO, 2015).

Esses endereços são chamados de Localizadores Uniformes de Recursos (*URLs*), e são divididos em partes, separadas por ponto. Por exemplo, se a URL for *http://www.google.com*, o 'http' é o protocolo ou a convenção técnica em que a operação da *World Wide Web* é baseada. O 'www',

denominado subdomínio, indica que o site para o qual se deseja acessar está na *World Wide Web*.

O “.com” é o domínio de nível superior, ou TLD (*top level domain*), e é ele que ajuda a indicar o que o site pode representar. Os domínios de nível superior (TLD) são subdivididos em domínios genéricos de nível superior (gTLD), como por exemplo, google.com, e domínios de nível superior de código de país (ccTLD), como bb.com.br (KING, 2000)

Também são exemplos de domínio de nível superior genérico o “.org”, “.net”, “.edu”, dentre outros. Os domínios de nível superior (gTLDs), são atualmente administrados através da *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers* (ICANN), que é uma organização sem fins lucrativos, que coordena e gerencia o sistema de nomes de domínio da internet (KING, 2000).

Já os domínios de nível superior de código de país (ccTLD) são administrados pelo país correspondente. No Brasil, o .br é administrado pelo Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR – Nic.br

O nome propriamente dito, que é a parte que o usuário escolhe e que causa disputas, é o domínio de segundo nível (SLD), também denominado *hostname*. Hierarquicamente falando, o nome de domínio deve ser lido da direita para esquerda, e o *hostname* se encontra na penúltima posição, como a palavra “google”, no “www.google.com”, ou o “itau”, no “www.itau.com.br”.

Denominações que antecedem o TLD, seria a especificação da finalidade do nome, como o “.com”, para comércio, o “.adv”, para advogados, dentre outros.

Ultrapassada as definições técnicas, faz-se importante a conceituação do nome de domínio no mundo atual. A partir da expansão do comércio digital, o nome de domínio deixou de significar somente um endereço eletrônico e se tornou um bem imaterial determinante para as empresas atuais. Sendo composto pelo nome solicitado, seguido por um sufixo, que é exigência dos órgãos responsáveis pelo registro de domínio (LOUREIRO, 2015), “muitas vezes, esse nome de domínio se expressa pela mesma nomenclatura do título do estabelecimento ou pela nomenclatura da marca” (TEIXEIRA, 2011. p.28).

De forma simplificada, as funções do domínio podem ser assim conceituadas:

A primeira é técnica: proporciona as interconexões dos equipamentos. Por meio do endereço eletrônico, o computador do comprador põe-se em rede com os

equipamentos que geram a página do empresário (vendedor). E esta função é similar a do número de telefone. A segunda função tem sentido jurídico: identifica o estabelecimento virtual na rede. Cumpre, assim, em relação à página acessível via internet, igual função a do título do estabelecimento em relação ao ponto

O nome de domínio será o endereço do website da empresa. Para melhor compreensão, faz-se uma analogia a um endereço de uma casa, onde o domínio é o endereço, e o *website* é a casa. “É pelo *website* que a atividade do empresário atuante no comércio eletrônico passa a ser difundida e desenvolvida, pois é ali que seus clientes podem fazer compras” (TEIXEIRA, 2011, p.28).

Portanto, quando a empresa possui o nome de domínio correlacionado à sua marca ou estabelecimento, poderá ser encontrada pelos possíveis clientes de forma muito mais intuitiva, o que se traduz em mais vendas e maiores lucros.

A propriedade de uma marca é adquirida mediante o seu registro no Instituto de Marcas e Patentes. Buscando o legislador favorecer aquele que age de boa-fé, existe uma ressalva para quem já utilizava essa marca de forma não registrada há no mínimo seis meses. Trata-se do direito de precedência, que é a possibilidade de quem já utilizava a marca informalmente, obstar o registro dela por um terceiro (BARBOSA, 2005).

Nesse sentido, o código de propriedade industrial adota o sistema atributivo misto, que vela tanto pelo direito adquirido com efetivação do registro, quanto àquele que de boa fé, pode exercer o direito de precedência, conforme o §1º do art. 129 da Lei 9279/96 (BARBOSA, 2005).

Já o registro do nome de domínio, baseia-se no *Princípio First Come, First Served*, que traduzido, significa o primeiro que chegar é o primeiro a registrar. Dessa forma, desde que o nome solicitado esteja disponível, o interessado poderá adquiri-lo. Essa facilidade, que é esperada nesse novo mundo digital, trouxe consigo diversos obstáculos, como apontado por Loureiro (2015, p. 54):

O princípio first come, first served é adotado por todos os organismos registradores de nome de domínio, que, em linhas gerais estabelece a prioridade da ordem de chegada: quem primeiro requer e cumprir com os requisitos para o registro de um domínio será seu titular. Sob uma visão jurídica, tal medida é perigosa porque aumenta o risco de conflitos com terceiros detentores de direitos sobre signos distintivos (LOUREIRO, 2018, p.54).

Tem-se que o nome de domínio pode ser caracterizado como um sinal distintivo, capaz de identificar a marca, empresa ou o estabelecimento, com valor patrimonial atribuído. Sob esse aspecto, a proteção designada ao nome empresarial trazida pelo artigo 5º, inciso XXIX da Constituição Federal, deve também ser estendida a esse instituto.

Sob essa perspectiva, discorre Patrícia Peck Pinheiro (2013):

Para o Direito Digital, o domínio na Internet não é apenas um endereço eletrônico, mas sim a união entre localização (endereço) e o valor de marca (capacidade de ser lembrado – awareness). Deter o nome de uma empresa na rede é deter-lhe o valor; é deter-lhe a capacidade de ser alcançada por seu público-alvo, o que pode representar um sério problema, especialmente no caso de marcas conhecidas do público em geral. (Pinheiro, 2013, p.150).

A única forma que o usuário pode ser localizado e identificado no meio digital é por meio do nome de domínio, o que o torna requisito de existência para as empresas exclusivamente virtuais. Em relação às empresas do universo físico, possuírem *website* que as identifiquem é ferramenta determinante para sua sobrevivência no contexto mercantil atual, sob pena de serem colocadas às margens da concorrência e, conseqüentemente, perder clientes, sofrer desvalorização, ou até mesmo ser eliminada do mercado.

A relevância representada pelo nome de domínio deve ser objeto de atenção, em razão do potencial lesivo à uma empresa, quando o registro decorre da nítida má fé daquele que escolheu o nome, com intuito de obter vantagem indevida, principalmente financeira (NEVES, 2013), bem como prejudicar um concorrente. Os prejuízos econômicos e morais advindos dessas práticas podem ser irreparáveis, afetando, inclusive, o direito dos consumidores. Por essa razão, faz-se necessário a devida proteção a esse instituto, de forma a preservar princípios constitucionais que velam pelo desenvolvimento econômico.

3.2 CYBERSQUATTING

O *cybersquatting* ocorre quando alguém registra um nome de domínio que pertence a uma marca registrada, empresa ou personalidade famosa, com o objetivo de obter vantagem indevida. Por exemplo, uma pessoa pode registrar o nome de domínio "nikestore.com" para vender produtos falsificados da Nike, ou redirecionar o tráfego para um site de comércio eletrônico diferente, com o intuito de desviar a clientela da marca renomada. O *cybersquatting* também acontece quando ‘grileiros da

internet' registram um domínio com o nome de um terceiro que ainda não esteja no universo digital, com o objetivo de auferir valores financeiros com a venda desse domínio (FIGUEIREDO, 2019). Nessa concepção, Rafael Tárrega Martins (2009) assim conceitua:

O cybersquatting ou ciberocupação consiste no registro ou aquisição de nome de domínio idêntico ou similar a marca, normalmente notória ou de alto renome, para proceder à sua venda, licença ou cessão ao titular da marca ou a empresa da concorrência, ou ainda para beneficiar-se da reputação dessa marca alheia (MARTINS, 2009, p.99).

No mesmo aspecto, Tinoco Soares (2001), pontua:

O registro de nome de domínio infringente de titularidade de marca é internacionalmente reconhecido quando: a) há identidade ou similaridade com a marca; b) não há legítimo interesse do detentor do domínio virtual sobre a expressão; c) o referido nome é registrado ou utilizado com má-fé (2001, p. 68- 76,).

Exemplo clássico de *cybersquatting* de grande repercussão, deu-se com a marca McDonald's que, em 1993, para poder utilizar o nome de domínio igual ao de sua própria marca, pagou um milhão de dólares a um pirata cibernético que detinha o registro.

Também são considerados *cybersquatting* os domínios com nome de marcas famosas com acréscimo de algum prefixo ou sufixo. A título de exemplo, já foi objeto de conflito o domínio registrado como "novopontofrio.com.br", onde a palavra "novo" foi acrescida a marca Ponto Frio, evidenciando a clara intenção de se aproveitar da marca alheia (NEVES, 2013).

As perdas decorrentes dessa prática não se limitam à restrição da empresa utilizar seu sinal distintivo como endereço eletrônico, ou ter que desembolsar vultuosas cifras para tanto. Situação altamente danosa ocorre quando o fraudador cria uma página semelhante à de uma página renomada para aplicar atividades ilícitas. Podendo se desdobrar em e-mails com conteúdos maldosos, como no caso ocorrido com o domínio "bancodobrasil.net", que não faz parte dos sites da empresa Banco do Brasil, e que foi utilizado ilicitamente para captar dados sensíveis de seus clientes, como senhas e número do cartão, para a posterior efetuação de saques e compras (LIMA, 2010).

Nesses casos, semelhante ao que ocorre no *typosquatting*, além do incalculável prejuízo para o consumidor, a credibilidade da empresa fica fortemente

abalada, pois o usuário, vítima de tais práticas, pode perder o interesse em se manter cliente da instituição por associar o fato ocorrido a uma vulnerabilidade em seu esquema de segurança.

Sendo o nome de domínio o viabilizador da construção do website, local onde o empresário pode anunciar e vender seus produtos e serviços para o mundo todo à um custo relativamente baixo, a empresa que é impedida de usar o nome de domínio igual a sua marca, devido já estar em mãos de piratas cibernético, será irremediavelmente prejudicada. Sem esse recurso, a capacidade de concorrer com outras empresas de forma igualitária e livre é completamente fulminada.

Um caso particular do *cybersquatting* é o *hijacking*, palavra de origem inglesa que significa “sequestro”, situação em que o agente mal-intencionado sequestra um nome de domínio real existente com a intenção de receber um proveito econômico em troca, efetuando a transferência do controle do nome de domínio de seu proprietário para si de forma não autorizada e redirecionando os usuários que o acessou para lugar diverso. O *hijacking* é uma das modalidades mais perigosas do *cybersquatting*, pois utiliza-se do domínio original do proprietário para desviar o acesso de uma pessoa para *website* diverso da registrada (CRAVO, 2011).

Um relatório da ICANN (2005) reporta as principais ações criminosas como consequências do *hijacking*, dentre eles o sequestro do domínio para venda; o sequestro para extorsão; degradação da marca; roubo de identidade de marca; espionagem política, comercial ou pessoal; interrupção das atividades da empresa, entre outros. Uma vez que um domínio é sequestrado, o proprietário legítimo pode ter dificuldade em recuperar seu controle, já que o sequestrador pode alterar os registros DNS, bloquear a conta ou simplesmente ignorar solicitações para transferir o domínio de volta.

3.3 TYPOSQUATTING

Também violadora de direitos alheios, bem como da concorrência, tem-se a figura do *typosquatting*. Essa nova denominação de conflitos adveio principalmente com o avanço da internet e do comércio eletrônico. Como grandes marcas e empresas já detinham seus respectivos nomes de domínio registrados, restou aos usurpadores se aproveitarem do registro de nomes de domínio semelhantes ao de marcas conceituadas, ou contando com o cometimento pelo usuário de erros fonéticos, de digitação ou ortográficos (NEVES, 2013).

O *Typosquatting* pode ser considerado a evolução ou o desdobramento do *cybersquatting*. Este, também consiste no registro mal-intencionado de um domínio, com o nome semelhante ao de marcas amplamente conhecidas. Entretanto, *notyposquatting*, utiliza-se denominações que contêm erros tipográficos ou ortográficos mínimos, com inversões de letras próximas ao teclado do computador (NEVES, 2013). A escolha maliciosa do nome do domínio advém do resultado de uma digitação incorreta referente ao nome de determinada marca famosa, devido proximidade de uma tecla, com uma simples troca de letra, ou uma semelhança fonética. É o caso de se registrar “microsft.com”, com a intenção de que o internauta que erra ao digitar “microsoft.com”, seja enganosamente direcionado à página criminosa. A intenção é induzir o usuário ao erro e desviar a clientela já estabelecida empresa vítima dessa prática (LOUREIRO, 2015, MARTINS 2009). Sob esse enfoque, destacam-se as considerações de Renato Blum e Caio Lima (2015).

Também tem havido registros com tentativa de se “apoderar” do tráfego que seria direcionado a outro portal eletrônico, mas que, devido a um pequeno erro de digitação (o que no inglês se denomina de typo), leva o interessado a cair em domínio totalmente distinto daquilo que se buscava, constatando-se a prática do typosquatting (BLUM; LIMA, 2015, p. 2).

Quando o consumidor cai nessas armadilhas, o empresário acaba tendo sua clientela desviada e seu faturamento diluído. A empresa usurpadora, de forma ilícita, apropria-se de todo investimento e pesquisa da empresa legítima, destacando-se de forma desleal entre seus concorrentes, causando forte desequilíbrio no mercado. Nesse aspecto, pondera Rafael Tárrega Martins (2009).

O titular do site identificado pelo domínio com erro tipográfico pode oferecer produtos ou serviços similares ou mesmo distintos daqueles disponibilizados pelo domínio usurpado. O problema está em que promoverá sua atividade a um custo reduzido na medida em que se valerá da reputação alheia, podendo inclusive vender espaço publicitário em razão do número elevado de acessos ao site, ademais da flagrante possibilidade de desvio de clientela (2009, p. 103).

No intuito de se protegerem dos prejuízos advindos do *typosquatting*, grandes empresas digitais como a Google, o Facebook e a Netflix, por exemplo, detêm o registro dos domínios de uma infinidade de palavras resultantes de erros de digitação que possam ser acidentalmente cometidos durante uma busca por seus sites.

Evidencia-se que o fator que diferencia o *cybersquatting* do *typosquatting* não resulta em muita diferença na prática (NEVES, 2013), pois ambas podem trazer uma

série de consequências negativas para uma empresa, incluindo a perda de sua clientela, de seu faturamento e de sua credibilidade.

Sobre isso, Patrícia Loureiro (2015) destaca:

Para preservar a imagem da empresa, vários investimentos são necessários, tanto no tempo quanto nos valores despendidos para desenvolvimento de campanhas e ações de marketing, fazendo com que o consumidor referencie o produto ou serviço, relacionando-os a aspectos positivos, como credibilidade, solidez e outros necessários ao negócio e que são conquistados no decorrer de sua trajetória no mercado.

[...]

Assim sendo, por identificar seu titular, mister que se proteja tais sinais distintivos, garantindo que um signo não seja utilizado em duplicidade, o que poderia trazer prejuízos ao empresário e também confundir os consumidores. (2015, p. 77).

Embora não estejam regulamentados *ipsis litteris* na legislação brasileira, atos como o *cybersquatting* e *typosquatting* têm sido combatidos, principalmente devido à criação de procedimentos administrativos específicos para a solução de disputas relativas à registro de domínio (LOUREIRO, 2015).

No Brasil, a legislação que trata da proteção de marcas e nomes de domínios é a Lei nº 9.279/1996, também conhecida como Lei de Propriedade Industrial (LPI), que regulamenta a convenção de Paris.

3.4 LEGISLAÇÃO APLICÁVEL AO *CYBERSQUATTING* E AO *TYPOSQUATTING*

3.4.1 Lei 9.279/96 - Lei De Propriedade Industrial Que Regulamenta A Convenção De Paris

A Convenção de Paris é um tratado internacional de propriedade industrial que estabelece as regras para a proteção de marcas comerciais em todo o mundo. Ela foi assinada em 1883 e é administrada pela Organização Mundial da Propriedade Industrial (OMPI). Atualmente, a Convenção de Paris é ratificada por mais de 170 países, incluindo o Brasil.

A Convenção de Paris estabelece que uma marca registrada em um país membro da convenção tem efeito válido em todos os outros países membros, desde que as marcas não sejam idênticas ou similares a marcas já registradas ou conhecidas no país de destino. Isso significa que, se uma empresa registra uma marca em um país membro da Convenção de Paris, ela tem direito a proteção desse registro em todos os outros países membros.

A Convenção de Paris também estabelece a obrigação dos países membros de manterem um registro de marcas e de disponibilizá-lo para consulta pública. Ela também estabelece as regras para a oposição e cancelamento de marcas registradas.

Um dos mais importantes artigos da convenção é o 8º que dispõe que “O nome comercial será protegido em todos os países da União sem obrigações de depósito ou de registro, quer faça ou não parte de uma marca de fábrica ou de comércio.” (BRASIL, 1992).

No Brasil, a Convenção de Paris foi promulgada pelo Decreto nº 635/1992 e é regulamentada pela Lei nº 9.279/1996, Lei de Propriedade Industrial, que estabelece as regras para a proteção de marcas no país. Ela é administrada pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). O Brasil aderiu a Convenção de Paris em 1994 e, desde então, os requisitos e procedimentos para registro de marcas no país seguem as normas estabelecidas pela Convenção. Essa lei foi criada com o objetivo de proteger marcas, patentes, desenhos industriais, indicações geográficas e outros direitos relacionados à propriedade intelectual.

O Art. 122 da referida lei, assim dispõe (BRASIL, 1996), “são suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais.”

Lelio Schmidt assim leciona sobre o conceito de marca (2018)

A marca não é um direito de personalidade, pois se desprende da pessoa do titular e pode ser cedida a terceiros, ainda que tenha sido formada a partir de um nome civil. A marca também não gera um direito de clientela, pois o consumidor é livre para adquirir ou não o produto ou serviço. Tampouco se pode falar que a marca seja um direito de monopólio, pois sua exploração usualmente se dá em regime de livre concorrência, disputando mercado com marcas de terceiros. A marca transmite informações aos consumidores, mas não se limita a isso. Em muitos casos a concessão do registro antecede o início do uso efetivo da marca (art. 144 da Lei 9.279/1996). Isso mostra que o registro protege a marca antes mesmo dela angariar clientela ou transmitir qualquer informação. Na legislação brasileira, a marca que já tiver sido depositada ou registrada não é um elemento inseparável do fundo de comércio ou de empresa, pois pode ser cedida sem englobar necessariamente o tráfego do estabelecimento comercial e de seu aviamento (arts. 130, I, e 134 da Lei 9.279/1996). (2018, p. 9).

Já o artigo 123 da Lei 9.279/1996 assim dispõe:

Art. 123. Para os efeitos desta Lei, considera-se:

I - marca de produto ou serviço: aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa;

II - marca de certificação: aquela usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas,

notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada; e

III - marca coletiva: aquela usada para identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade.

Neste artigo, é possível observar que as marcas registradas devem ser distintas, ou seja, não podem ser confundidas com marcas já registradas ou em processo de registro. Também não podem ser marcas genéricas, que são aquelas que descrevem a natureza, qualidade, quantidade, destino, valor, data de fabricação ou outras características do produto ou serviço, ou são muito comuns usadas no comércio.

Item importante para as disputas de Nomes de Domínio e sempre citadas como argumento pelas comissões de julgamento, repousa sobre o Art. 125 desta lei, que dispõe: “À marca registrada no Brasil considerada de alto renome será assegurada proteção especial, em todos os ramos de atividade.”

Nas palavras de Mattos Filho (2022):

[...] a marca de alto renome é aquela reconhecida para além dos produtos e serviços que coloca no mercado, que, pelo seu grande reconhecimento e porsua conhecida boa reputação perante o mercado consumidor, tem a capacidade de atrair clientela com sua marca mesmo em mercados nos quais não atua originalmente.

Essa proteção especial é fundamental para os nomes de domínio, importante no que se refere aos registros destes nomes de domínio, pois determinadas marcas são consideradas como ativos valiosos e essa proteção é baseada no princípio de que as empresas possuem uma reputação e uma forte identidade comercial no mercado, sendo reconhecidas e associadas pelo público ao seu titular.

A LPI estabelece os procedimentos para registro de marcas, patentes, desenhos industriais e outros direitos de propriedade intelectual, além de estabelecer regras para o uso de marcas e patentes e os procedimentos para a defesa desses direitos. Ela também regulamenta a criação e o funcionamento do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), que é o órgão responsável por registrar e fiscalizar esses direitos.

Um dos pontos de extrema importância da Lei 9.279/96 está em seu Art. 189 que assim dispõe:

Art. 189. Comete crime contra registro de marca quem:

I - **reproduz, sem autorização do titular, no todo ou em parte, marca registrada, ou imita-a de modo que possa induzir confusão;** ou

II - altera marca registrada de outrem já aposta em produto colocado no mercado. (grifo meu)
 Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

Ou seja, quando um indivíduo registra um nome de domínio com termos muito semelhantes ao nome de uma marca renomada, pode gerar confusão ao consumidor que acessa, como ocorreu com a empresa Mercado do Livre, que um usuário registrou o domínio “mercadolivreoficial.com.br”, onde a palavra “oficial” foi acrescida a uma marca de alto renome do país.

Nessa situação, além do cancelamento ou transferência do registro de domínio, poderão haver consequências criminais, como no caso das previsões dos Artigos 189 a 195 da Lei 9.279/96, prevendo penas que vão de 3 (três) meses até 1 ano de detenção.

A Lei ainda elenca as práticas que são consideradas crimes de concorrência desleal, conforme disposto no Art. 195 (BRASIL, 1996):

Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem:
 I - publica, por qualquer meio, falsa afirmação, em detrimento de concorrente, com o fim de obter vantagem;
 II - presta ou divulga, acerca de concorrente, falsa informação, com o fim de obter vantagem;
III - emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem;
 IV - usa expressão ou sinal de propaganda alheios, ou os imita, de modo a criar confusão entre os produtos ou estabelecimentos;
V - usa, indevidamente, nome comercial, título de estabelecimento ou insígnia alheios ou vende, expõe ou oferece à venda ou tem em estoque produto com essas referências;
 [...] (grifo meu)

Os crimes previstos nos Arts. 189 a 195 da Lei 9.279/96 possuem aumento de um terço nas penas de detenção, no caso de “a marca alterada, reproduzida ou imitada for de alto renome, notoriamente conhecida, de certificação ou coletiva” (BRASIL, 1996), conforme dispõe o Art. 196, II da referida Lei.

Além disso, a LPI prevê, no seu Art. 207, a possibilidade de ações judiciais cíveis para proteger os direitos de propriedade intelectual, incluindo ações para impedir a violação de marcas e patentes, além de postular indenização por danos materiais e morais sofridos.

Devido a dinâmica diferenciada dos acontecimentos na era digital, houve a necessidade de implementação de soluções que atendessem de forma mais eficientes as demandas advindas desse contexto. Sistemas administrativos foram

desenvolvidos com o fim específico de regulamentar e mediar conflitos envolvendo nomes de domínios.

4 MECANISMOS ALTERNATIVOS PARA A RESOLUÇÃO DO CYBERSQUATTING E TYPOSQUATTING

No Brasil, no ano de 1989, o Domínio de Nível Superior código de país (ccTLD) .br foi solicitado ao IANA (*Internet Assigned Numbers Author*³) por um grupo de pesquisadores, denominados Grupo Operador da Internet, grupo esse que utilizava estrutura física da Fapesp (Fundação de Amparo à pesquisa do estado de São Paulo). Neste mesmo ano, foi a própria Fapesp que teve seu primeiro registro de domínio efetuado no “.br”. Entretanto, diante da realidade um pouco distante que a internet ainda figurava no Brasil na época, este domínio ficou inoperante por muitos anos. Em 1995, através da portaria nº 147, de 31 de maio de 1995, este mesmo grupo criou o Comitê Gestor da Internet (CGI), o que foi considerado um grande marco para a história da internet no Brasil. Suas atribuições eram:

- I - acompanhar a disponibilização de serviços internet no país;
- II - estabelecer recomendações relativas a: estratégia de implantação interconexão de redes, análise e seleção de opções tecnológicas, e papéis funcionais de empresas, instituições de educação, pesquisa e desenvolvimento (IEPD);
- III - emitir parecer sobre a aplicabilidade de tarifa especial de telecomunicações nos circuitos por linha dedicada, solicitados por IBPDs qualificados;
- IV - recomendar padrões, procedimentos técnicos e operacionais, e código de ética de uso, para todos os serviços internet no Brasil;
- V - coordenar a atribuição de endereços IP (internet Protocol) e o registro de nomes de domínios;
- VI - recomendar procedimentos operacionais de gerência de redes;
- VII - coletar, organizar e disseminar informações sobre o serviço internet no Brasil; e
- VIII - deliberar sobre quaisquer questões a ele encaminhadas.

Os registros dos primeiros domínios no .br aconteceram logo no primeiro ano do Comitê Gestor da Internet. Em 1996, foram estabelecidos os princípios básicos que regeriam o procedimento do registro de nome de domínio no .br, e um dos temas foram as possibilidades de cancelamento, onde o registro se comprometia a não cancelar nenhuma entrada, a não ser a pedido do próprio dono, por inadimplência, por ordem judicial, dentre outros.

Esclarecia que o Registro não é subordinado a nenhum outro registro de marcas e patentes, de forma que o mesmo não entraria no mérito de qualquer

³ Tradução Livre: Autor de Números Atribuídos na Internet

pendência por posse de uma entrada, e apenas se restringiria às hipóteses previstas no procedimento.

Dispôs sobre as categorias de nomes de domínios, dentre eles, o “.org”, para entidades não governamentais, o “.com”, para entidades privadas, o “.mil”, para entidades de organizações militares, o vazio, para escolas de terceiro grau e instituições de pesquisas, como por exemplo, “www.usp.br”.

Não havia nenhuma espécie de questionamento em relação ao nome escolhido, desde que ele ainda não estivesse registrado por outro. Essas normas foram colocadas em vigor em março de 1997.

Diante do significativo aumento de pedidos de registros, no ano de 1999, foi criado o endereço “www.registro.br”, que trataria exclusivamente de registro de domínios e, a partir daí, o sistema, que antes era manual, poderia ser efetuado automaticamente

E foi somente a partir de 1999 que se deu início a um verdadeiro *frenesi* por parte das empresas para registrar um domínio com o nome de suas marcas. Esse fato também despertou a atenção de usuários que desejavam obter lucro indevido, registrando um domínio e vendendo posteriormente aos titulares das marcas. E foram nesse aspecto os primeiros conflitos de registros de nome de domínio no Brasil.

4.1 COMITÊ GESTOR DA INTERNET (CGI.BR)

O Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) é uma organização sem fins lucrativos, que foi criada com o objetivo de promover a expansão e o uso da Internet no Brasil. Ele é responsável por coordenar e garantir a governança da Internet no país, garantindo a participação democrática e a colaboração entre os diferentes setores interessados na Internet.

A criação do “CGI.br” foi uma iniciativa do governo brasileiro, com o apoio de organizações não governamentais, empresas e universidades. O objetivo era criar uma estrutura que pudesse garantir a governança democrática da Internet no país, promovendo a participação e a colaboração entre os diferentes setores interessados.

Em 2003, o Comitê Gestor da Internet foi ratificado e alterado pelo Decreto presidencial nº 4.829 de 2003, que dispôs:

Art. 1º Fica criado o Comitê Gestor da Internet no Brasil - CGI.br, que terá as seguintes atribuições:

I- estabelecer diretrizes estratégicas relacionadas ao uso e desenvolvimento da internet no Brasil;

II- estabelecer diretrizes para a organização das relações entre o Governo e a sociedade, na execução do registro de Nomes de Domínio, na alocação de Endereço IP (Internet Protocol) e na administração pertinente ao Domínio de Primeiro Nível (ccTLD - country Code Top Level Domain), ".br", no interesse do desenvolvimento da internet no País;

III- propor programas de pesquisa e desenvolvimento relacionados à internet, que permitam a manutenção do nível de qualidade técnica e inovação no uso, bem como estimular a sua disseminação em todo o território nacional, buscando oportunidades constantes de agregação de valor aos bens e serviços a ela vinculados;

IV - promover estudos e recomendar procedimentos, normas e padrões técnicos e operacionais, para a segurança das redes e serviços de internet, bem assim para a sua crescente e adequada utilização pela sociedade;

V articular as ações relativas à proposição de normas e procedimentos relativos à regulamentação das atividades inerentes à internet;

VI - ser representado nos fóruns técnicos nacionais e internacionais relativos à internet;

VII - adotar os procedimentos administrativos e operacionais necessários para que a gestão da internet no Brasil se de acordo com os padrões internacionais aceitos pelos órgãos de cúpula da internet, podendo, para tanto, celebrar acordo, convênio, ajuste ou instrumento congêneres;

VIII- deliberar sobre quaisquer questões a ele encaminhadas, relativamente aos serviços de internet no País; e

IX - aprovar o seu regimento interno.[...]

(CGI.BR,2023)

Levando em consideração que as entidades comprometidas com as atividades de registro de domínios e atribuições de endereços IPs do mundo todo eram executadas por organismos não governamentais, no Brasil, adotou-se o mesmo modelo (NEVES, 2015)

Diante de anseios precedentes, que também já norteavam para a necessidade da criação de uma entidade jurídica apta a dar continuidade aos serviços específicos de registros no .br, o Comitê Gestor da Internet no Brasil, após intenso debate sobre o tema, decidiu por instituir uma pessoa jurídica de direito privado sem fins lucrativos para ser a entidade encarregada por atribuir os endereços IPs (Protocolo Internet), e promover o registro e a manutenção dos nomes de domínio no Brasil.

Com esse intuito, em dezembro de 2002, os membros do Comitê Gestor da Internet no Brasil, se reuniram e deliberaram pela Constituição do Núcleo de

Informação e Coordenação do Ponto Br (Nic.Br). Entretanto, essa entidade somente começou a cumprir com a suas atribuições em dezembro de 2005.

Foi em 14 de fevereiro do ano de 2006, por meio da Resolução CGI.br nº 001/20050, o CGI.br – que Comitê Gestor da Internet no Brasil formalizou a delegação das atividades ao NIC.br - Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, tornando-o seu verdadeiro braço executivo. Desde sua constituição, o Nic.Br possuíaos seguintes objetivos (NEVES, 2016):

- I - o registro de nomes de domínio sob o DPN (Domínio de Primeiro Nível).br;
- II - a distribuição dos endereços IPs (Internet Protocol);
- III - a operação de computadores, servidores e rede e toda a infraestrutura necessária, de modo a garantir a boa funcionalidade da operação de registro e manutenção dos domínios sob o .br;
- IV - o atendimento aos requisitos de segurança e emergências na internet brasileira em articulação e cooperação com as entidades e os órgãos responsáveis.

Até então, o registro de domínio era reservado somente a pessoas jurídicas, entretanto, no ano de 2008, foi permitido o registro através do CPF da pessoa física. Na mesma ocasião, houve também o fim da restrição para algumas categorias, como net.br, por exemplo, que era limitado apenas a empresas de rádio e telecomunicações, passando a poder ser registrado por qualquer pessoa.

Não obstante a excelência da Política da UDRP, e o reconhecimento que essa alcançou ao longo dos anos, no ano de 2010, atendendo as expectativas da comunidade jurídica, que era composta por especialistas em marcas, o Comitê Gestor da Internet, o CGI.br julgou necessário a implementação de um procedimento administrativo para a solução de conflitos relativos aos nomes de domínio, que embora inspirado na UDRP, pudesse atender melhor as demandas nacionais (LOUREIRO, 2015).

Mas antes de adentrar nas peculiaridades desse novo sistema adotado, se faz necessário uma breve conceituação a respeito da Política da UDRP.

4.2 UDRP – UNION DISPUT RESOLUTION POLICY

No ano de 1998, o governo dos Estados Unidos, por meio do ICAAN⁴ (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers), decidiu implementar uma forma de solução de conflitos entre domínios, solicitando à OMPI⁵ - Organização Mundial da Propriedade Intelectual (WIPO, em inglês), que realizasse um estudo consultivo sobregistro de domínio e questões relativas as marcas.

Houve a realização pela Organização Mundial de Propriedade Industrial(WIPO), de um processo internacional, com o intuito de constituir parâmetros norteadores, envolvendo os nomes de domínios.

O objetivo primordial desse estudo era o de realizar recomendações à ICANN(Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) em relação a problemas oriundos de controvérsias entre nomes de domínio e direitos de propriedade intelectual.

Uma das grandes preocupações na época e que impulsionou a elaboração desse estudo, foi o crescimento acelerado de casos de *cybersquatting* que estavam sendo submetidos às cortes americanas. (FIGUEIREDO, 2019).

No relatório final da Organização Mundial Propriedade Industrial foi recomendado que ICAAN institísse uma política uniforme de resolução de disputas relacionadas a nomes de domínios para todos os registros nos domínios de primeiro nível genéricos (gTLD).

Em 1999, foi instituída e aprovada nos encontros realizados pelo conselho daICCAN, a UDRP - Union Disput Resolution Policy, Uniform Dispute Resolution Policy,

⁴ ICAAN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers), é uma organização sem fins lucrativos responsável pela gestão do sistema de nomes de domínio (DNS) e pela alocação de endereços IP para a Internet. Fundada em 1998, a ICAAN tem como objetivo garantir a estabilidade, segurança e interoperabilidade da Internet, promovendo a coordenação global de seus sistemas e recursos técnicos. A ICAAN é composta por uma comunidade global de organizações e indivíduos, incluindo governos, setor privado, organizações da sociedade civil e técnicos especializados. Suas decisões e políticas são tomadas por consenso entre seus membros, e a organização é supervisionada por uma diretoria eleita pelos seus membros (WIPO,2023).

⁵ A WIPO (World Intellectual Property Organization) é uma agência especializada das Nações Unidas, fundada em 1967, que tem como objetivo promover a proteção da propriedade intelectual (PI) em todo o mundo. A PI refere-se a criações originais, tais como invenções, obras literárias e artísticas, marcas, desenhos industriais e indicações geográficas. Fornece serviços e programas de assistência técnica para ajudar os países a desenvolver e implementar políticas e leis de PI, bem como promover a cooperação internacional nessa área. A organização também atua como um centro de arbitragem e mediação de disputas de PI. É composta por 193 Estados-membros e tem sede em Genebra, na Suíça. A organização administra vários tratados internacionais sobre PI, incluindo a Convenção de Berna sobre Direitos Autorais, o Tratado de Cooperação em Matéria de Patentes (PCT) e o Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (TRIPS).

ou, em português, Política Uniforme de Resolução de Disputas. Posteriormente, referida política também foi instituída em alguns ccTLD – Nível Superior de Domínio código de país, sendo considerada a mais célere instância para resolução de conflitos relacionados a nomes de domínio no mundo todo. Nela, houve aceitação de que qualquer controvérsia em relação ao nome de domínio seja solucionada pela esfera administrativa é uma condicionante para o registro nos domínios que estão submetidos à UDRP (NEVES, 2013).

Vale destacar que a ICAAN não executa o procedimento, mas sim coordena e supervisiona os prestadores de serviços autorizados por ela, que atualmente são:

- Centro Asiático de Resolução de Disputas de Nomes de Domínio (ADNDRC);
- Centro Internacional Canadense de Resolução de Disputas na Internet (CIIDRC);
- Centro de Arbitragem do Tribunal de Arbitragem Tcheco para Disputas na Internet;
- Fórum Nacional de Arbitragem;
- Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) (ICANN, 2023).

O objetivo da Política de Resolução de Disputas de Nomes de Domínio (UDRP) é o de resolver disputas de nomes de domínio de forma rápida e acessível, de maneira a permitir que os titulares de direitos autorais e marcas registradas façam valer esses direitos, quando alguém registra um nome de domínio de forma mal-intencionada. (ICANN, 2013), conforme disserta Rolim Fernandes Fontes (2006):

De acordo com as regras da UDRP, todo aquele que tenha direitos sobre uma marca de produto ou serviço e que se sinta prejudicado pelo registro e utilização por terceiros de um nome de domínio que esteja idêntico ou similar a sua marca, pode utilizar-se da UDRP para impedir que o terceiro continue utilizando o nome de domínio, bem como para obter para si a transferência desse nome de domínio em disputa (2006, p. 128).

Para usar a UDRP, a parte interessada deverá apresentar uma queixa a um dos provedores de serviços de resolução de disputas de nomes de domínio (DRSP). Baseado nas evidências apresentadas pelas partes envolvidas, se a decisão for favorável ao titular de direitos autorais ou marcas registradas, o árbitro poderá ordenar que o nome de domínio seja transferido para o titular, ou que seja cancelado.

Carla Frade de Paula Castro *et al.* (2022) assim expõe:

Por meio da UDRP, a ICANN conseguiu desenvolver, em nível global, um procedimento de resolução de disputas transparente, on-line e juridicamente vinculante, permitindo aos proprietários de marcas registradas lutarem contra violações cibernéticas com eficiência. Essa é uma conquista positiva para o

desenvolvimento do comércio eletrônico, pois favorece a confiança dos consumidores na internet, reduzindo o número de nomes de domínio registrados com intuito fraudulento (2022, p. 13).

A UDRP é uma opção mais rápida e mais acessível do que entrar com uma ação judicial para resolver uma disputa de nome de domínio. Embora tenha sofrido algumas alterações durante os anos, esse procedimento pode ser explicado como uma solução administrativa, que deverá ser utilizada nos casos de má-fé comprovada no registro de domínio, e desde que o nome de domínio seja semelhante ou idêntico a marca que insurgiu. Um dos primeiros passos dentro da UDRP é a reclamação. O reclamante registra a reclamação junto a um provedor de UDRP, como a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (WIPO), por exemplo, e paga uma taxa, desde que essa reclamação cumpra os seguintes requisitos:

- Circunstâncias indicando que o titular registrou ou adquiriu o nome de domínio, principalmente com a finalidade de vender, alugar ou de outra forma transferir o registro de nome de domínio para o reclamante, que o proprietário da marca de produto ou serviço ou a um concorrente do reclamante, a título oneroso;
- ou o titular registrou nome de domínio, a fim de impedir que o detentor da marca de produto ou serviço utilize-a em um nome de domínio correspondente;
- ou titular registrou o nome de domínio, principalmente com a finalidade de prejudicar a atividade comercial de um concorrente;
- ou usando o nome de domínio, o titular intencionalmente tenta atrair, com intuito de lucro, usuários de internet para o seu site ou outro local on-line, causando confusão com a marca do reclamante (ICANN, 2015)

Caso não haja o cumprimento desses requisitos, a abertura do procedimento não poderá ser realizada.

Após aberta, o provedor UDRP notifica o possuidor do nome de domínio em questão sobre a reclamação, e dá a ele a oportunidade de responder. Uma comissão independente de um ou três especialistas revisa a reclamação, a resposta do reclamado e qualquer evidência de apoio, e poderá tomar uma das seguintes decisões sobre a disputa:

- (i) Decidir em favor da pessoa física ou entidade que apresentou a Reclamação e determinar que o(s) nome(s) de domínio disputado(s) seja(sejam) transferido(s) para aquela pessoa ou entidade;
- (ii) Decidir em favor da pessoa física ou entidade que apresentou a Reclamação e determinar que o(s) nome(s) de domínio disputado(s) seja(sejam) cancelado(s);
- (iii) Decidir em favor do titular do registro do(s) nome(s) de domínio (ou seja, negando o recurso requerido). Neste caso, se o Painel concluir que a demanda não se enquadra no fim do Parágrafo 4º da Política, deve isto ser declarado na decisão. Também, se após considerar as apresentações das

partes, o Painel concluir que a Reclamação foi iniciada de má-fé, o Painel deve declarar em sua decisão que a Reclamação foi iniciada de má-fé e constitui um abuso do procedimento administrativo (ICANN, 2015).

Conforme verificado, a solução advinda desse processo se limitará à transferência, cancelamento, ou manutenção do domínio alvo de controvérsia. Entretanto, insta frisar que por se tratar de um procedimento administrativo, ele não possui o poder executório de uma decisão judicial e nem exclui a possibilidade de apreciação pelo poder judiciário. Dessa forma, a solução trazida pelo procedimento, só será implantada se a parte vencida não ingressar na justiça dentro do prazo de dez dias. Portanto, sempre haverá a possibilidade de ingressar com uma ação judicial para resolver a disputa.

Contudo, conforme já mencionado, embora a URDP viesse cumprindo com seu propósito de forma bastante satisfatória no Brasil, em um determinado momento, houve a necessidade da implementação de uma política mais específica e que atendesse as peculiaridades das demandas nacionais.

4.3 SISTEMA ADMINISTRATIVO DE CONFLITOS DE INTERNET RELATIVOS A NOMES DE DOMÍNIO – SACI-ADM

Criado pelo Comitê Gestor da Internet, o CGI.br, e implementado pelo Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto Br – Nic.Br, através da resolução CGI.br/RES/2010/0031R, o Sistema Administrativo de Conflitos de Internet Relativos a Nomes de Domínio – SACI-Adm, baseado na política do UDRP (Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy), surgiu com as seguintes alegações:

- a. o escopo do procedimento deveria permitir a solução de conflitos não só semelhantes a marca, mas também relativo a nome empresarial, direitos personalíssimos, como: nome civil, nome de família ou patronímico, pseudônimo ou apelido notoriamente conhecido e, ainda, nome artístico ou outro nome de domínio;
- b. ser julgado apenas por especialistas brasileiros;
- c. oportunizar a escolha da instituição que administraria o procedimento, permitindo não só a OMPI, mas também a entidades com reconhecida experiência no território nacional (SACI-Adm).

Muito mais expansiva que a política da UDRP, o SACI-Adm ampliou a proteção dispensada aos registros de domínios, alcançando, dentre outros, o título de estabelecimento, o nome empresarial e inclusive marcas que não tenham sido

registradas, mas que possuem notoriedade em sua área de atuação (LOUREIRO,2015).

Assim como a URDP, o Saci também objetiva a solução entre conflitos envolvendo nomes de domínios, entretanto, ele foi aplicado especificamente aos domínios registrados no .br a partir de outubro de 2010. Nesse sentido, o usuário, no momento do registro, aceita a cláusula de adesão ao procedimento do Saci-Adm em caso de controvérsias envolvendo o nome de registro, conforme demonstrado:

Toda e qualquer controvérsia resultante do registro do nome de domínio sob ".br" será resolvida por meio do Sistema Administrativo de Conflitos de Internet Relativos a Nomes de Domínios sob o ".br" Saci- Adm, de acordo com o Regulamento do referido Sistema, disposto no endereço "[http://registro.br/dominio/SACI-Sistema Administrativo de Conflitos de internet-adm.html](http://registro.br/dominio/SACI-Sistema%20Administrativo%20de%20Conflitos%20de%20internet-adm.html)".

A administração dos procedimentos decorrentes do SACI – Sistema Administrativo de Conflitos de Internet é realizada por instituições credenciadas pelo NIC.br - Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, isso significa que o NIC.br apenas implementou esse Sistema, por decisão do CGI.br Comitê Gestor da Internet no Brasil, porém, jamais participa da administração dos procedimentos, tampouco interfere no julgamento do conflito. Esse sistema é geralmente administrado por empresas de registro de domínios ou organizações reguladoras da internet.

Os procedimentos do SACI são gerenciados por instituições credenciadas pelo Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, que foi quem o implementou, mas não recebe nenhum tipo de interferência por parte dele.

As instituições credenciadas a atuar no SACI-Adm são: a Câmara de Comércio Brasil Canadá - CCBC, a WIPO - World Intellectual Property Organization e a Associação Brasileira de Propriedade Intelectual.

A escolha da instituição ficará a critério do reclamante que deverá escolher pela que melhor se adequa ao seu caso específico, também definirá se o seu caso será julgado por um ou três especialistas, lembrando que a segunda opção será sempre mais onerosa, entretanto, com resultados mais satisfatórios.

O regulamento serve basicamente para definir se o nome de domínio em disputa será mantido, transferido ou cancelado e seu objetivo está definido em seu 1º artigo, que segue (REGISTRO.BR, 2022):

Art. 1º. O Sistema Administrativo de Conflitos de Internet relativos a nomes de domínios sob o ".br" – SACI-Adm – tem por objetivo a solução de disputas

entre o titular de nome de domínio no ".br" (denominado "Titular") e qualquer terceiro (denominado "Reclamante") que conteste a legitimidade do registro do nome de domínio feito pelo Titular. Neste Regulamento, Titular e Reclamante serão denominados, em conjunto, "Partes" e, isoladamente, "Parte".

O procedimento de escolha do especialista ou especialistas que julgarão a disputa do Nome de Domínio segue algumas regras, e o Regulamento prevê o impedimento de qualquer pessoa que (REGISTRO.BR, 2022):

- a) for Parte no conflito;
- b) interveio na solução do conflito objeto do procedimento do SACI-Adm como mandatário da Parte;
- c) for cônjuge, parente, consanguíneo ou afim, em linha reta ou colateral de alguma das Partes, até o terceiro grau;
- d) for cônjuge, parente, consanguíneo ou afim, em linha reta ou colateral do procurador, representante ou advogado das Partes no procedimento do SACI-Adm, até o terceiro grau;
- e) participar de órgão de direção ou administração de Pessoa Jurídica Parte no conflito ou for sócio ou acionista;
- f) for amigo íntimo ou inimigo de uma das Partes;
- g) for credor ou devedor, de uma das Partes ou de seu cônjuge, ou ainda parentes, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau;
- h) for herdeiro, empregador ou empregado de uma das Partes;
- i) receber dádivas, bonificações ou vantagens econômicas de uma das Partes antes ou depois de iniciado o procedimento do SACI-Adm;
- j) aconselhar alguma das Partes acerca do objeto do procedimento do SACI-Adm, ou fornecer recursos, em todo ou em parte, para atender às despesas do procedimento; e
- k) for membro ou funcionário do NIC.br ou do CGL.br.

O regulamento também prevê como deverá ser feito o requerimento de abertura do procedimento e as informações necessárias que o documento deverá conter:

- a) nome(s) de domínio(s) objeto(s) do conflito e correspondente resultado obtido da pesquisa no serviço de diretório Who.is do Registro.br (whois.registro.br);
- b) nome completo/nome empresarial, CPF/CNPJ e endereço de e-mail, junto de documentos comprobatórios destas qualificações. No caso de Pessoa Jurídica, será necessário indicar o nome e CPF de seu(s) representante(s) legal(is), devidamente qualificado(s);
- c) as razões e os documentos que comprovam as hipóteses descritas no artigo 7º deste Regulamento, bem como os fundamentos do seu interesse em relação ao(s) nome(s) de domínio(s) objeto(s) de disputa, devendo desde logo apresentar todos os argumentos e documentos que os comprovem;
- d) nome completo, endereço de e-mail, número de inscrição na OAB e escritório que atua, quando o Reclamante estiver representado por um advogado, se assim o desejar, e documentos hábeis para essa representação;

- e) opção pelo número de especialistas para decidir o conflito: se apenas um ou três especialistas;
- f) finalidade do pedido de abertura do procedimento do SACI-Adm: se deseja a transferência ou o cancelamento do(s) nome(s) de domínio(s) objeto(s) do conflito; e
- g) a existência de qualquer procedimento judicial, arbitral ou administrativo que tenha iniciado ou terminado com relação ao(s) nome(s) de domínio(s) objeto(s) do conflito.

Além das informações acima, o Reclamante deverá apresentar “declaração assinada pelo Reclamante ou por seu representante legal, optando por submeter-se ao procedimento do SACI-Adm;” “declaração reconhecendo a competência exclusiva da instituição credenciada que indicar para administrar o procedimento do SACI-Adm;” e “declaração isentando o NIC.br de qualquer ônus decorrente do procedimento do SACI-Adm que deseja instaurar, exceto se o NIC.br praticar atos que infrinjam a lei ou presente Regulamento.” (REGISTRO.BR, 2022)

Além disso, é importante esclarecer que o Regulamento SACI-Adm requer a existência de três fatos obrigatórios para que uma reclamação seja julgada procedente e elas estão presentes em seu Art. 7º, transcritas abaixo:

- a) o nome de domínio é idêntico ou similar o suficiente para criar confusão com uma marca de titularidade do Reclamante, depositada antes do registro do nome de domínio ou já registrada, junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI; ou
- b) o nome de domínio é idêntico ou similar o suficiente para criar confusão com uma marca de titularidade do Reclamante, que ainda não tenha sido depositada ou registrada no Brasil, mas que se caracterize como marca notoriamente conhecida no Brasil em seu ramo de atividade para os fins do art. 126 da Lei nº 9.279/96 (Lei da Propriedade Industrial); ou
- c) o nome de domínio é idêntico ou similar o suficiente para criar confusão com um título de estabelecimento, nome empresarial, nome civil, nome de família ou patronímico, pseudônimo ou apelido notoriamente conhecido, nome artístico singular ou coletivo, ou mesmo outro nome de domínio sobre o qual o Reclamante tenha anterioridade.

Ou seja, primeiro, um pedido de disputa de Nomes de Domínio pelo Regulamento SACI-Adm deve narrar, obrigatoriamente, o fato de que o domínio é idêntico de modo a causar confusão entre o Reclamado e a marca do Reclamante. Vale lembrar que os itens do Art. 7º não são cumulativos e basta a existência de um deles para que o Requerimento prossiga.

Ainda, o mesmo artigo traz apontamentos sobre a constatação de má-fé nos atos do Reclamados e que para que estes indícios sejam constituídos, deve:

- a) ter o Titular registrado o nome de domínio com o objetivo de vendê-lo, alugá-lo ou transferi-lo para o Reclamante ou para terceiros; ou
- b) ter o Titular registrado o nome de domínio para impedir que o Reclamante o utilize como um nome do domínio correspondente; ou
- c) ter o Titular registrado o nome de domínio com o objetivo de prejudicar a atividade comercial do Reclamante; ou
- d) ao usar o nome de domínio, o Titular intencionalmente tente atrair usuários da Internet para o seu sítio da rede eletrônica ou para qualquer outro endereço eletrônico, criando uma situação de provável confusão com o sinal distintivo, símbolo e afins, do Reclamante.

Após a instrução, a comissão julgadora proferirá decisão sobre a disputa do Nome de Domínio acerca da sua manutenção, transferência ou cancelamento. Sobre a decisão, qualquer uma das partes tem 5 (cinco) dias para pedir a correção de erro material ou esclarecimento de alguma obscuridade, omissão, dúvida ou contradição da decisão. Além disso, o NIC.br precisará aguardar o prazo de 15 (quinze) dias úteis após a decisão para implementar o que foi decidido na decisão, conforme disposto no Art. 24 do Regulamento, *in verbis*:

Art. 24º. Se a decisão proferida no procedimento do SACI-Adm determinar que o nome de domínio objeto do conflito seja transferido ao Reclamante ou seja cancelado, o NIC.br aguardará o decurso do prazo de 15 (quinze) dias úteis contados da data em que foi comunicado pela instituição credenciada da decisão, implementando-a em seguida.

Parágrafo único: Se qualquer das Partes comprovar que ingressou com ação judicial ou processo arbitral no período mencionado no caput deste Artigo, o NIC.br não implementará a decisão proferida no procedimento e aguardará determinação judicial ou do processo arbitral.

A implementação não ocorrerá caso uma das partes comprove o ingresso de ação judicial, conforme parágrafo acima destacado. O processo deve ser encerrado no prazo máximo de 90 (noventa dias) contados da data de seu início e pode ser prorrogado, desde que não ultrapasse o prazo de 12 (doze) meses (REGISTRO.BR, 2022).

O Regulamento não prevê medidas indenizatórias entre seus litigantes, dessa forma, o usuário que se sentir lesado pelo uso indevido de sua marca, do nome de seu estabelecimento, dentre outros, e que desejar qualquer tipo de ressarcimento, necessariamente deverá recorrer ao sistema judiciário.

Conforme demonstrado, o objetivo do SACI é fornecer uma maneira rápida e eficiente de resolver disputas relacionadas a nomes de domínio, sem a necessidade de recorrer a processos judiciais. E, embora o procedimento não afaste a possibilidade

da via judicial, a prática tem demonstrado que ele funciona como um desincentivo à parte vencida em dar início a uma demanda judicial (CASTRO, 2022).

Muito embora a decisão proferida administrativamente não vincule o juiz, certamente os fundamentos trazidos servirão de elemento para o convencimento do magistrado.

Um estudo realizado analisou o desenrolar de 297 disputas entre nomes de domínios no âmbito extrajudicial, no período de abril de 2011 a outubro de 2019, focado nas decisões proferidas pelas instituições credenciadas pelo Saci-Adm, especificamente pelas CCBC, CSD-PI e OMPI, teve um resultado bastante satisfatório, conforme se demonstra (CASTRO, 2022):

No que toca às 297 decisões analisadas do SACI-Adm, que cobrem o período de abril de 2011 a outubro de 2019, vê-se uma boa produtividade das instituições credenciadas, cuja média é de 33 decisões por ano, com um pico em 2017 (52 decisões, o que equivale a uma média de uma por semana) e um vale em 2011 (três decisões) (ver Gráfico 1). O tempo de tramitação dos casos também é digno de nota: segundo informação transmitida pelo SACI-Adm, uma decisão sobre disputas de nome de domínio é dada, em média, no prazo de 40 dias (2022, p. 15)

Já no âmbito judicial, analisando os acórdãos proferidos entre 2013 a 2019 do STJ, foram encontrados apenas seis casos:

No STJ, por sua vez, a pesquisa por (“nome\$ de domínio”) retornou 14 acórdãos. Desses, foram excluídos oito que não discutiam questão de mérito ou cuja questão de mérito não dizia respeito a conflito sobre nomes de domínio, restando, portanto, seis casos.

Os acórdãos selecionados foram proferidos ao longo dos anos de 2013 a 2019, o que equivale a uma média de 0,85 casos julgados ao ano. Quanto ao tempo de tramitação, foi constatada uma média de 1.771 dias (4 anos, 10 meses e 6 dias) entre a data de autuação do processo no Tribunal e o seu julgamento pelos Ministros da Corte. O processo mais rápido tomou 90 dias, enquanto o mais demorado, 3.631 dias – praticamente dez anos.

Conforme observado, além de ser mais célere, a resolução dos conflitos pela via administrativa pode reduzir os custos com a demanda de forma significativa, uma vez que processos judiciais são lentos e dispendiosos, e ser uma solução rápida para o conflito, o que também significa fazer cessar eventuais prejuízos que estejam sendo enfrentados pelo reclamante com uso indevido do seu nome ou de sua marca.

O fato do conflito julgado por especialistas, com comprovado conhecimento na área de propriedade intelectual, os quais são necessariamente submetidos a treinamento a cada três anos (LOUREIRO, 2015), não pode deixar de ser levado em

consideração. Dessa forma, a segurança técnica de uma decisão proferida no âmbito do Regulamento SACI-Adm é evidentemente maior do que se houvesse sido submetida ao judiciário.

Nesse contexto, é possível afirmar que a resolução de conflitos pela via administrativa Saci-Adm, , devido a celeridade, a economia e a especificidade inerentes a esta, é uma medida altamente eficiente, figurando legalmente como primeira escolha nos casos de *cybersquatting* e *typosquatting*.

Sendo a adesão ao Regulamento SACI-Adm realizada de forma automática, tem-se a impressão de que a aparente ausência de leis que permeiam o mundo cibernético é substituída por uma obrigação assumida desde o início, através de regras e procedimentos bem estabelecidos.

Diante da nova dinâmica apresentada pelo comércio eletrônico, tanto os estabelecimentos virtuais como os proprietários de marcas renomadas, encontram no Regulamento SACI-Adm uma importante ferramenta na luta contra as práticas desleais de comércio ocorridas no ambiente virtual.

4.4 O USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA RESOLUÇÃO DE CONFLITOS

A inteligência artificial não é mais tendência, mas sim uma realidade. Com isso, quem se atreve a ignorá-la está suscetível ficar para trás. Anos atrás, na lavoura, a principal força de trabalho era realizada pelo ser humano através da força manual. Com o advento das grandes máquinas do campo, quem não se educou a operar o maquinário, teve que trocar de profissão. Com essa analogia, pode-se inferir que a inteligência artificial não é mais opcional e devemos ter em mente que seu uso deverá ser aplicado a todos os campos de trabalho.

Com isso, a utilização da inteligência artificial na resolução de conflitos de nomes de domínio não é um pensamento hipotético, mas sim uma possibilidade que está mais próxima do que parece.

Com o uso da inteligência artificial não é apenas possível ajudar na resolução de conflitos, mas também impedi-los de acontecer. Como surge uma disputa de nomes de domínio? Um interessado registra um nome de domínio para uso próprio que, muitas vezes, pertence ou é conflitante com uma marca já existente no mercado. Com isso, a parte prejudicada vai buscar os meios ao seu alcance para solucionar o conflito e reaver os direitos sobre o uso daquele nome de domínio.

No entanto, tudo seria mais fácil se o conflito não viesse a existir. É totalmente possível utilizar a inteligência artificial logo no ato do registro do nome de domínio, de modo que esta utilize todo seu poder para acessar milhares de dados disponíveis junto ao INPI⁶, cruzando dados de registro de marca anteriores ao registro do domínio, dessa maneira, dificultando a vida daqueles que buscam usar nomes de domínio que atingem o direito da marca de outrem.

Além disso, a inteligência artificial pode ser útil na solução de conflitos analisando grandes quantidades de dados para identificar padrões e tendências em disputas anteriores. Os algoritmos de aprendizado de uma máquina podem ser treinados em dados históricos para identificar recursos comuns de disputas de nomes de domínio e prever os resultados prováveis de casos semelhantes. Isso pode ajudar a informar as estratégias de resolução de disputas e orientar a tomada de decisões de maneira mais apropriada e eficaz.

Conforme se verá no capítulo seguinte, grande parte dos casos de conflito envolvendo o registro de nome de domínio possui diversas similaridades, tais como a motivação, data posterior, registro de nomes similares ao de marcas de notório conhecimento, entre outros. Com isso, em casos semelhantes, a utilização de inteligência artificial para resolução destes conflitos pode contribuir para uma maior redução do tempo despendido para o julgamento destes casos.

Nas palavras de Henrique Alves Pinto (2019):

[...] existem várias possibilidades de emprego da IA que podem ser ou já são utilizadas por esse Poder no exercício de suas atividades típicas. Tais possibilidades são voltadas ao aperfeiçoamento das atividades e podem ser aplicadas para auxiliar o raciocínio casuístico relacionado ao aprimoramento da performance argumentativa, associativa e discricionária dos magistrados. Para esses autores, tais sistemas trazem maior flexibilidade ao processo decisório, além de oferecer vantagens a toda a equipe de apoio ligada ao Poder Judiciário, de modo a amenizar as consequências dos excessos de litígios diante das limitações de recursos. Nesse sentido, a IA tornaria mais rápido, barato e previsível o acesso à Justiça, sem comprometer a sua fundamentação intelectual (2018, p. 47).

Henrique Alves Pinto (2019) ainda conclui:

Diante do avanço tecnológico experimentado na atualidade, percebeu-se que por meio de algoritmos é perfeitamente possível produzir conexões e levantamento de dados que vão muito além da capacidade de cognição humana na realização de tais atividades. A cada dia, de modo perceptível ou não, a vida das pessoas tem sido regida pelos sistemas de IA, nas mais

⁶ INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial

diversas áreas do conhecimento. O campo jurídico como um todo, inclusive a atividade judicial e as atuações de membros do Ministério Público, dos advogados e de autoridades policiais, está em franco e aberto processo de transformação. Perceber essas mudanças é um primeiro passo para, com base nelas, os profissionais da área jurídica poderem readequar as suas estratégias, a fim de conseguirem dar respostas mais rápidas, flexíveis e eficientes (2020, p. 58).

Apesar de ainda não haver nenhum dado a respeito de resoluções de conflitos entre nomes de domínio utilizando a inteligência artificial, essas novas tecnologias assumem contornos tão relevantes que não poderiam passar despercebidas no presente estudo, ainda mais se falarmos sobre meios alternativos de resoluções de conflitos.

A inteligência artificial tem a possibilidade de ser uma ferramenta de extrema serventia na resolução de conflitos online por meio do uso de informações contidas em processos de forma sistematizada, possibilitando que mediadores tomem decisões com embasamento em dados que, normalmente, seriam complexas de serem organizados e acessados.

No Brasil, existe o projeto de Lei 21/2020 que prevê a criação de regras para o uso de Inteligência Artificial no Brasil, estabelecendo o marco legal do desenvolvimento e uso da IA pelo poder público, por empresas, entidades diversas e pessoas físicas”, (BRASIL, 2020) e assim dispõe:

O texto, em tramitação na Câmara dos Deputados, estabelece princípios, direitos, deveres e instrumentos de governança para a IA. Entre outros pontos, a proposta estabelece que o uso da IA terá como fundamento o respeito aos direitos humanos e aos valores democráticos, a igualdade, a não discriminação, a pluralidade, a livre iniciativa e a privacidade de dados. Além disso, a IA terá como princípio a garantia de transparência sobre o seu uso e funcionamento (BRASIL, 2020).

No entanto, é importante descrever quais são os métodos nos quais a inteligência artificial pode ser aplicada e de que maneiras seu uso poderá trazer benefício para a resolução de conflitos no âmbito digital, como se verá a seguir.

4.4.1 Processamento de Linguagem Natural (PLN)

Processamento de Linguagem Natural (PLN) é uma das áreas provenientes da inteligência artificial que possui função de compreender e processar a linguagem humana em uma forma que faça sentido para as máquinas. O PLN é utilizado em uma

ampla variedade de aplicações, incluindo *chatbots*⁷, tradução automática e análise de sentimentos (ÁVILA, *et al.*, 2022).

No contexto da resolução de conflitos, PLN pode ser usado para analisar e compreender a linguagem utilizada pelas partes envolvidas em uma disputa, e identificar pontos importantes que possam ser úteis na negociação. Por exemplo, a tecnologia PLN pode ser usada para analisar conversas por e-mail ou mensagens de texto entre as partes envolvidas, identificando padrões de linguagem e pontos de tensão que podem ser importantes na resolução do conflito.

Além disso, PLN também pode ser usado para ajudar a mediar a negociação entre as partes sugerindo soluções baseadas em padrões de linguagem identificados anteriormente, além de classificar os tipos de conflitos, tendências e padrões comuns, o que pode ser útil na prevenção de futuros de conflitos.

4.4.2 Modelagem Preditiva

A Modelagem Preditiva é uma técnica de análise de dados que utiliza algoritmos matemáticos e estatísticos para prever resultados futuros com base em dados históricos. Ela é amplamente utilizada em uma variedade de aplicações, incluindo marketing, finanças e saúde.

Luis Felipe Pelison (2018) assim a define:

Uma modelagem preditiva [...] é um problema de aprendizado de máquina supervisionado. Dessa forma, são fornecidos dados sobre os acontecimentos e também o resultado de cada acontecimento. Assim, o algoritmo de aprendizado gera um modelo para prever os próximos acontecimentos.

A modelagem preditiva tenta antecipar um evento, baseado no modelo criado a partir dos dados. Essa predição pode ser realizada para variáveis contínuas, chamado assim de um problema de regressão, ou para variáveis discretas, sendo um problema de classificação (2018, p. 32).

No âmbito digital, a Modelagem Preditiva pode ser uma ferramenta valiosa na resolução de conflitos. Um de seus usos práticos consiste na possibilidade de prever o resultado de uma negociação com base em dados históricos de negociações análogas, o que pode ajudar as partes envolvidas a chegar a um acordo mais célere,

⁷ Chatbot é um programa de computador que tenta simular um ser humano na conversação com as pessoas. O objetivo é responder as perguntas de tal forma que as pessoas tenham a impressão de estar conversando com outra pessoa e não com um programa de computador

uma vez que podem observar como as negociações anteriores se desenvolveram e o que pode ser esperado em uma negociação atual.

Além disso, a Modelagem Preditiva pode ser usada para identificar padrões de comportamento e tendências que possam ser úteis na prevenção de futuros conflitos, por meio da identificação de pontos de tensão comuns em negociações passadas e sugerir soluções para evitar esses pontos de tensão nas negociações futuras.

4.4.3 Sistemas de Apoio à Decisão - SAD

Os Sistemas de Apoio à Decisão (SAD) são aplicações que fornecem informações úteis e relevantes com objetivo de ajudar as pessoas a tomarem decisões mais bem fundamentadas, combinando dados, tecnologias de análise e modelos matemáticos para dar apoio na tomada de decisões em uma ampla gama de contextos, incluindo negócios, saúde, governo e setores públicos.

Nas palavras de Emiliano Carlos Castor *et al.* (2022):

Portanto, os SADs são sistemas interativos e adaptáveis, de união de dados e modelos. Dão suporte para solucionar problemas semiestruturados e não estruturados, tornando-se necessários para auxiliar aos tomadores de decisão a ter uma visão mais clara sobre um problema e a visualizar com mais facilidade as possíveis soluções. O SAD reúne dados de fontes diversas e os armazena em um banco de dados e, com sua interface simples, apresenta as informações solicitadas de forma compilada e resumida.

Os SADs podem usar técnicas de inteligência artificial, como: aprendizado de uma máquina e análise de sentimentos, para processar e interpretar dados de forma automatizada, usando modelos matemáticos para avaliar as possíveis consequências das decisões propostas e apresentar alternativas aos decisores (CASTOR, *et al.*, 2022).

Em casos de conflitos envolvendo questões de direitos autorais na *web*, por exemplo, um SAD pode ser usado para identificar as partes envolvidas, coletar informações sobre o conteúdo em questão e analisar a situação para determinar a melhor abordagem para resolver o conflito.

4.4.4 SmartSettle

A SmartSettle é uma empresa inovadora que fornece soluções de negociação eletrônica e resolução de conflitos. Ela ajuda as partes envolvidas em uma disputa a chegarem a acordos equitativos por meio de uma plataforma baseada na *web*.

No processo de resolução de conflitos, são utilizados a inteligência artificial e algoritmos avançados para orientar as partes no processo de negociação, tornando-o mais rápido e eficiente do que os métodos de negociação tradicionais. Além do mais, a plataforma fornece diversos recursos como modelos de negociação, análise de dados e ferramentas de comunicação (FONSECA et al., 2020).

As vantagens do emprego da inteligência artificial na resolução de conflitos no âmbito digital são bem ilustradas pela empresa, que salienta que “no início de qualquer processo de negociação, se alguém pudesse revelar magicamente o resultado e as partes concordassem com isso, a maior parte dos custos do processo poderia ser economizada⁸” (SMARTSETTLE, 2022).

Ou seja, é evidente que quando a inteligência artificial é utilizada como meio para solucionar conflitos, diversos são os benefícios, seja pela rapidez que se pode atingir, seja pela economia financeira em razão do encurtamento de caminhos do processo e, por isso, ela tem sido empregada em uma ampla gama de setores e contextos, incluindo negociações comerciais, resolução de conflitos trabalhistas e resolução de disputas em processos judiciais.

4.4.5 Online Dispute Resolution – ODR

As *Online Dispute Resolution*⁹ (ODR) é uma tecnologia de resolução de conflitos que ocorrem em um contexto online, tais como conflitos provenientes de transações de comércio eletrônico, entre outros, cujo objetivo é tornar mais rápido e eficiente as resoluções de conflitos sem a necessidade de processos judiciais (FONSECA *et al.*, 2020).

As ODRs normalmente envolvem o uso de uma plataforma *online* que fornece às partes uma forma de se comunicar e negociar uma resolução para o conflito e pode

⁸ Tradução Livre. Texto original: “At the beginning of any negotiation process, if someone could magically reveal the outcome and the parties would agree to it, then most of the process costs could be saved.”

⁹ Resolução de Disputas Online – Tradução Livre

ser operada por uma organização de resolução de disputas ou uma agência governamental.

No entanto, a ODR ainda não possui previsão legal de uso, conforme apregoa Fernando Sérgio Tenório de Amorim (2017):

Observe-se que a legislação brasileira não menciona o uso dos meios de Resolução Online de Litígios (ODR), referindo-se apenas aos meios mais tradicionais de resolução extrajudicial de controvérsias. Em matéria de relações consumo, contudo, algumas experiências importantes têm sido desenvolvidas. A plataforma Consumidor.gov.br, por exemplo, tem apresentado um razoável índice de resolução de conflitos. O sítio fornece um quadro de indicadores estatísticos sobre o serviço prestado, com informações e gráficos sobre o tempo médio de respostas das empresas, grau de satisfação do consumidor e índice de resolução das reclamações. Em 21 de outubro de 2015, o sítio contava com 280 empresas, 162.561 usuários cadastrados e 173.453 reclamações finalizadas (2017, p. 529).

É importante lembrar que as ODRs não são uma solução apropriada para todos, ainda que tenham o potencial de ser uma solução eficaz para resolver conflitos no âmbito digital. Em determinados casos, a complexidade da disputa ou as emoções envolvidas podem exigir intervenção e julgamento comum, com a participação de humanos. As ODRs são divididas em duas gerações e a diferença mais significativa das duas se encontram no auxílio da inteligência artificial na segunda (FONSECA et al., 2020).

A primeira geração de ODR é uma plataforma de comunicação que permite as partes negociarem e chegarem a um acordo, fornecendo um espaço seguro para que troquem informações e documentos. A primeira geração de ODR é geralmente usada em casos simples ou de baixa complexidade, quando as partes são capazes de chegar a um acordo por meio de negociações (AMORIM, 2017).

Rogério Malheiros Macedo (2021) assim discorre sobre a ODR de primeira geração:

Na denominada “1ª geração” de ODR, as ferramentas TIC (tecnologias da informação e da comunicação) são utilizadas como meio para resolver um dado litígio, permitindo que as partes envolvidas contactem e encetem um diálogo sem necessidade de contacto físico.

Neste âmbito, os seres humanos continuam a ser os protagonistas principais nos processos de planeamento e elaboração de decisões; as ferramentas computacionais são utilizadas como utensílios desprovidos de autonomia e sem relevância decisiva para influenciar o modo de desenrolar do processo. Neste patamar de ODR, as ferramentas tecnológicas mais utilizadas são as mensagens instantâneas, os fóruns, chamadas de vídeo e telefone, a vídeo conferência, mailing lists, etc. Estes sistemas, já comuns na atualidade, são em geral suportados por uma página-web, e constituem um necessário 1º

passo antes de se ponderar a implementação de ferramentas inteligentes e providas de autonomia (2021, p. 29).

A segunda geração de ODR, por outro lado, é mais avançada e utiliza a inteligência artificial e as tecnologias de aprendizado virtual para ajudar na resolução de disputas. Esta geração de ODR foi pensada para lidar com casos mais complexos e emocionalmente carregados, e usa a IA para analisar dados, prever resultados e fornecer suporte à decisão. Essa segunda geração também pode utilizar mecanismos automatizados de mediação, usando a IA para conduzir as partes por meio do processo de resolução de disputas (FONSECA et al., 2020).

Nas palavras de Carolina Stange Azevedo Moulin (2021) sobre a segunda geração das ODRs:

Nessa modalidade figuram ferramentas de pesquisa de jurisprudência, aplicativos de mensagens e videoconferência, sistemas de gestão eletrônica de processos, programas de edição compartilhada de documentos, softwares de elaboração automatizada de textos jurídicos (contratos, petições, etc.) (2021, p. 4).

Ainda cabe expor o que diz Fernando Sérgio Tenório de Amorim (2017) sobre a segunda geração do ODR:

A segunda geração de ODR, no entanto, encontra ainda grandes dificuldades no seu desenvolvimento, uma vez que preconiza uma autonomia crescente da tecnologia nos processos de tomada de decisões e, como já visto, esbarra na reticência com que os humanos consideram a possibilidade de quemáquinas possam decidir de maneira autônoma e independente sobre conflitos envolvendo seres humanos. Ainda assim, uma segunda geração de ODR vem utilizando com uma incidência cada vez maior a inteligência artificial e outros recursos tecnológicos como elementos fundamentais para a Resolução Online de Litígios. A diferença nesse novo cenário resulta do fato de que a tecnologia assume um protagonismo no processo decisório, diminuindo e até mesmo afastando a participação tanto das partes em litígio quanto do terceiro neutro (2017, p. 533).

Diante da crescente judicialização de disputas, seja em transações do cotidiano no âmbito digital, seja nas disputas de nomes de domínio, as ODRs se mostram como ferramentas, cuja aplicação se torna bastante assertiva para o aumento da eficácia na resolução de conflitos.

5 ANÁLISE DE CASOS ENVOLVENDO *CYBERSQUATTING* E *TYPOSQUATTING*

5.1 *CYBERSQUATTING* E *TYPOSQUATTING* NO RAMO BANCÁRIO

Cybersquatting e *typosquatting* são práticas ilegais que envolvem a compra e o uso de nomes de domínio de internet de forma a explorar ou enganar os usuários da web. No contexto do ramo bancário, os atacantes podem usar essas técnicas para criar sites falsos que parecem ser de instituições financeiras legítimas, com o objetivo de roubar informações pessoais ou financeiras dos usuários.

O *cybersquatting* ocorre quando alguém registra um nome de domínio que é semelhante ou confuso com o de uma empresa ou marca conhecida, com a intenção de vender o nome de domínio para a empresa ou usá-lo de forma maliciosa.

O *typosquatting*, por sua vez, é quando alguém registra um nome de domínio que é semelhante ao de uma empresa ou marca conhecida, mas com um erro de digitação. Quando os usuários digitam o endereço da empresa incorretamente, eles podem acabar no site falso e ser enganados ou ter suas informações roubadas.

É importante que as instituições financeiras tomem medidas para proteger seus clientes contra essas práticas, como usar ferramentas de segurança cibernética para detectar e bloquear sites falsos e educar os clientes sobre como identificar e evitar sites de *phishing*. Além disso, é importante que os clientes fiquem atentos e verifiquem a veracidade de qualquer site ou e-mail que solicitem informações pessoais ou financeiras.

5.1.1 Caso do Banco Itaú

A disputa de um domínio na internet pode ocorrer quando duas ou mais pessoas ou empresas têm interesses conflitantes em um determinado nome de domínio. Isso pode acontecer por várias razões, como o registro de um nome de domínio semelhante ou confuso com o de uma empresa ou marca conhecida, ou o registro de um nome de domínio que viola direitos autorais ou marcas registradas de outra pessoa.

Em 2003, o banco Itaú foi protagonista de uma disputa por domínios envolvendo seu nome. A disputa se deu porque, em 2001, um argentino, F. Nazar, utilizou-se do site “BulkRegister.com” para registrar o domínio “itau.info”. (AMBITO JURÍDICO, 2009)

O Banco Itaú é um banco brasileiro fundado em 1943 por Amador Aguiar. Ele começou com um pequeno banco de crédito imobiliário e, ao longo dos anos, expandiu sua atuação e se tornou um dos maiores bancos do país (CANALTECH, 2008).

Nos anos 1990, o Banco Itaú se tornou um dos primeiros bancos a oferecer serviços financeiros pela internet no Brasil. Desde então, o banco tem investido fortemente em tecnologia e inovação, o que lhe permitiu manter sua posição de liderança no mercado financeiro brasileiro.

Atualmente, o Banco Itaú é um dos maiores bancos do Brasil e da América Latina, atuando em diversos segmentos do mercado financeiro, incluindo crédito, investimentos, seguros e serviços bancários em geral. Além disso, o banco também tem presença em vários países da América Latina, Europa e Estados Unidos.

Na época do registro do domínio “itau.info” em 2001, O banco Itaú já era detentor de mais de 200 domínios contendo a palavra Itaú, como “www.itau.com.br”, “www.itaucultural.org.br”, www.itauinvest.com.br”, entre outros.

Diante do registro que o banco acreditava ser indevido, no ano de 2003 realizou uma petição de disputa (Case No. D2003-0454) perante o Centro de Mediação e Arbitragem da WIPO (World Intellectual Property Organization), que, em tradução livre, significa Organização Mundial de Propriedade Intelectual. Essa instituição foi criada em 1967 com o intuito de promover a proteção dos direitos de propriedade intelectual em todo o mundo (WIPO, 2022), credenciada junto ao SACI- Adm, Sistema Administrativo de Conflitos de Internet.

O próximo passo foi do Centro de Mediação e Arbitragem que contactou a empresa responsável pelo registro (BulkRegister.com) solicitando uma verificação do registro realizado. A resposta da empresa validou que, de fato, havia um registro realizado do domínio e forneceu todos os detalhes deste e do registrador. O centro nomeou os responsáveis pelo processo e agendaram uma data de decisão.

Entre os argumentos utilizados pelo Banco estava o fato de que não havia nenhuma diferença entre o registro realizado pelo requerido e os domínios de posse do reclamante. Também alegaram que o requerido não administrava nenhum tipo de negócio que utilizasse o nome “itau” como parte da marca ou nome de domínio e identificaram que o banco era a única instituição financeira autorizada a usar o termo “itau” no Brasil e em outros países, o que, por si só, deixava cristalino que o uso do

nome “itau” era ilegítimo. O banco ainda teceu outros comentários sobre o caso¹⁰ (WIPO, 2003):

O Requerido registrou o nome de domínio contestado, mas não o está usando em conexão com nenhum site ativo. Ao digitar o endereço <itau.info>, o internauta visualiza repetidamente a mensagem de que a página correspondente não pode ser exibida [...]. Como resultado, pode-se inferir que a Ré não tem real interesse em utilizar o site para promover suas atividades comerciais e que o registro do nome de domínio <itau.info> foi apenas para impedir que a Reclamante o registrasse.

Além disso, a Instituição Financeira salientou que, se o requerido tivesse a mínima intenção de utilizar o domínio em disputa, poderia tê-lo feito há muito tempo antes da demanda, desde 2001, e não o fez. Não menos importante, o banco narrou que o requerido não é conhecido pela expressão “itau” de nenhuma maneira. E acrescentou¹¹ (WIPO, 2003):

É bastante óbvio que a reputação da marca registrada do Reclamante atraiu a ganância do Requerido, provando a intenção do Requerido de lucrar com o registro do nome de domínio contestado porque: ele não dirige nenhum negócio sob o nome de "Itaú "; não é titular de registro ou pedido de marca da expressão "Itaú"; a expressão “Itaú” é automática e inevitavelmente associada aos bens e serviços do Reclamante.

O banco Itaú ainda coligiu que o requerido registrou o nome “itau.info” com o único intuito de obstar que ele o fizesse, de modo a conseguir alguma vantagem financeira em uma potencial venda do domínio em questão à Instituição Financeira.

Outro argumento utilizado pelo requerente no caso de *cybersquatting* sofrido pelo banco Itaú em 2001 foi de que ofereceu comprar o domínio “itau.info” do requerido por US\$ 500 (quinhentos dólares). O requerido, porém, fez uma contraoferta que variava de US\$ 5.000 (cinco mil dólares) a US\$ 15.000 (quinze mil dólares), ou seja, um preço muito superior em relação aos gastos que teve para o registro, que, na época, era de US\$ 60 (sessenta dólares).

¹⁰ Tradução livre. Texto original: The Respondent registered the disputed domain name but is not using it in connection with any active web site. By keying in the address <itau.info>, the Internet user repeatedly views the message that the corresponding page cannot be displayed (Complaint Exhibit 7). As a result, it can be inferred that the Respondent has no real interest in using the web site to promote its business activities and that the registration of the domain name <itau.info> was merely to prevent the Complainant from registering it.

¹¹ Tradução livre. Texto original: It is quite obvious that the reputation of the Complainants trademark lured the Respondents greed, proving the Respondents intention to profit from the registration of the disputed domain name because: he does not run any business under the name of "Itaú"; he does not own any trademark registration or application for the expression "Itaú"; the expression "Itaú" is automatically and inevitably associated with the Complainants goods and services.

Outro ponto suscitado pelo Banco Itaú é o que segue¹² (WIPO, 2003):

A má-fé do Reclamado também mostra que, ao registrar o nome de domínio em disputa, o Requerido causou confusão entre os clientes do Reclamante. Eles podem digitar <itau.info> (o nome de domínio em disputa) com a impressão de que isso levaria ao Reclamante.

Por fim, o requerente solicitou que a comissão julgadora deferisse à transferência do domínio “itau.info” ao Banco Itaú.

O requerido respondeu as acusações alegando que a legislação brasileira não permite o uso do termo “Itaú” como marca registrada pois se trata de uma palavra de origem da língua guarani, cujo significado é “pedra preta” e, portanto, usar o nome “itau” em um domínio não se caracterizaria apropriação da marca do banco.

Alegou também, não haver conflito de interesse na disputa em razão do domínio não fazer nenhuma referência a serviços de natureza bancária. Declarou que o prazo de quase dois anos para a disputa denotava a falta de interesse da instituição bancária.

O requerido ainda salientou que, na época do registro do domínio, planejava fazer uso legítimo e justo do domínio “itau.info”, sem enganar os consumidores do banco e argumentou que estava preparando uma “startup”, tendo, inclusive, se prontificado a apresentar o plano de negócios detalhado com data anterior à disputa. Apenas não teria dado início à empresa em razão da depreciação da moeda argentina que o teria impossibilitado de iniciar suas atividades usando o domínio.

Por fim, o requerido declarou que não é competidor do requerente e nunca teve a intenção de atrapalhar seus negócios, demandando que permanecesse em posse do domínio “itau.info”.

A WIPO – Organização Mundial de Propriedade Intelectual – elencou no processo os requisitos para que um requerente consiga a transferência para si de um domínio registrado em nome de outrem, quais sejam (WIPO, 2003):

- i. o nome de domínio deve ser idêntico ou confusamente similar a uma marca registrada ou marca de serviço sobre a qual o reclamante tem direitos;
- ii. o requerido não pode possuir direitos ou interesses legítimos em relação ao nome de domínio, e;
- iii. o nome de domínio deve ter sido registrado e estar sendo usado de má-fé;

¹² Tradução Livre. Texto original: The Respondents bad faith also shows in that, by registering the disputed domain name, the Respondent caused confusion amongst the Complainants customers. They might type <itau.info> (the disputed domain name) under the impression that this would lead to the Complainant.

Sobre o primeiro item, que trata da confusão, similaridade e identidade dos domínios, a comissão da WIPO (2003) entendeu que o domínio “itau.info” era idêntico aos domínios de propriedade do banco e que, por este motivo, o primeiro item da Política estava devidamente atendido. A comissão ainda arguiu que o argumento de que o domínio “itau.info” era diferente dos utilizados pelo banco Itaú porque não utilizava acento não merecia prosperar, uma vez que não é possível utilizar acento noregistro dos nomes de domínio.

Quanto ao segundo item, ou seja, sobre os direitos ou interesses legítimos do possuidor, a comissão concluiu que o requerido não era comumente conhecido pelo domínio em disputa e que a comissão não estava convencida de que o requerido planejava fazer uso legítimo e justo do domínio.

A comissão aduziu que a crise vivenciada pela Argentina em 2001 e os anos seguintes não eram suficientes para eximir o requerido do dever de provar que estava desenvolvendo um projeto que utilizaria o domínio. Segue trecho importante dos argumentos utilizado pela comissão na decisão sobre a transferência de domínio¹³:

O requerido falha em provar tal uso ou qualquer preparação para usar o nome de domínio. De acordo com as Regras, parágrafo (5)(b), a resposta deverá: "(i) responder especificamente às declarações e alegações contidas na reclamação e incluir todas e quaisquer bases para que o Requerido (titular do nome de domínio) retenha o registro e use do nome de domínio em disputa". No que diz respeito ao ônus da prova, a resposta deverá "(ix) anexar qualquer documento ou outra prova em que o Requerido se baseie, juntamente com um cronograma que indexe esses documentos."...). De acordo com esta Regra, um réu não pode ser dispensado se decidir não apresentar provas, supostamente suficientes para defender seu caso, porque as despesas de postagem ou correio são altas ou inoportáveis.

Diante disso, a comissão entendeu que o requerido não possuía nenhum direito ou interesse legítimo sobre o domínio em disputa.

Referente ao item iii, ou seja, o registro do domínio ser feito com má-fé, a comissão teceu as seguintes considerações:

Primeiro, a comissão entendeu que o valor de US\$ 500 (quinhentos dólares) oferecidos pelo Banco Itaú para o requerido não prova que ele tenha direito de usar o

¹³ Tradução livre. Texto original: “Respondent fails to prove such use or any preparations to use the domain name. Under the Rules, paragraph (5)(b) the response shall: "(i) respond specifically to the statements and allegations contained in the complaint and include any and all bases for the Respondent (domain-name holder) to retain registration and use of the disputed domain name". As regards the burden of proof, the response shall "(ix) annex any documentary or other evidence upon which the Respondent relies, together with a schedule indexing such documents."...). Under this Rule, a respondent cannot be excused if it decides not to present evidence, allegedly sufficient to make his case, because postage or courier expenses are high or unaffordable.”

domínio em disputa e entende que o valor tenha tido a simples intenção de compensar os custos de registro e transferência do domínio.

No entanto, após a oferta, existiram contrapropostas excessivamente altas por parte do requerido, conforme narra a comissão¹⁴ (WIPO, 2003):

Quanto aos e-mails, o primeiro foi enviado em 21 de fevereiro de 2003. Foi direcionado a Gabriel Francisco Leonardos e Simone Bittencourt de Menezes, ou seja, os advogados dos Requerente que assinaram o fax. O e-mail é assinado "Dr. Julio García Cano Ofarrell e Asoc. Advogados". Seu assunto é "F010463". Seu texto contém uma mistura de ofertas ao advogado do Requerente: ou para doar US\$ 15.000 a uma organização sem fins lucrativos, ou para doar US\$ 10.000 para uma organização que fornece gravações para pessoas cegas, ou para comprar dois monitores digitais de "www.abakur.com.ar" ao preço de US\$ 7.500, ou para adquirir um software de tradução, "Power Translator Pro", ao preço de US\$ 5.000, ou para "devolver" mais de US\$ 1.000.000 a titulares de cartões de crédito Itaú por cobranças supostamente não autorizadas, mais um comunicado de imprensa pedindo desculpas por tais erros e pela demora no tratamento das reclamações. O segundo e-mail é datado de 20 de março de 2003. Ele diz "Tire um zero de cada número da mensagem anterior: por exemplo, 15.000 se transforma em 1.500".

A comissão considerou que os e-mails trocados entre o requerente e o requerido após a oferta de US\$ 500 (quinhentos dólares), sustentam que a real intenção do requerido era a de demandar uma quantia bem mais alta do que a ofertada e que o requerido registrou o nome de domínio, primariamente, com o intuito de vender posteriormente ao Banco, o que é considerado como registro de má-fé.

Diante de todo o processo explanado, a comissão da WIPO emitiu a decisão de que o domínio "itau.info" fosse transferido para a requerente, Banco Itaú S.A.

5.1.2 Caso do Banco do Brasil

Caso muito similar ao Banco Itaú ocorreu com o Banco do Brasil, em meados dos anos 2000. O Banco do Brasil é o maior banco do país e foi fundado em 1808, durante o período colonial, com o objetivo de atender às necessidades financeiras do

¹⁴ Tradução Livre. Texto Original: As to the emails, the first one was sent on February 21, 2003. It was addressed to Gabriel Francisco Leonardos and Simone Bittencourt de Menezes, that is the Complainants attorneys who signed the fax. The email is signed "Dr. Julio García Cano Ofarrell and Asoc. Lawyers". Its subject reads "F010463". Its text contains a mix of offers to Complainants counsel: either to donate US\$ 15,000 to a non-profit organization, or to donate US\$ 10,000 to an organization that provides recordings for blind people, or to purchase two digital monitors from "www.abakur.com.ar" priced at US\$ 7,500, or to purchase a translation software, "Power Translator Pro", priced US\$ 5,000, or to "return" over US\$ 1,000,000 to Itaú credit card holders for allegedly unauthorized charges, plus a press release apologizing for such errors and the delay in handling complaints. The second email is dated March 20, 2003. It reads "Take a zero of each figure of the previous message: e.g., 15,000 turns into 1,500".

governo e dos cidadãos brasileiros. A partir do século XIX, o Banco do Brasil expandiu suas operações para incluir empréstimos, hipotecas e outros serviços financeiros.

O domínio em disputa era “bancodobrasil.com”, registrado junto a Network Solutions Inc, por Sync Technology, entidade de natureza desconhecida, originária de Chandwoo Dong, República da Coreia.

Em 03 de julho de 2000, o Banco do Brasil realizou uma petição de disputa (Case No. D2000-0727) perante o Centro de Mediação e Arbitragem da WIPO (World Intellectual Property Organization). Embora devidamente intimada, a Sync Technology não apresentou resposta à petição.

Em razão da ausência de resposta por parte da requerida, a comissão instaurada pela WIPO (2000) considerou que os fatos narrados pela requerente foram devidamente estabelecidos, porque o Banco do Brasil é proprietário da marca registrada BANCO DO BRASIL desde 1992 em diversos países, tendo, inclusive, o registro do domínio “bancodobrasil.com.br”.

A comissão entendeu que o requerido registrou o domínio com o intuito de vender ou alugar para o requerente ou terceiros e não estava utilizando o nome de domínio para nenhum propósito legítimo (WIPO, 2000). Também observou que o domínio “bancodobrasil.com” é idêntico e, portanto, confusamente similar à marca do requerente, qual seja Banco do Brasil. Concluiu, ainda, que não existia, por parte do requerido, direitos ou interesses legítimos no nome de domínio e que o registro foi realizado por má-fé.

Ao registrar o nome de domínio confuso e contundentemente idêntico à marca registrada do banco, o requerido violou a polícia do ICANN (corporação da internet para atribuição de nomes e números).

Como é cediço, são três os requisitos obrigatórios que devem ser atendidos para que um domínio seja transferido para outro agente em caso de *cybersquatting* e *typosquatting*. No presente caso, identificou-se como evidente a identidade entre o domínio “bancodobrasil.com” registrado pelo requerido e a marca “Banco do Brasil”.

Além disso, não houve a contestação da alegação do requerente de que o requerido não possuía quaisquer direitos ou interesse legítimo no nome de domínio e, com isso, a comissão concluiu que não havia outra razão para o requerido ter

registrado o domínio em questão que não o fato de saber da existência da marca Banco do Brasil. A comissão ainda pontuou¹⁵ (WIPO, 2000):

Além disso, o resultado da conexão realizada de forma independente pelo Painel não mostrou nenhuma evidência quanto aos direitos ou interesses legítimos do Reclamado no nome de domínio, conforme previsto na Política, Parágrafo 4(c). Ver 6.2. Nenhuma outra circunstância foi evidenciada pelo Requerido que pudesse razoavelmente apoiar uma inferência a seu favor.

Sobre a má-fé, a comissão dividiu seus argumentos em má-fé no registro e má-fé no uso. Com relação a má-fé no registro, a comissão salientou que não havia evidência incontestável de tal circunstância e não havia evidência de que o requerido teria em algum momento solicitado algum tipo de contraprestação financeira em troca da transferência do domínio. No entanto, o requerido falhou em estabelecer qualquer tipo de uso do nome de domínio. Apenas o registrou, mas nunca o usou. A comissão tentou acessar o domínio “bancodobrasil.com” porém recebeu uma mensagem de que a página não existia. E acrescentou:

Ausente "coincidências milagrosas", o registro de um nome de domínio idêntico ou confusamente semelhante à marca, nome comercial e razão social de uma instituição financeira brasileira famosa por um registrador que não tem direitos ou interesses legítimos sobre o nome de domínio, e que prefere não apresentar qualquer alegação neste processo aponta para registro de má-fé sob os termos da política, parágrafo 4(a)(ii), e de forma geral sob os termos da política, parágrafo 4(b).

Considerando que o registro do domínio em disputa gozava da presença de elementos capazes de induzir consumidores ao erro, acessando o website distinto daquele que tinham a intenção de acessar, a comissão concluiu que o registro do domínio se deu com má-fé.

Sobre o uso do domínio com má-fé, a comissão entendeu que há uso de má-fé quando “não existe ação positiva do requerido em relação ao nome de domínio” (WIPO, 2000). Assim, teceu as seguintes conclusões sobre a má-fé no uso do domínio: i. o requerido copiou a marca do requerente; ii. o requerente tem alegação razoável de BANCO DO BRASIL é uma instituição financeira internacionalmente conhecida; iii. O requerido estava devidamente vinculado ao processo e se absteve de apresentar qualquer tipo de resposta às acusações; iv. o registro realizado pelo

¹⁵ Tradução livre. Texto original: “Additionally the result of the connection independently conducted by the Panel did not show any evidence as to the rights or legitimate interests of the Respondent in the domain name, as provided for in Policy, Paragraph 4(c). See 6.2. above. No other circumstance has been evidenced by Respondent that could support an inference in its favor.”

requerido privou o Banco de registrar o nome de sua marca com o domínio em questão; v. a inatividade do site sob o nome do domínio “bancodobrasil.com” pode dar impressão de que o Banco não é capaz de manter tal site. Diante dos fatos narrados, a comissão entendeu que houve a má-fé no uso do domínio, atendendo o disposto no parágrafo 4, a, III¹⁶ da Política Uniforme de Resolução de Disputas de Nomes de Domínio.

Por fim, a comissão instaurada considerou que o domínio “bancodobrasil.com” era idêntico ou, pelo menos, confusamente similar às marcas do requerente e que o requerido não tinha direitos ou interesse legítimo sobre o nome de domínio e que o domínio foi registrado e usado de má-fé. Com isso, a comissão requereu que o registro do nome de domínio fosse transferido para o Banco do Brasil S.A.

O presente caso demonstra que a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (WIPO) fornece um mecanismo para resolver disputas de nomes de domínio por meio de seu Centro de Arbitragem e Mediação. No geral, o processo de resolução de disputas de nomes de domínio da OMPI pode ser uma ferramenta eficaz para resolvê-las, mas pode não ser adequado para todos os casos.

Além disso, o caso do Banco do Brasil não foi resolvido em definitivo, porque a WIPO foi responsável pelo julgamento de mais dois casos similares envolvendo o banco.

No ano seguinte à mediação retrocitada, o Banco do Brasil protocolou nova petição junto ao Centro de Arbitragem e Mediação da Organização Mundial da Propriedade Intelectual, que abriu processo sob nº D2001-0995, em razão do registro de nome de domínio realizado por Jang Bong Huyn (WIPO, 2001).

O nome de domínio em disputa era, mais uma vez “bancodobrasil.com”. Mas se uma decisão do Centro de Arbitragem e Mediação da OMPI já havia sido expedida no ano anterior favorável ao Banco, porque a instituição financeira perdeu o registro e o deixou disponível para novo registro? A resposta também está presente no processo de 2001, que segue:

“o requerente não pagou a taxa anual pelo nome de domínio e, portanto, a Network Solutions cancelou o registro do nome de domínio em 18 de janeiro de 2001. E seis dias depois, em 24 de janeiro de 2001, o nome de domínio foi registrado novamente em nome de Kim Gwang-pyo. O requerente e Kwang-Pyo Kim trocaram e-mails sobre as negociações de transferência do

¹⁶ Seu nome de domínio foi registrado e está sendo usado de má-fé. (Tradução livre. Texto original: your domain name has been registered and is being used in bad faith).

nome de domínio em disputa e, durante a troca de e-mails, o nome de domínio foi transferido para BongHyeon Jang, o réu.

Ou seja, embora a comissão da WIPO (OMPI) tenha decidido a favor do Banco, cabe a este, os procedimentos administrativos e pagamentos de taxas requeridos para a manutenção deste domínio. Como o Banco não pagou as taxas para a manutenção do registro, este foi cancelado e qualquer interessado podia registrá-lo.

Os argumentos utilizados pelo Banco do Brasil foram os mesmos, entre eles que o uso do nome de domínio 'bancodobrasil.com' pelo Requerido não está relacionado a nenhum bem ou serviço oferecido de boa-fé; o Requerido afirmava que não havia uso legítimo da palavra "Banco do Brasil"; o Requerido não era conhecido ou reconhecido pelo nome "Banco do Brasil"; o Réu não era um licenciado do Reclamante, nem estava autorizado pelo Reclamante a usar a marca registrada "Banco do Brasil"; entre outros.

Sobre as alegações do requerido neste caso, destaca-se:

O Reclamado reconhece que "Banco do Brasil" é português, mas como "BANCO", "DO" e "BRASIL" são todos substantivos comuns e "Banco do Brasil" é uma combinação de substantivos comuns, o Reclamante não tem direitos sobre a Marca em pergunta, alegando que não é razoável. Além disso, o réu argumenta que a marca em questão não está registrada na Coreia e que a marca em questão não é uma marca bem conhecida.

Um dos argumentos da comissão no caso em análise foi o de que, embora o nome "banco do brasil" seja a simples combinação de três palavras comuns, a adoção do termo utilizando a terminação "banco" seguido do nome de um país é bastante corriqueira, como pode-se observar no caso do "Bank of America", "Bank of Korea", "Bank of Canada". Logo, a terminação "Banco do Brasil" poderia ser facilmente confundida com a crença de que aquele domínio pertence a um banco daquele país. Com isso, e levando em consideração o processo decidido no ano anterior, a comissão determinou a transferência do nome de domínio "bancodobrasil.com" ao Banco requerente.

Por fim, em 2007 o Banco do Brasil perdeu novamente o domínio "bancodobrasil.com", que foi registrado, dessa vez, por The Tidewinds Group, Inc. e deu início ao processo de nº D2007-1657, também pela comissão de decisão administrativa do Centro de Mediação e Arbitragem da WIPO. Os argumentos foram

os mesmos dos casos previamente descritos, o que culminou na lógica transferência do domínio para o Banco do Brasil, em janeiro do ano seguinte (WIPO, 2008).

O caso do Banco do Brasil é bastante peculiar porque a instituição utiliza como website o nome de domínio “bb.com.br”, abreviação do nome completo, com a finalidade de facilitar a vida dos seus clientes. Com isso, por muito tempo o domínio “bancodobrasil.com” ficou sem registro e possibilitou o registro deste por agentes que, muitas vezes, agiam de má-fé e usurpavam do termo com o fito de confundir os clientes do banco. Atualmente, ao digitar no navegador o domínio “bancodobrasil.com” o internauta ou cliente é automaticamente redirecionado ao site “bb.com.br” de propriedade do Banco do Brasil.

O interessante é que alguns domínios que ainda podem ser objeto de *cybersquatting* e, principalmente *typosquatting* em relação ao Banco do Brasil ainda estão disponíveis para compra, como “bancodobrasils.com”, e “barcodobrasil.com”, ambos por US\$ 10.99 (WHO.IS¹⁷, 2023).

5.1.3 Caso SICOOB

Este caso foi tratado pela ABPI – Associação Brasileira de Propriedade Intelectual, entidade também credenciada pelo SACI-Adm (Sistema Administrativo de Conflitos de Internet).

SICOOB é uma cooperativa de crédito brasileira, fundada em 1979. Ela é uma das maiores instituições financeiras cooperativas do país e oferece uma variedade de produtos e serviços financeiros, incluindo contas correntes, empréstimos, cartões de crédito, investimentos e seguros. O SICOOB tem uma estrutura de cooperativa, o que significa que os membros são também proprietários da instituição e têm direito a votonas decisões importantes. Ele tem mais de 4 milhões de associados e opera em mais de 3.500 municípios brasileiros.

A cooperativa atua utilizando o domínio “sicoob.com.br”, porém, neste evento, os domínios em disputa foram “bancosicoob.com.br”, “sicoobvalcredi.com.br” e “sicoobcredirio.com.br”, todos registrados no ano de 2015.

Como alegações, a cooperativa aduziu que é notoriamente conhecida no mercado financeiro nacional, uma vez que é o maior sistema de cooperativas

¹⁷ Who.is é um website que conta com uma grande base de dados e mostra informações sobre os nomes de domínio registrados e disponíveis para venda.

financeiras do país. Também alegou que utiliza a expressão SICOOB como parte principal de seu nome empresarial, título de estabelecimento, nome de domínio e marca registrada junto ao INPI (Instituto Nacional de Propriedade Intelectual). Informou, ainda, que possuem cooperativas filiadas que utilizam a marca SICOOB, cita como exemplos a “Sicoob Valcredi” e a Sicoob Crediarior”. Alegou que o requerido reproduz a marca SICOOB visando obter lucro, considerando que os nomes de domínio registrados estão à venda por, pelo menos, R\$ 20.000,00 (vinte mil reais).

O requerido, no entanto, alegou ser empresário da área de informática e telecomunicações há mais de 20 anos e que os três domínios foram devidamente registrados e obedeceram às normas vigentes. Também narrou o fato de que os nomes de domínio estão registrados há mais de 05 (cinco) anos e que nunca foram objeto de questionamento por nenhum agente, nem mesmo pela requerente. Descreveu que os nomes de domínio nunca foram negociados, porém, caso fossem, não incorreriam em nenhuma ilegalidade.

A ABPI entendeu que os Nomes de Domínio eram idênticos ou suficientemente similares para criar confusão, conforme dispõe o Art. 7º do Regulamento SACI-Adm. Também foi possível concluir que existiu legítimo interessado Banco SICOOB em razão de que os Nomes de Domínio “reproduz marcas anteriores de sua titularidade, seus nomes de domínio anteriores e seu nome empresarial anterior.” (ABPI, 2021)

Assim argumentou a ABPI:

Tendo a possibilidade de se manifestar em sua defesa, o Reclamado não apresentou argumento algum com relação a eventuais direitos ou interesses legítimos com relação aos Nomes de Domínio. Apesar de ter trazido resposta tempestiva aos autos deste procedimento, o Reclamado limitou-se a explicitar que seguiu as regras de registro de nomes de domínio aplicáveis e que, portanto, há legitimidade em sua conduta.

No entanto, não se pode confundir o mero cumprimento de requisitos formais com a legitimidade "a priori" do registro de um nome de domínio, tampouco com a presença de interesse legítimo nesse registro. A própria existência do procedimento especial do SACI-Adm baseia-se na possibilidade de divergência. Uma autoridade de registro registrará qualquer nome de domínio que já não esteja registrado, reservado, congelado ou de outro modo sem disponibilidade, seguindo a diretriz que ficou mundialmente conhecida como "first come, first served". Não há avaliação de legitimidade, sendo plenamente possível - e até corriqueiro - que pedidos de registro sejam realizados por interesses escusos, ilegítimos. Disso decorre o ônus do Reclamado trazer argumentos que sustentem a legitimidade de seu interesse, que não podem se limitar ao mero cumprimento das regras formais do pedido de registro, ou mesmo a própria realização do registro.

Como argumento, a ABPI narrou o fato do requerido não ter apresentado argumento com relação aos direitos ou interesses legítimos com relação aos Nomes de Domínio, limitando-se a explicar que seguiu todas as regras aplicáveis no registro deles. Embora tenha havido o cumprimento de requisitos formais, a legitimidade do registro de um nome de domínio e o presente interesse legítimo não pode ser confundido. Segue ponto de extrema importância acolchoado na decisão (ABPI, 2021):

A própria existência do procedimento especial do SACI-Adm baseia-se na possibilidade de divergência. Uma autoridade de registro registrará qualquer nome de domínio que já não esteja registrado, reservado, congelado ou de outro modo sem disponibilidade, seguindo a diretriz que ficou mundialmente conhecida como “first come, first served”. Não há avaliação de legitimidade, sendo plenamente possível – e até corriqueiro – que pedidos de registro sejam realizados por interesses escusos, ilegítimos. Disso decorre o ônus do Reclamado trazer argumentos que sustentem a legitimidade de seu interesse, que não podem se limitar ao mero cumprimento de regras formais do pedido de registro, ou mesmo a própria realização do registro.

A ABPI destacou, no caso, a importância da exposição das razões pelas quais o requerente acreditou que o nome de domínio foi registrado ou estaria sendo usado de má-fé, podendo-lhe causar prejuízo, o que está previsto no Art. 7º do Regulamento SACI-Adm, que assim dispõe:

Art. 7º. O Reclamante, no Requerimento de abertura de procedimento do SACI-Adm, deverá expor as razões pelas quais o nome de domínio foi registrado ou está sendo usado de má-fé, de modo a causar prejuízos ao Reclamante, cumulados com a comprovação de existência de pelo menos um dos seguintes requisitos descritos nos itens "a", "b" ou "c" abaixo, em relação ao nome de domínio objeto do conflito:

- a) o nome de domínio é idêntico ou similar o suficiente para criar confusão com uma marca de titularidade do Reclamante, depositada antes do registro do nome de domínio ou já registrada, junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI; ou
- b) o nome de domínio é idêntico ou similar o suficiente para criar confusão com uma marca de titularidade do Reclamante, que ainda não tenha sido depositada ou registrada no Brasil, mas que se caracterize como marca notoriamente conhecida no Brasil em seu ramo de atividade para os fins do art. 126 da Lei nº 9.279/96 (Lei da Propriedade Industrial); ou
- c) o nome de domínio é idêntico ou similar o suficiente para criar confusão com um título de estabelecimento, nome empresarial, nome civil, nome de família ou patronímico, pseudônimo ou apelido notoriamente conhecido, nome artístico singular ou coletivo, ou mesmo outro nome de domínio sobre o qual o Reclamante tenha anterioridade.

Com base neste artigo, a ABPI inferiu que os Nomes de Domínio são suscetíveis de criar confusão com as marcas registradas no Brasil pela requerente contendo “SICOOB”, por possuir literal similaridade com o termo. Além disso, os

Nomes de Domínio registrados pelo requerido tinham alto potencial de causar confusão com o nome empresarial da requerente, assim como era clara a reprodução dos nomes de domínio a ela pertencentes, tais como “sicoob.com.br”, “sicoobconsorcios.com.br”, “sicoob-brasil.com.br”, entre outros.

Outro ponto importante mencionado pela ABPI foi que todos os Nomes de Domínio registrados pelo requerido possuíam termos que remetiam a serviços financeiros como “banco” e “cred”, o que implica na clara confusão criada entre os termos bancários usados juntos com o termo “sicoob”.

Por fim, a ABPI expôs o fato de que ao acessar qualquer dos três Nomes de Domínios à época, surge uma página ofertando aquele domínio em uma espécie de leilão, com informação de que o lance mínimo é R\$ 20.000,00 (vinte mil reais).

Diante de todos os fatos colacionados no procedimento especial, a ABPI acolheu a reclamação e determinou que os nomes de domínio em disputa “bancosicoob.com.br”, “sicoobvalcredi.com.br” e “sicoobcredirio.com.br” fossem transferidos ao Banco SICCOOB.

5.2 CYBERSQUATTING E TYPOSQUATTING NO RAMO VAREJISTA

5.2.1 Caso Ponto Frio

Em 2010, a Companhia Brasileira de Distribuição, dona do Ponto Frio, moveu ação judicial em face de um homem que registrou diversos domínios com a nomenclatura da marca, como, por exemplo “novopontofrio.com.br”, situação em que a palavra “novo” foi inserida ao nome da marca.

O processo ainda tramita na 36ª Vara Cível da Comarca de São Paulo, sob o nº 146874-96.2010.8.26.0100, mas já teve sentença de primeiro grau prolatada.

Este é um clássico caso de *cybersquatting* em que o nome de uma grande e conhecida empresa é utilizado em um registro de nome de domínio, acrescentando-se um prefixo com o intuito de atrair consumidores.

Como é cediço, não basta que o registro do nome de domínio seja feito antes para que seja configurado seu direito de uso. Outros requisitos são necessários e estão previstos na Resolução CGI.br/RES/2008/008/P, editada pelo CGI.br, que assim dispõe:

Art. 1º - Um nome de domínio disponível para registro será concedido ao primeiro requerente que satisfizer, quando do requerimento, as exigências para o registro do mesmo, conforme as condições descritas nesta Resolução.

Parágrafo único - Constitui-se em obrigação e responsabilidade exclusivas do requerente a escolha adequada do nome do domínio a que ele se candidata. O requerente declarar-se-á ciente de que não poderá ser escolhido nome que desrespeite a legislação em vigor, que induza terceiros a erro, que viole direitos de terceiros, que represente conceitos predefinidos na rede Internet, que represente palavras de baixo calão ou abusivas, que simbolize siglas de Estados, Ministérios, ou que incida em outras vedações que porventura venham a ser definidas pelo CGI.br.
[...]

Art. 3º - Define-se como Domínio de Primeiro Nível, DPN, os domínios criados sob o ccTLD .br, nos quais disponibilizam-se registro de subdomínios segundo as regras estabelecidas nesta Resolução. Um nome de domínio escolhido para registro sob um determinado DPN, considerando-se somente sua parte distintiva mais específica, deve:

IV. O domínio escolhido pelo requerente não deve tipificar nome não registrável. Entende-se por nomes não registráveis aqueles descritos no § único do artigo 1º, desta Resolução.

O juiz do caso entendeu que a marca “ponto frio” possui proteção especial da Lei nº 9.279/96, em seu Art. 125¹⁸, pois não se trata de apenas uma palavra, mas sim da união de duas, o que nos termos do magistrado “formam uma expressão única, fruto da criação e investimento exclusivo da autora” (TJSP, 2015).

O magistrado ainda assim assevera:

Demonstra-se assim que não basta ao interessado considerar-se um “visionário” e ter ideias brilhantes para criar nomes de domínios com a intenção única de comercializá-los, necessário que haja critérios para o registro destes domínios, de modo que não haja abuso por parte de quem requer a inscrição e não haja confusão ao público que terá acesso a este domínio. E mais, havendo regras mínimas, evita-se que as empresas detentoras de marcas de alto renome ou declaradas notórias sejam coagidas a adquirir de pessoas como o autor um domínio criado com base em seu nome empresarial.

Ou seja, o magistrado deixa claro que é importante que as condutas de pessoas que registram nomes aleatórios ou semelhantes a grandes marcas sem o intuito de comercializá-las devem ser coibidas, considerando que o registro de um domínio (TJSP, 2015):

“custa poucas dezenas de reais, entretanto, sua comercialização pode custar até R\$500.000,00, R\$1.000.000,00, o que demonstra um lucro absolutamente exorbitante por uma atividade sem qualquer relevância social

¹⁸ Art. 125. À marca registrada no Brasil considerada de alto renome será assegurada proteção especial, em todos os ramos de atividade.

ou contribuição para o crescimento e desenvolvimento da economia do país e do fomento empresarial”.

Diante dos elementos trazidos no processo, o magistrado classificou a conduta do réu como ilícita e argumentou que o registro aleatório de nomes de domínio é uma ação (TJSP, 2015):

corriqueiramente praticada em todo o mundo, consistente no registro prematuro de alguns nomes de domínio, com o uso de signos expressivos perante o mercado consumidor e fornecedor para, posteriormente, revendê-los ao verdadeiro titular da marca, denominada de cybesquattings ou “pirataria cibernética”, o que configura concorrência desleal.

Por fim, o juízo de primeiro grau impôs ao réu a obrigação de transferir à autora de forma definitiva e sem qualquer contraprestação todos os domínios em questão, dentre eles “novopontofrio.com.br”. Ainda determinou que o réu se abstinhasse de usar as expressões “Extra¹⁹” e “Ponto Frio” na composição de domínios de internet ou qualquer outra finalidade empresarial. O magistrado ainda determinou que a NIC.br²⁰ realizasse todos os procedimentos necessários para a efetivação das transferências retrocitadas.

5.2.2 Caso Boticário

A empresa Boticário foi vítima de um caso de *cybersquatting* e *typosquatting* por meio do registro indevido de domínios. Primeiramente é preciso esclarecer que o grupo Boticário é proprietário da Eudora, empresa que atua desde 2011 no ramo de vendas de produtos de beleza.

Em 2015 aconteceu o registro do domínio “eldora.com.br” e em 2017 de “representanteudora.com.br” e “revendedorboticario.com.br”. Perceba que no primeiro domínio, “Eudora” está escrito com L, ou seja, “Eldora”.

Diante dos registros dos nomes de domínio retrocitados, a BOTICA COMERCIAL FARMACÊUTICA e O BOTICÁRIOS FRANCHISING LTDA apresentaram petição junto a Associação Brasileira da Propriedade Intelectual (ABPI) e foi recebida pela Câmara de Solução de Disputas Relativas a Nomes de Domínio (CASD-ND) por meio do procedimento de nº ND201840 no ano de 2018.

¹⁹ Extra é uma marca subsidiária da Companhia Brasileira de Distribuição, assim como Ponto Frio.

²⁰ O Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR - NIC.br foi criado para implementar as decisões e os projetos do Comitê Gestor da Internet no Brasil - CGI.br, que é o responsável por coordenar e integrar as iniciativas e serviços da Internet no País.

A requerente aduziu ser titular da Marca Registrada “O BOTICÁRIO” junto ao INPI/BR tendo já alcançado o status de marca de alto renome. Também informou ser possuidora de mais de 30 (trinta) nomes de domínio alusivos aos termos “BOTICÁRIO” e “EUDORA”. Diante disso, a requerente alegou que o requerido violou seus direitos de propriedade intelectual ao registrar os domínios “eldora.com.br”, “revendedorboticario.com.br” e “representanteeudora.com.br” (ABPI, 2018).

O requerido, embora intimado do procedimento, ficou-se inerte e não apresentou qualquer tipo de defesa às alegações da empresa e, por isso, teve sua revelia decretada no procedimento.

Considerando os registros da marca “BOTICÁRIO” que as requerentes possuíam e lograram com êxito em sua comprovação no procedimento, a comissão julgadora vislumbrou clara a reprodução da marca.

A comissão julgadora confeccionou uma tabela de forma a demonstrar a similaridade dos nomes de domínio de propriedade da requerente e dos nomes de domínio registrados pelo requerido, a qual é reproduzida a seguir (ABPI, 2018):

Quanto à Reprodução e/ou Imitação das Marcas	
Reclamantes	Reclamado
O BOTICÁRIO	REVENDEDOR BOTICÁRIO
EUDORA	ELDORA
EUDORA	REPRESENTANTE EUDORA
Quanto à reprodução dos Nomes de Domínio	
Reclamantes	Reclamado
oboticario.com.br	revendedorboticario.com.br
grupooboticario.com.br	revendedorboticario.com.br
lojaoboticario.com.br	revendedorboticario.com.br
eudora.com.br	representanteeudora.com.br
eudora.com.br	eldora.com.br

Tabela 2 - Similaridades entre os domínios do Requerente e o Requerido

A tabela acima deixa bem claro as similaridades dos nomes de domínio e a possível confusão que seu uso indistinto poderia causar aos consumidores da marca grandemente conhecida.

Observa-se o que narrou a comissão sobre o tema (APBI, 2018):

A reprodução das marcas das Reclamantes, com efeito, não parece suscitar nenhuma dúvida. Nem em relação à marca "EUDORA". Em relação a ela nota-se, ainda, uma clara tentativa de reforço quanto à sua reprodução tanto do ponto de vista da sua grafia como de sua fonética mediante a construção de duas formas distintas, a primeira substituindo-lhe a vogal "u" (de eUdora) pela consoante "l" (de eLdora), o que em absoluto lhe conferiu ou lhe confere qualquer diferença, pelo contrário, tal circunstância parece claramente lhe acentuar propósitos escusos, e a segunda, preservando-lhe sua estrutura original, sem disfarces.

Ainda sustentou que o requerido nunca possuiu qualquer expectativa de direitos ou interesse nos nomes de domínios registrados e somou isso ao fato de que o requerido detinha 614 (seiscentos e quatorze) outros nomes de domínio registrados em seu nome, o que, por si só, classificaria o presente caso como a prática de *cybersquatting*. Com base nos fatos elencados, concluiu-se que o requerido agiu de má-fé, pois restou-se evidente que os domínios registrados tinham claro objetivo de serem comercializados posteriormente com a consequente obtenção de lucro. Na argumentação o especialista da comissão traz a seguinte fonte sobre o tema (ABPI, 2018):

Os domínios de website são ferramentas que se prestam a conectar usuários a conteúdos na Internet. Logo, não teria nenhuma lógica o fato de o Reclamado deter essa enormidade de domínios, ou seja, enfrentando os ônus de suas respectivas manutenções, etc., sem alimentar a expectativa de um retorno ainda que mediato e/ou de qualquer outro interesse econômico em relação a esse considerável acervo.

Ou seja, ainda que não exista a efetivação da venda dos domínios em disputa, o fato do requerido ter em seu nome esta grande quantidade de domínios gera a conclusão de que tinha a expectativa de auferir lucros no futuro.

As práticas abrolhadas pelo requerido no procedimento em análise são exemplos claros de *cybersquatting* e *typosquatting* e são, inclusive, mencionadas pela comissão na decisão do caso, conforme delineadas a seguir (ABPI, 2018):

De qualquer modo, impende salientar que não padece nenhuma dúvida de que a conduta do Reclamado se amolda sem nenhum esforço a duas práticas que vêm sendo fortemente combatidas: a primeira delas, a de *Cybersquatting*, ou *Cyberpiracy* ("pirataria cibernética"), que pode ser entendida como uma prática em que o interessado se utiliza de um nome de domínio, com má-fé, para poder lucrar com a boa-fé de uma marca comercial pertencente a terceiro.

[...]

A segunda prática, que se mostra tanto ou mais perigosa, e sagaz, e que no presente procedimento pode ser facilmente visualizada no registro do domínio envolvendo a marca/domínio "EUDORA", bem como em várias outras marcas conhecidas de terceiros, e tendo como interessado o próprio Reclamado, conforme reportadas pelas Reclamantes, é a chamada

Typosquatting. Nessa prática o postulante ao invés de registrar o domínio idêntico à marca original postula - de forma intencional - registros de nomes de domínio com "erros" de grafia. É bem mais sutil. De qualquer modo, em ambas as situações se revela o que comumente se denomina de "concorrência desleal virtual".

Ainda, a comissão trouxe um ponto de extrema importância no momento em que identificou que o requerido era reincidente nas condutas aqui expostas e todas foram objeto de análise pela CASD-ND (Câmara de Solução de Disputas Relativas a Nomes de Domínio) nos procedimentos ND201631, ND201646, ND20172, ND20178, ND201765 e ND201831, o que corrobora com a tese de que o requerido praticava esta conduta de forma reiterada.

Diante dos fatos elencados no procedimento, a comissão do CASD-ND determinou que os domínios “eldora.com.br”, “representanteudora.com.br” e “revendedorboticario.com.br” fossem transferidos para a empresa O BOTICÁRIO FRANCHISING LTDA.

5.2.3 Caso Extra

Um caso bastante evidente de *typosquatting* ocorreu com o Extra, marca criada em 1989 e pertencente ao Grupo Pão de Açúcar, amplamente utilizada em supermercados, drogarias, postos de combustível e até produtos. A marca possui mais de 25 (vinte e cinco) registros de marcas contendo a expressão EXTRA junto ao Instituto Nacional da Propriedade Intelectual (INPI).

Este caso também foi tratado pela Câmara de Solução de Disputas relativas a Nomes de Domínio (CASD-ND) da Associação Brasileira de Propriedade Intelectual (ABPI), que abriu procedimento de nº ND20131.

Os casos mais comuns envolvendo o registro de nomes de domínio envolvem a adição de um prefixo, sufixo, hífen e variações do nome de uma marca conhecida com o fim de atrair seus clientes. Ocorre que no presente caso, os nomes de domínio registrados são claras amostras de tentativa de fraude, uma vez que exploram a possibilidade de erros que os clientes podem vir a cometer.

Os nomes de domínio em disputa no procedimento são: “extrasupermercados.com.br”, “supermercadoextra.com.br”, “familiaextra.com.br”, “familiextra.com.br”, “familiaestra.com.br”, “extraelectro.com.br”, “extra.com.br”, “esextra.com.br”, “extre.com.br”, “extraonlaine.com.br”, “extraclube.com.br”, “cursoextra.com.br” e “investextra.com.br”.

É evidente a tentativa de se aproveitar da hipossuficiência do consumidor que pode facilmente cometer um erro de digitação e ser direcionado a um website fraudulento e acabar adquirindo um produto que não existe. Claro exemplo são os nomes de domínio “extrasupermercados.com.br” e “supermercadoextra.com.br”, onde o responsável pelo registro retirou o “r” de “mercado”, diferença que passa despercebida por muitas pessoas.

A requerente alegou que a maioria dos nomes de domínio estava ativa e “hospedando publicidades que oferecem produtos e serviços idênticos aos oferecidos pela reclamante, além de publicidades de empresas concorrentes diretas da reclamante” (ABPI, 2013). O requerido não apresentou defesa.

A comissão constatou que estavam presentes os requisitos previstos no Regulamento SACI-Adm, além de trazer à luz do procedimento que o requerido também já registrou outros nomes de domínio compostos por marcas famosas como UOL, COPA DO MUNDO, BRADESCO, WALMART, VIUVO, ITAUCARD, CINEMARK, SANTANDER, EMBRATER e CARREFOUR.

Neste ponto, fica claro que a CASD-ND constatou os diversos elementos para analisar os pedidos de transferência de nomes de domínio e visualizou a má-fé dos réus com a utilização de suas condutas pregressas e reincidências em outros eventos da mesma natureza.

Assim salienta a comissão (ABPI, 2013):

Ainda, fica clara a intenção da Reclamada de se aproveitar do conceito, fama e clientela da Reclamante, detentora de registros de marca e nomes de domínio anteriores aos da Reclamada e de título de estabelecimento amplamente conhecido em território nacional, especialmente ao analisarmos a questão da utilização da prática de typosquatting (i.e., o registro de nomes de domínio semelhantes a marcas consagradas, mas com pequenos erros tipográficos, para aproveitar o tráfego na internet de usuários que cometam erro ao digitar o endereço eletrônico) nos domínios <familiaextra.com.br>; <familiextra.com.br>; <familiaestra.com.br>; <extrra.com.br>; <esxtra.com.br>; <extre.com.br>; <extraonline.com.br>, o que configura claro ato de má-fé e concorrência desleal por parte da Reclamada.

Diante dos fatos elencados, a comissão determinou que todos os nomes de domínio fossem transferidos ao requerente.

5.2.4 Caso Mercado Livre

O presente caso em análise foi tratado pela CASD-ND sob o nº ND-202247 e é um dos mais recentes, tendo sido analisado no ano de 2022. Trata-se de uma

reclamação do conhecido Mercado Livre que peticionou contra o registro do Nome de Domínio “mercadolivreoficial.com.br”.

É cediço que o Mercado Livre utiliza como domínio principal “mercadolivre.com.br” e lá ocorrem transações de compra e venda de mais 320 milhões de usuários em toda a América Latina. O site é um dos cinquenta sites com mais visualizações do planeta e realiza cerca de 32 (trinta e duas) vendas a cada segundo.

Com números tão expressivos, não é incomum que a plataforma seja alvo detentativa de fraudes de todos os modos. Os mais comuns ocorrem dentro da própria plataforma e são por ela tratados. Ocorre que o presente caso utilizou do nome da empresa para atrair clientes para fora do site, de modo a aplicar golpes ainda mais graves contra aqueles que desconhecem o domínio em questão.

A similaridade entre o nome de domínio de propriedade da requerente “www.mercadolivre.com.br” e o nome de domínio registrado pela requerida “www.mercadolivreoficial.com.br” foi facilmente identificada pela câmara de julgamento, uma vez que a única diferença entre os dois nomes de domínio está na palavra “oficial”, o que, nas palavras dos panelistas é suficiente “para criar confusão com um sinal distintivo anterior” e “porque reproduz por completo as marcas MERCADO LIVRE, nome de domínio e nome empresarial, de titularidade das mundialmente conhecidas Reclamantes, possibilitando confusão e/ou associação pelos consumidores e aproveitamento injusto da marca das Reclamantes” (ABPI, 2022).

O presente caso traz elementos que extrapolam o simples registro de marca similar. O *cybersquatting* está demonstrado, também, pela utilização do domínio como um todo. Não apenas o requerido registrou o domínio “mercadolivreoficial.com.br” como também o utilizou para criar um website de vendas online, utilizando-se, inclusive, do mesmo padrão de cores do site de vendas do requerente.

Todos os requisitos previstos no Regulamento SACI-Adm foram localizados no caso, como o legítimo interesse da requerente, a inexistência de interesse legítimo por parte da requerida, bem como a existência de má-fé por parte desta última.

Sobre a má-fé neste caso, a comissão assim asseverou (ABPI, 2022):

Apesar de a Reclamada ter apresentado, extemporaneamente, cópia de um “Recurso contra indeferimento do pedido de registro”, endereçado ao “Ilmo. Sr. Presidente do Instituto Nacional de Marcas e Patentes INPI”, datado de

27.07.2022, os elementos extraídos da Reclamação sustentam a conclusão de que o Nome de Domínio estaria sendo utilizado com má-fé pela Reclamada.

Em especial porque, a uma, o portal www.mercadolivre.com.br é uma das principais plataformas de comércio eletrônico do Brasil, sendo a marca MERCADO LIVRE notoriamente conhecida no segmento de comércio em geral, não sendo plausível que a Reclamada desconheça as marcas, nome de domínio e nome empresarial das Reclamantes.

O possível desconhecimento da Reclamada é rechaçado, por completo, ao constatar, por meio dos prints de tela juntados pelas Reclamantes, que ela ofertava produtos com outra marca das Reclamantes (a saber, “MERCADO PAGO”), sendo que o layout adotado no website da Reclamada era igualmente semelhante ao das Reclamantes.

A duas, porque a utilização de Nome de Domínio que reproduz marca registrada alheia é considerada indício de má-fé, conforme jurisprudência ampla da CASD-ND, a exemplo dos casos ND202061 e ND202068.

Tais indícios comprovam que o intuito desleal e de má-fé do registro do Nome de Domínio pela Reclamada, seja para confundir-se com ou associar-se às Reclamantes perante consumidores, seja para enriquecer-se às custas das Reclamantes, prevendo seu interesse no Nome de Domínio em questão. Ao fim e ao cabo, criou óbices à legítima fruição do Nome de Domínio por quem de direito.

Conforme exposto, todos os elementos necessários para a configuração do uso indevido de nome de domínio de outrem estava claramente caracterizado e a resposta da comissão julgadora não poderia ter sido outra senão a determinação de que o domínio “mercadolivreoficial.com.br” fosse transferido para o requerente. Atualmente, ao acessar o endereço retromencionado, o consumidor é automaticamente redirecionado para o site “www.mercadolivre.com.br”.

5.2.5 Caso Carrefour

O caso da rede de hipermercados Carrefour foi julgado pela Câmara de Solução de Disputas relativas a Nomes de Domínio (CASD-ND) sob o procedimento de nº ND20172, cujo objetos da disputa foram os Nomes de Domínio “carefur.com.br”, “carrefor.com.br” e “carrefuor.com.br”, todos registrados no ano de 2014.

Ab initio, insta salientar que o Carrefour é uma rede de hipermercados mundialmente conhecida e fundada no ano de 1960 e detentora do registro do nome de domínio “carrefour.com.br”.

Ao tomar conhecimento dos registros dos nomes de domínios de cristalina semelhança com o de sua marca, a empresa optou por protocolar pedido de transferência dos nomes de domínios junto a ABPI, Associação Brasileira de Propriedade Intelectual.

Dentre os argumentos suscitados pelo Carrefour, importante mencionar os seguintes (ABPI, 2014):

- O Reclamante afirma (na Reclamação e, com mais detalhes na manifestação feita por ocasião do cumprimento da Ordem Processual 001) que o Reclamado registrou perante o NIC.br os nomes de domínio <www.carrefuor.com.br>; <www.carefur.com.br> e <www.carrefor.com.br>, onde passou a divulgar uma web-page intitulada “Cartão de Crédito Carrefour e Loja”, que apresenta informações sobre a loja, como se fosse uma página autorizada do CARREFOUR. No que concerne ao conteúdo exibido nos endereços eletrônicos em questão, informa o Reclamante que os três nomes de domínio eram direcionados para uma única página do Reclamado, aquela ligada ao nome de domínio <www.carrefuor.com.br>, em que o próprio logotipo de CARREFOUR é utilizado, fazendo com que o usuário imagine estar na página oficial do Reclamante.
- Analisando os três nomes de domínio em questão, o Reclamante afirma que eles praticamente reproduzem a marca (e seu nome de domínio nacional), CARREFOUR, apenas modificando uma letra em cada um deles, como um erro de digitação, técnica conhecida na internet como “TYPOSQUATTING”, que consiste em angariar visitantes para a página errada, por meio de um erro de digitação, o que confunde o usuário, levando-o (sem que ele perceba), para uma página diferente daquela pretendida.
- Alega ainda, que diversos banners de publicidade eram exibidos no website do Reclamado que, aproveitando-se da marca CARREFOUR, do Reclamante, lucrava, por meio de serviços de publicidade contratados na web.
- Conclui dizendo que essa prática caracteriza concorrência desleal e enriquecimento ilícito, ainda mais considerando-se que a marca CARREFOUR é notoriamente conhecida.
- Informa ter notificado o Reclamado (antes da instauração do presente procedimento), bem como o provedor de hospedagem do website, a empresa, IPV6 Internet Ltda (KingHost), alertando-a para a prática ilícita e solicitando a remoção do conteúdo, no que foi atendido (pelo provedor de hospedagem). O Reclamado, porém, transferiu a página para os serviços de outro provedor, a empresa CloudFlare, INC., americana.
- Alega que, além da prática de ato ilícito com relação ao Reclamante, o Reclamado é titular de diversos nomes de domínio similares a diversas marcas famosas nacionais e internacionais, tais como: amazon.com.br; americannas.com.br; agazineluisa.com.br; diney.com.br; adidasbrasil.com.br; susuki.com.br, o que demonstra a sua má-fé, e prática habitual de Typosquatting e Cybersquatting, para angariar lucro indevido.

Ou seja, são robustos os indícios apresentados no procedimento especial e que vão ao encontro dos requisitos previstos nas resoluções competentes para o julgamento. Quanto ao mérito, a comissão julgadora do presente caso entendeu que o registro dos domínios em questão:

constituem uma reprodução de CARREFOUR com a supressão ou inversão de uma ou outra letra: <www.carefur.com.br>; <www.carrefor.com.br> e <www.carrefuor.com.br>, é inquestionável a má-fé do Reclamado e sua intenção de se beneficiar, ilicitamente, da fama e do reconhecimento da marca e nome do Reclamante e ludibriar o consumidor, por meio da conduta denominada Typosquatting, técnica ilícita bastante comum na internet, que

ocorre em situações como a presente, em que o nome de domínio registrado possui uma grafia muito semelhante à de uma marca conhecida (normalmente com uma letra a mais ou a menos), de forma que o usuário/internauta, ao cometer um erro comum de digitação (acrescentando ou suprimindo uma letra), será levado para outra página, beneficiando ilicitamente o titular desse outro nome de domínio.

O caso possuía características bastante nítidas de *typosquatting*, pois além do registro do nome de domínio, o requerido o utilizava com o objetivo de fraude, o que pôde ser comprovado no procedimento por meio do acesso ao endereço, que continha uma página com promoções citando o nome do Carrefour e utilizava, até mesmo, sua logomarca, o que, nas palavras da comissão julgadora, “ao entrar por engano na página do Reclamado, o consumidor terá a clara sensação de estar na página do Carrefour, com sérios prejuízos para o titular da marca” (ABPI, 2014).

Em razão dos argumentos e comprovações apresentadas pela marca Carrefour, bem como levando em consideração a conduta pregressa do requerido, a comissão determinou que os Nomes de Domínio em disputa fossem transferidos ao Requerente.

5.3 CYBERSQUATTING E TYPOSQUATTING EM SERVIÇOS ONLINE

5.3.1 Caso Decolar.com

Decolar.com é uma empresa de origem argentina que atua no ramo de venda de passagens aéreas, hospedagens e outros serviços relacionados e é amplamente conhecida no território nacional.

Este caso foi tratado de forma judicial, e tramitou na 5ª Vara Cível de Brasília, sob o nº 0701424-37.2018.8.07.0001, chegando a ser julgado em sede de Recurso Especial de nº 1.804.035 – DF pelo Superior Tribunal de Justiça, com relatório da Senhora Ministra Nancy Andrighi.

Na exordial do processo acima elencado, a Decolar.com informou que possui registro da marca perante o INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, bem como titular dos nomes de domínio “decolar.com” e “decolar.com.br”, registrados desde 1999 (TJDF, 2018).

A autora da ação alega que tomou conhecimento que a ré teria adotado a expressão “www.decolando.com.br”, tendo começado a utilizar essa marca na propaganda e promoção das atividades de agência de turismo. Ainda destaca (TJDF, 2018):

O domínio e marca adotados pela Ré são passíveis de confusão com o nome empresarial e marca da Autora, na medida em que utilizam o mesmo verbo “decolar” com o emprego do radical “ando”. Quanto à marca, acrescenta-se ainda a similaridade do logotipo (com o desenho de um avião) e cores utilizadas em ambas [...]

Um dos pontos destacados pela autora no caso foi o fato de que a ré desenvolve a mesma atividade da autora, ou seja, agência de viagens e prestadora de serviços de reservas e de turismo, o que denota a tentativa da ré em “aproveitar todo o prestígio conquistado pela autora após anos e anos de atividade comercial” (TJDF, 2018)..

Dentre a legislação utilizada com base para seus pedidos, a autora utilizou o Art. 5º, XXIX da Constituição Federal; os artigos 129 e 130 da Lei 9.279/96 (Lei da Propriedade Industrial) entre outros recursos legais que serão objeto de estudo no capítulo seguinte.

Diante dos fatos, a titular da marca Decolar.com requereu, dentre outros, que a ré se abstinhasse de reproduzir indevidamente seu nome empresarial e marca; que fosse aplicada multa diária no caso de descumprimento e requereu, em sede de antecipação de tutela provisória a “imediata suspensão do nome de domínio “decolando.com.br” com expedição de ofício ao NIC.br. Além disso, a autora requereu indenização por danos morais e materiais, além do pagamento das custas do processo e dos honorários advocatícios.

Já a ré, Decolando.com, pugnou pela inépcia da inicial em razão da ausência de especificação dos supostos danos morais e materiais sofridos. Ainda aduziu que o nome de domínio “www.decolando.com.br” havia sido registrado no ano de 2001, e pugnou pela decadência dos pedidos, em razão do disposto no Art. 225 da Lei nº 9.279.

Ponto importante trazido pela ré é o que segue:

[...] a pretensão de restrição ou abstenção de uso do nome empresarial vertida no petítório inicial não merece ser admitida porque insustentável à luz do ordenamento jurídico pátrio. É que essa proteção se dá no âmbito da unidade federativa em que registrados os atos constitutivos e essa proteção se limita pela territorialidade da competência da Junta Comercial em que se registram os atos constitutivos.

A autora possui registros – é o que se infere do ID. n.º 13968599, págs. 3/4, registros nos estados de São Paulo, do Rio de Janeiro, de Santa Catarina e do Ceará, enquanto a demandada é registrada no Distrito Federal. Enquanto isso, repita-se, a autora não é registrada no Distrito Federal.

Nesse caminho, almejando a proteção em outras unidades, mister se faria o registro na Junta Comercial do respectivo Estado ou no Distrito Federal.

Ou seja, a ré argumentou que a proteção ao uso do nome empresarial está restrito ao estado em que está registrado e a autora não tem registro na junta comercial do estado sede da ré, qual seja, o Distrito Federal. Outro ponto debatido está no fato de a ré, Decolando, possuir loja física enquanto a autora apenas atuar nomeio digital.

Diante das alegações de ambas as partes, o juízo de primeiro grau prolatou sentença e julgou parcialmente procedente os pedidos formulados pela autora, cujo dispositivo segue (TJPR, 2021):

“Diante do exposto, decidindo o mérito nos termos do art. 487, inciso I, do CPC, JULGO PARCIALMENTE PROCEDENTES os pedidos iniciais para, confirmando parcialmente a tutela antecipada concedida em decisão de ID 14229514, condenar a ré em obrigação negativa para que se abstenha de utilizar em sua atividade empresarial qualquer marca semelhante àquela registrada pela autora, sob pena de multa diária de R\$ 10.000,00 (dez mil reais), no caso de comprovado descumprimento desta ordem judicial, e limitada ao valor de R\$100.000,00 (cem mil reais), sem prejuízo de perdas e danos. Em virtude da sucumbência recíproca e não proporcional, condeno a parte autora ao pagamento de 70% das custas processuais e dos honorários advocatícios, que, por equidade, fixo em R\$ 3.000,00 (três mil reais), nos termos do art. 85, § 8º c/c art. 86, ambos do CPC; sendo que a parte ré pagará os 30% restantes das mesmas verbas de sucumbência.”

Em que pese o julgamento parcialmente favorável à autora, esta se viu irressignada com os termos da sentença e apresentou apelação, conseguindo reformar a sentença e logrando êxito na condenação da ré ao pagamento de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) a título de danos morais.

Neste ponto, tratou-se do acórdão do REsp 1.804.035, cujo relatório dos pedidos de ambas as partes seguem *ipsis litteris*:

Recurso especial de DECOLANDO TURISMO E REPRESENTAÇÕES LTDA: alega violação do art. 209 da Lei 9.279/96. Defende a tese de que, tratando-se de pedido indenizatório fundado em violação de direito marcário, não é devida compensação por danos morais caso inexistir comprovação da prática de atos de concorrência desleal, como verificado na hipótese.

Recurso especial de DECOLAR.COM: aponta a existência de dissídio jurisprudencial sobre a matéria e alega violação dos arts. 125, 129, 130, III, 208 a 210 da Lei 9.279/96 e 402 do CC. Aduz que, estando as empresas em litígio vinculadas ao mesmo ramo de atividades, o uso de nomes de domínio semelhantes tem potencial para causar confusão nos consumidores, devendo ser respeitado o direito daquele que efetivou o primeiro registro. Sustenta que a violação de sua marca, pela recorrida, caracteriza hipótese de dano material *in re ipsa*, conforme entendimento desta Corte Superior, devendo o montante ser apurado em liquidação de sentença.

A Terceira Turma do STJ pontuou que a Decolar.com foi constituída e os seus nomes de domínio foram registrados em momento prévio à ré Decolando. Ambas as empresas atuam no mesmo segmento de atividade empresarial. Com isso, a turma citou o princípio *first come, first served* (do inglês, vem primeiro, primeiro será servido, em tradução livre), princípio que (STJ, 2021):

segundo o qual o registro deve ser atribuído àquele que primeiro requerer e preencher os requisitos específicos previstos na Resolução 1/98 (vigente à época dos fatos) do Comitê Gestor da Internet (CGI.br), independentemente de apuração quanto à eventual colidência com marcas ou nomes empresariais previamente concedidos a terceiros (REsp 1.238.041/SC, 3ª Turma, DJe 17/04/2015, e REsp 1.466.212/SP, 4ª Turma, DJe 3/3/2017).

Porém a Terceira Turma do STJ deixou claro que o princípio *first come, first served* não é absoluto e pode ser questionado dadas as características de cada caso, conforme se expõe no acórdão da presente demanda (STJ, 2021):

Também constitui entendimento firmado nesta Corte que, apesar de o princípio retro mencionado ter sido adotado e utilizado no plano jurídico interno, é possível que eventual prejudicado, detentor de registro de sinal distintivo idêntico ou semelhante, possa vir a contestar o nome de domínio conflitante. A insurgência, contudo, somente deve ser acolhida na hipótese de ficar caracterizada a má-fé, elemento que precisa ser verificado em concreto, caso a caso, a fim de se decidir pelo cancelamento ou transferência da titularidade do registro e pela responsabilização do infrator (REsp 1.571.241/MT, 3ª Turma, DJe 8/6/2018, e REsp 1.466.212/SP, 4ª Turma, DJe 03/03/2017).

Quanto a má-fé, a Terceira Turma entendeu que nas situações em análise “pode ficar caracterizada como a prática de atos antiéticos, oportunistas, direcionados a causar confusão nos consumidores, desvio de clientela ou aproveitamento parasitário (STJ, 2021).

Consta no acórdão, ainda, que embora o juízo de primeiro grau tenha concluído que não existia comprovação de captação irregular de clientes utilizando a marca da autora, o STJ possui entendimento no sentido de que a coincidência indevida pode ser configurada com a simples possibilidade de confusão, não exigindo prova de efetivo engano por parte dos consumidores. E ainda destaca (STJ, 2021):

[...] a recorrida não vinha utilizando em sua página na internet e no seu estabelecimento comercial a marca mista de sua titularidade, mas sim sinais nominativos e figurativos que imitavam a marca da recorrente, consistentes na expressão “decolando.com.br [...] com uma aeronave desenhada entre as letras”

No que se refere ao dano moral, a Terceira Turma entendeu que o valor fixado pelo juízo anterior, no montante de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) era razoável levando-se em consideração as circunstâncias específicas da hipótese, como a gravidade do dano, a reprovabilidade da conduta, a repercussão do fato e o porte econômico dos envolvidos. Além disso, os danos materiais seriam apurados por liquidação de sentença (STJ, 2021).

Por fim, é possível observar que o processo judicial também é efetivo para tratar do conflito de Nomes de Domínio e não é necessário que os domínios sejam idênticos para que sejam julgados como caso de concorrência desleal. O presente caso é exemplo claro de que a utilização do uso da marca alheia, ainda que semelhante, pode gerar grandes transtornos para aquele que agir de má-fé ou obter lucro por meio desta conduta.

5.3.2 Caso Microsoft

O caso da Microsoft é peculiar porque envolve uma questão que vai além do uso de marca para fins lucrativos e atinge o patamar de causar danos à imagem e à honra da empresa.

A Microsoft é uma empresa de tecnologia fundada por Bill Gates e Paul Allen em 1975. Ela é mais conhecida por seu sistema operacional Windows, o pacote de software de produtividade Microsoft Office e o navegador Internet Explorer. Nos últimos anos, a empresa também se tornou uma peça importante na indústria de jogos com o console de jogos nomeados de Xbox²¹ (MICROSOFT, 2023).

Com este fenômeno, diversos sites foram criados para tratar de assuntos referente aos jogos de sua plataforma. Um deles, utilizava o Nome de Domínio “xboxmilgrau.com.br” era um portal de notícias e memes sobre o mundo dos jogos. Por muito tempo o portal conviveu junto com a marca da Microsoft sem grandes problemas e sem que a gigante do software se incomodasse com o uso de sua marca.

²¹ XBOX é uma marca registrada pela Microsoft destinada ao ramo de jogos eletrônicos, desenvolvendo tanto jogos quanto consoles (JUSTIA TRADEMARKS, 2023)

Ocorre que no ano de 2020, um dos membros do portal “xboxmilgrau.com.br” utilizou-se da rede social Twitter²² para fazer uma postagem de cunho racista, o que repercutiu de forma bastante negativa para a marca.

Diante disso, a Microsoft apresentou petição junto ao Centro de Mediação e Arbitragem da OMPI, que deu início a procedimento especial de nº DBR2020-0010. Lá, afirma que é titular da marca “xbox.com” registrado no ano de 1996 e busca disputa pelo nome de domínio “xboxmilgrau.com.br”, registrado em 2015.

Como principal argumento para a disputa, além do uso da marca, a Microsoft narrou os fatos que repercutiram negativamente para sua marca (WIPO, 2020)>

[...] o Reclamado teria divulgado postagem ofensiva em sua conta pessoal na rede social Twitter, referenciando eventos recentes relativos ao movimento denominado Black Lives Matter. A Reclamante observa que, embora a postagem não estivesse na conta específica “Xbox Mil Grau”, houve repercussão negativa na mídia para a marca XBOX no Brasil (Anexo D à Reclamação).

A Reclamante então teria solicitado a remoção da marca XBOX das contas do Reclamado nas redes sociais Twitch, Twitter, Facebook, Instagram e YouTube, porém o Reclamado manteve o website correspondente ao nome de domínio em disputa, o qual também apresenta imagens dos jogos da Reclamante, sem que lhe tenha sido dada autorização para tanto.

O evento gerou repercussão tão negativa que a empresa precisou se manifestar publicamente sobre o ocorrido e assim se pronunciou (TWITTER, 2020):

O conteúdo da conta Mil Grau não reflete nossos valores fundamentais de respeito, diversidade e inclusão. Nós já exigimos a remoção imediata da nossa marca dos seus canais, por meio das empresas de redes sociais.

Sobre o tema, Pierozan (2020) assim assevera:

Outro fenômeno marcante foi o aumento das tentativas de monetizar e revender nomes de domínio valiosos devido à reputação da marca apresentadas neles – mas sobre os quais o registrador não tinha qualquer direito – e que eram simplesmente “retidos” sem remeter a nenhum site. Este tipo de “retenção passiva” foi tratado no caso crucial Telstra vs Nuclear Marshmallows (Caso da OMPI Nº. D2000-0003), no qual todos os aspectos circunstanciais foram considerados (ou seja, estava claro que o titular da marca tinha sido vítima) para determinar a má-fé.

Cybersquatting pode causar danos significativos à reputação de uma empresa e levar a perdas financeiras. É importante que as empresas estejam vigilantes na

²² Twitter é uma rede social e um serviço de microblog, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos, por meio do website do serviço, por SMS e por softwares específicos de gerenciamento (WIKIPEDIA, 2019)

proteção de suas marcas registradas e nomes de marcas, monitorando o *cybersquatting* e tomando medidas legais quando necessário. O presente caso é um grande exemplo de como o uso da marca de uma empresa em um domínio pode impactar negativamente na reputação da empresa.

Com isso, no procedimento especial junto a OMPI, a Microsoft requereu:

Desta forma, diante da ausência de relação comercial ou institucional entre as Partes, bem como não sendo o Reclamado licenciado ou autorizado de nenhuma forma pela Reclamante a usar a marca XBOX ou a fazer referência aos produtos sob a marca XBOX, da forma que vem sendo feita, sustenta a Reclamante que o nome de domínio em disputa criará confusão, dado que os usuários podem ser levados a pensar que ele pertence à Reclamante e/ou que a Reclamante autorizou, de alguma maneira, o uso do nome de domínio em disputa por parte do Reclamado, o que não é verdade.

O requerido, “xboxmilgrau.com.br”, em sede de defesa, salientou que utilizava o domínio há mais de 5 anos sem qualquer reclamação por parte da requerente e que o conteúdo lá postado nada teria a ver com o conteúdo compartilhado na conta particular de um de seus membros. Aduziu, ainda, já ter sido parceiro comercial da requerente em diversos eventos e que não seria possível a requerente insurgir acerca do nome de domínio somente agora.

A comissão julgadora do procedimento especial entendeu que o domínio “xboxmilgrau.com.br” reproduzia integralmente a marca da requerente “XBOX” e que o acréscimo do termo “milgrau” “não tem o condão de afastar a possibilidade de confusão dado ser a marca da Reclamante nitidamente reconhecível no nome de domínio em disputa” (WIPO, 2020).

Além disso, a comissão deixou claro que se pode existir confusão entre a marca da requerente e o site do requerido e que, dados os recentes fatos de racismo, poderia gerar a associação entre as duas, gerando graves danos à marca, conforme se observa neste trecho:

Mais do que isso, parece pretender a Reclamante que o Reclamado, envolvido em controvérsia por mensagens racistas, não mais esteja associado à marca da Reclamante. **Ainda que este Procedimento não tenha o alcance pretendido pela Reclamante, entende este Painel que há risco de confusão ou associação indevidas pelos Internautas entre o nome de domínio em disputa e a marca da Reclamante, estando ela legitimada a agir em defesa da integridade material e reputação dessa marca.** nos termos do art. 130, III, da Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96). (grifo meu)

Diante de todo o exposto, a comissão julgadora determinou que o domínio “xboxmilgrau.com.br” fosse cancelado.

Para finalizar, um fato que merece destaque relacionado a este caso que se tornou conhecido durante a pesquisa para a presente dissertação é que, atualmente, existe um Nome de Domínio que utiliza a marca “XBOX”, pertencente a Microsoft, porém que está registrado em nome de terceiro e com uso suspeito. Trata-se do domínio “xbox.com.br” que surpreendentemente não pertence à dona da marca. Pertence a uma pessoa física, cujo e-mail de contato é “calvinbr@gmail.com”, claramente mais um caso de *cybersquatting*. Não se sabe o motivo de a Microsoft ainda não ter solicitado a transferência de domínio junto as entidades competentes, mas o site da empresa para o XBOX no brasil é “www.xbox.com/pt-BR”, ou seja, a marca não possui o domínio “.br”.

5.3.3 Caso PagSeguro

Mais um clássico caso de *typosquatting* que afetou uma grande empresa brasileira. O PagSeguro é uma empresa de soluções de pagamentos para o comércio eletrônico e comércio em geral, fundada em 2006.

A empresa utilizou a CASD-ND para disputar o nome de domínio “pagseguros.com.br”, enquanto o nome de domínio de propriedade da requerente é “pagseguro.com.br”. Salientou que seu nome de domínio foi registrado em 2006 e o em disputa apenas em 2010, além de que o registro indevido está incurso nas infrações previstas no Regulamento SACI-Adm. A requerida não apresentou resposta ou qualquer tipo de manifestação.

A comissão julgadora entendeu que estava clara a tentativa de associação entre os dois nomes de domínio, uma vez que a requerida utilizava palavra com os mesmos termos que a requerente, tais como “maquininha de cartão”, entre outros (ABPI, 2020).

Por se tratar de um caso simples em que era óbvia o desrespeito à legislação vigente sobre o registro de marcas e nomes de domínio, a comissão determinou a transferência do nome de domínio “pagseguros.com.br” a requerente.

5.4 OUTROS CASOS

Como é possível notar, são inúmeros os casos de disputa dos nomes de domínio em razão da prática de *cybersquatting* e *typosquatting*. Abaixo, elencamos outros casos por meio de uma tabela resumida, produzida por Kelli A. Neves (2015):

Data de Abertura	Nome de Domínio	Reclamante	Decisão	Data da decisão	Instituição
01/04/2015	waterpikbr.com.br, waterfloss.com.br e waterflosser.com.br	Water Pik, Inc.	Transferência	05/06/2015	WIPO
16/04/2015	golf.com.br	Volkswagem do Brasil LTDA	Transferência	17/06/2015	WIPO
14/11/2014	caterpillarbr.com.br e caterpillarb.com.br	Caterpillar Inc. de Peoria	Transferência	12/02/2015	WIPO
10/10/2014	olx2.com.br e olxer.com.br	OLX, Inc.	Transferência	04/12/2014	OMPI
04/02/2013	bradescosaudeonline.com.br e conveniobradesco.com.br	Bando Bradesco S. A.	Transferência	02/04/2014	ABPI
24/10/2013	voegol.eco.br	VRG Linhas Aéreas S. A.	Transferência	23/12/2013	ABPI
16/10/2013	odbrecht.com.br	Odebrecht S. A.	Transferência	20/12/2013	ABPI
03/07/2013	rockstargames.com.br	Take-two interactive Software Inc.	Transferência	11/08/2013	OMPI
27/07/2012	pontofrio-celulares.com.br	Globex Utilidades S/A	Transferência	10/09/2012	WIPO

Tabela 3 - Casos de transferência de Nomes de Domínio

Por fim, um importante ponto a ser destacado é sobre o índice de vitória dos reclamantes. De acordo com Carla Frade de Paula Castro *et al.* (2022) dos 264 casos julgados, 88,9% resultaram na transferência do domínio, 5,4% tiveram a determinações de cancelamento de domínio, 5,4% de manutenção e apenas 1% não tiveram o julgamento de mérito.

Acerca das instituições credenciadas escolhidas para as decisões sobre o registro de domínio, dos 264 casos, 194 foram julgados pela CASD-ND, 95 pela OMPI e apenas 8 pela CCBC (Câmara de Comércio Brasil-Canadá) (CASTRO, *et al.*, 2022)

5.5 FATORES OBSERVADOS NOS CASOS

É importante destacar, embora cada caso tenha uma peculiaridade, alguns fatores em comum encontrados neles, como, por exemplo a semelhança entre os

nomes de domínio registrados com os nomes de domínios de propriedade da marca ou com ela própria.

Além disso, foi observado que, em grande parte dos casos, os erros de digitação estão presentes e são usados como iscas para atrair usuários desviados. Da mesma forma, a maioria dos casos possui em comum o propósito malicioso, uma vez que é possível observar que ou o registrador tem interesse de vender o domínio para a empresa, ou ele o utiliza para auferir lucro utilizando o nome da empresa de forma indevida. Por fim, também restou evidente a falta de conhecimento dos agentes maliciosos que acreditaram que a teoria do “*first come, first served*”, ou seja, “os que vêm primeiro, são servidos primeiro” seria aplicada de forma absoluta e, assim, bastaria registrar um domínio primeiro que ele seria seu, o que, na prática, não funciona deste modo.

Dentre as principais causas das práticas do *cybersquatting* e *typosquatting* pôde-se observar que a maioria contém o uso de marcas registradas sem a devida autorização, o que viola seus direitos de propriedade intelectual. Ainda, todos os casos mostraram suscetíveis de gerar confusão entre os usuários e clientes das empresas, o que pode resultar no uso indevido do nome de domínio. Por fim, grande parte dos casos analisados continham indícios de que o registrador tinha interesse em vender o nome de domínio e auferir lucro e que, a grande maioria deles, registram mais de um domínio sem qualquer intenção de exploração comercial honesta.

Ficou evidente que um dos fatores mais comuns na intenção de quem pratica o *cybersquatting* e *typosquatting* é a obtenção de lucro, seja pelo registro de domínios similares ou pelo *hijacking*. Mas existem outras, dentre as quais pode-se destacar o registro de domínio para fins políticos com a finalidade de espalhar notícias falsas ou até depreciar a reputação de uma empresa.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o comércio eletrônico como uma realidade consumada, é certo que não é possível, muito menos desejável, frear as inovações advindas dele. Porém, faz-se necessário uma releitura de alguns institutos jurídicos, para que esses avanços não se convertam em prejuízos.

Por meio das análises de caso, foi possível elucidar os principais fatores envolvidos nos conflitos de registros de nomes de domínios, notadamente aqueles envolvendo *cybersquatting* e *typosquatting*, bem como compreender os mais importantes mecanismos existentes na atualidade para solucionar tais conflitos.

Observou-se que os nomes de domínio não são apenas endereços eletrônicos sem valor. Atualmente, os nomes de domínio são verdadeiras identidades das marcas e são parte integrantes de todo o mercado digital e plano de *marketing* das empresas. Com isso, notou-se que o registro indevido de nomes de domínio visando a obtenção de lucro aumentou gradativamente nos últimos anos.

Em grande parte, o presente trabalho, utilizou-se da análise dos procedimentos especiais das câmaras julgados, tais como ABPI²³ e WIPO²⁴ por meio dos regulamentos do SACI-Adm e CASD-ND.

O CASD-ND ajuda a resolver conflitos de nomes de domínio e fornece uma câmara julgadora neutra e objetiva para resolução de disputas. A organização opera independentemente de qualquer registro ou registrador de nome de domínio específico e seus julgadores são treinados e experientes, o que garante que todas as partes recebam uma audiência justa e imparcial e suas decisões sejam baseadas em princípios legais estabelecidos, visando coibir a prática de condutas de concorrência desleal.

O sistema SACI-Adm se mostrou uma indispensável ferramenta na resolução de conflitos envolvendo nomes de domínio, posto que fornece uma abordagem estruturada, na qual possibilita ajudar a identificar as causas dos conflitos e facilita a comunicação e negociação entre as partes, dando oportunidade para que todos apresentem suas versões dos fatos. Sua ênfase na colaboração e na busca de soluções de forma administrativa levou a resultados mais positivos para todos os

²³ ABPI: Associação Brasileira de Propriedade Intelectual

²⁴ WIPO: World Intellectual Property Organization

envolvidos e ajudou a reduzir os custos e tempo necessários para as tratativas envolvendo nomes de domínio.

Tendo em vista que atos de concorrência desleal andam em paralelo com a própria concorrência justa, soa utópica qualquer menção no sentido de eliminá-la definitivamente. Entretanto, o que se espera é que a tentativa de repelir práticas desonestas seja uma constante, tanto no comércio tradicional, quanto no digital.

Foi possível observar que em sua grande parte, a prática dos crimes de *cybersquatting* e *typosquatting* tem o objetivo de auferir lucro de forma indevida e que as grandes empresas são as maiores reféns deste tipo de atividade.

No entanto, não foram observadas as medidas criminais que poderiam ser tomadas contra os agentes que registram nomes de domínio com fins escusos, o que pode ser o motivo para que tais práticas tenham se tornado recorrentes.

Conseqüência às novas formas de comércio, são os meios aptos a burlá-la. Dessa forma, tais condutas ilícitas devem ser colocadas sob um enfoque atual, com intuito de romper com ideias ultrapassadas, medidas engessadas e com o despreparo do judiciário na resolução de conflitos do mundo virtual.

Quando se faz referência ao universo digital, devido ao seu caráter global e irrestrito, absolutamente tudo toma maiores proporções, sendo possível, por exemplo, em questão de horas, haver a completa destruição de uma empresa ou de uma marca que esteja sendo usada de forma indevida. A partir dessa constatação, demonstra-se a necessidade de que atos ilícitos praticados nesse ambiente tenham uma resposta imediata, sob pena de se tornar ineficaz.

A possibilidade de resolução de conflitos como o *cybersquatting* e o *typosquatting* por meio da via administrativa, como apontado no texto, além de ser um grande avanço, pode ser encarada como o início de uma mudança de paradigma. O Sistema Administrativo de Conflitos de Internet Relativos a Nomes de Domínio foi criado para suprir a necessidade de implementação de procedimentos administrativos para a solução de conflitos relativos aos nomes de domínio.

Demonstrou-se que o Brasil possui uma legislação que serve como escopo para o embasamento de diversas decisões em conflitos envolvendo os nomes de domínio, aplicando, principalmente, o disposto na Lei nº 9.279/96. No entanto, restou evidente que ainda existe uma grande lacuna no ordenamento jurídico brasileiro, de modo ser necessário prever com mais precisão os problemas e as soluções destes envolvendo conflitos entre marcas e registro de domínio.

O uso da inteligência artificial na resolução de conflitos na internet também semostrou figura sob tendência e de inegável crescimento. São diversas as ferramentas existentes para facilitar que indivíduos envolvidos em uma disputa cheguem a uma solução justa e a inteligência artificial otimiza as negociações de maneira razoável. A inteligência artificial tem o potencial de revolucionar a maneira como os conflitos de nomes de domínio serão resolvidos no futuro, pois podem ajudar a gerenciar esses conflitos automatizando determinadas tarefas, melhorando a eficiência e fornecendo tomadas de decisão mais precisas e baseadas em dados.

A partir dessas considerações, sem desprezar o constatado progresso no que tange à resolução de conflitos na esfera da concorrência desleal no comércio eletrônico, devido ao caráter volátil do ambiente virtual, faz-se necessária a árdua tarefa de se implementar medidas preventivas, de forma a impedir, inclusive, o próprio registro de domínio com nome que apresente indício de desvio de finalidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABPI. **Câmara de Arbitragem**. Disponível em <<https://www.csd-abpi.org.br/carb-abpi/>>. Acesso em 11/01/2023.

ABPI. **Câmara de Mediação**. Disponível em <<https://www.csd-abpi.org.br/cmed-abpi/>>. Acesso em 11/01/2023.

AGÊNCIA BRASIL. **Taxistas protestam nas capitais contra o Uber**. 2015. Disponível em <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2015-11/taxistas-protestam-nas-capitais-contra-o-uber>>. Acesso em 28/11/2022.

AMBITO JURÍDICO. **O instituto da Arbitragem e a Solução de Litígios envolvendo o typosquatting**. Revista. Disponível em <<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-67/o-instituto-da-arbitragem-e-a-solucao-de-litigios-envolvendo-o-typosquatting-e-o-cybersquatting/>>. Acesso em 02/12/2022.

AVILA, P.; BRITO, D.; SANTOS, D.; FERREIRA, E. **Processamento de Linguagem Natural (PLN) para automatização da checagem de conformidade: uma investigação do pré-processamento de um código regulatório urbanístico brasileiro**. ENTAC. 2022.

BALDISSERA, Bruna. **A Concorrência Desleal na Violação de Trade Dress e de Marca**. 2015.

BARBOSA, Dênis Borges. **Precedência. Direito de Precedência ao Registro de Marcas**, 2005. Disponível em: <<http://http://denisbarbosa.addr.com/precedencia.pdf>>. Acesso em 31/04/2017.

BARBOSA, Patrícia Loureiro Abreu Alves. **Nome de Domínio como sinal distintivo Empresarial: Análise das Decisões dos Centros de Solução de Controvérsias credenciados pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil**. Florianópolis – SC, 2015.

BECKER, Bruno Bastos e MATTIUZZO, Marcela, **Defesa da concorrência em plataformas digitais** [recurso eletrônico] / Caio Mário da Silva Pereira Neto (organização) - São Paulo: FGV Direito SP, 2020

BEGALI, V.; CRISPIM, S. **Concorrência desleal, corrupção e adaptação estratégica**. 2016.

BRASIL, Conselho Administrativo de Defesa Econômica. **Concorrência em mercados digitais: uma revisão dos relatórios especializados**. Disponível em <https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/documentos-de-trabalho/2020/documento-de-trabalho-n05-2020-concorrenca-em-mercados-digitais-uma-revisao-dos-relatorios-especializados.pdf>. Acesso em 26/11/2022.

BRASIL, Lei nº 9.279 de 14 de maio de 1996. **Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial**. Disponível em https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm. Acesso em 29/11/2022. Dispon

BRASIL. Ministério da Economia. **Inteligência Artificial: Análise do mapeamento tecnológico do setor através das patentes depositadas no Brasil**. Rio de Janeiro, 2020. Disponível em < https://www.gov.br/inpi/pt-br/assuntos/informacao/copy3_of_IA_estendido_062020final.pdf>. Aceso em 26/02/2023.

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça, Recurso Especial n. 1.335.285. **Administrativo. Remessa Necessária E Apelação Cível. Serviço De Praticagem. Lei Nº 9.537/1997. Decreto Nº 7.860/2012. Fixação De Preços Máximos Pela Autoridade Marítima**. Ministra Assusete Magalhães. 2018.

BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. **Perguntas Gerais sobre defesa da concorrência**. Disponível em: <https://www.gov.br/cade/pt-br/aceso-a-informacao/perguntas-frequentes/perguntas-gerais-sobre-defesa-da-concorrenca-1>. Acesso em 29/11/2022.

BRASIL. Ministério da Justiça. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Consulta nº 08700.002055/2021-10. Consulta. **Licitude de atos, contratos, estratégias empresariais ou condutas. Mercados de distribuição e revenda de combustíveis líquidos. Conhecimento. Presunção de licitude concorrencial da política submetida à análise**. Relatora: Conselheira Paula Farani. Brasília, Conselho Administrativo de Defesa Econômica, 07 jul. 2021. Disponível em: https://sei.cade.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_documento_consulta_externa.php?DZ2uWeaYicbuRZEFhBt-n3BfPLlu9u7akQAh8mpB9yP_ErHOs9dd1ka1TJq2ONB_0ZpxibknNx-WK5QEg1WDa9dGuH6SVF7FrllptEuBM5Ypb7QGwOcRNC0g7OsvAtkK. Acesso em 29/11/2022.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Rec. Ext. Nº 5.232- 2ª Turma do Supremo Tribunal Federal** – Diário da Justiça de 11/10/1949, p. 3.262.

BUKHT, Rumana; HEEKS, Richard. **Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy: Development Implications of Digital Economies**. n. 8. **Manchester: Centre for Development Informatics Global Development Institute, SEED**, 2017, p. 68. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3431732. Acesso em 25/11/2022.

CASTELLS, Manuel. **O digital é o novo normal**. Disponível em <https://www.fronteiras.com/leia/exibir/o-digital-e-o-novo-normal>. Acesso em 29/11/2022.

CASTOR, E.; LATA, M.; AMORIM, M.; FERNANDES, A.; MENEZES, L.; **Sistemas de Apoio à Decisão: uma melhoria crescente em uma empresa do setor elétrico**

nacional. 2022. Disponível em < <https://revista.ibict.br/p2p/article/view/6037/5671>>. Acesso em 13/01/2023.

CASTRO, Carla Frade de Paula et al. **Nomes de domínio e propriedade intelectual: reflexões sobre resolução de controvérsias a partir da Análise Econômica do Direito**. Revista Direito GV, v. 18, 2022. Disponível em < <https://www.scielo.br/j/rdgv/a/jZpgVpNMSvWXWTMfYVLQHkm/?format=pdf&lang=pt> >. Acesso em 19/01/2023.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de direito comercial: direito de empresa**. Editora Saraiva. 12 ed. 2007.

CRAVO, Vanessa Copetti. **Crimes Cibernéticos e as Principais Iniciativas Regionais e Internacionais**. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2011.

CUEVA, Ricardo Villas Bôas Cueva, Ministro do Superior Tribunal de Justiça, **Desafios do direito da concorrência nos mercados digitais**, 07.11.2020, disponível: <https://www.conjur.com.br/2020-nov-07/defesa-concorrenca-desafios-direito-concorrenca-mercados-digitais>. Acesso em 25/11/2022.

DE AMORIM, Fernando Sérgio Tenório. **A resolução online de litígios (ODR) de baixa intensidade: perspectivas para a ordem jurídica brasileira**. Pensar-Revista de Ciências Jurídicas, v. 22, n. 2, p. 514-539, 2017.

E-COMMERCE BRASIL. **Em 2022, e-commerce brasileiro tem o maior crescimento da América Latina, mostra estudo**. 2022. Disponível em <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/e-commerce-brasileiro-tem-o-maior-crescimento-da-america-latina>>. Acesso em 22/11/2022.

E-COMMERCE BRASIL. **Segundo pesquisa, Brasil é 1º no ranking mundial de crescimento das compras online**. 2022. Disponível em

<<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/segundo-pesquisa-brasil-e-1o-no-ranking-mundial-de-crescimento-das-compras-online>>. Acesso em 22/11/2022.

FAPAN, **Faculdade de Agronegócio**. Estruturas de Mercado. <<https://slideplayer.com.br/slide/3688541/>> Acesso em 15/12/2022.

FIGUEIREDO, Leonardo Vizeu. **Lições de Direito Econômico**. 7ª ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2019.

FIGUEIREDO, Apoliana Rodrigues. **Nomes de Domínio**. 2019.

FILHO, Mattos. **Como funciona a proteção especial das marcas de alto renome**. 2022. Disponível em <<https://www.mattosfilho.com.br/unico/protecao-marcas-renome/>>. Acesso em 09/01/2023.

FONSECA, Anna Karoliny Alexandre; DE ALMEIDA, Karen Rosa; ZAGANELLI, Margareth Vetus. **Resolução de conflitos online: impactos da inteligência artificial sobre o acesso à justiça**. HUMANIDADES E TECNOLOGIA (FINOM), v. 26, n. 1, p. 116-127, 2020.

FONTES, Marcos Rolim Fernandes. **Nomes de Domínio no Brasil: natureza, regime jurídico e solução de conflitos**. São Paulo: Quartier Latin, 2006.

GASPARINI, Diógenes. **Direito Administrativo**. São Paulo: Saraiva, 2001

GIROLDO, Bruna. **Como se adaptar à transformação digital no mercado de trabalho?** Disponível em <https://posdigital.pucpr.br/blog/transformacao-digital-no-mercado-de-trabalho>. Acesso em 29/11/2022.

GOMES, Carlos Jacques Vieira. **O Princípio Constitucional da Livre Concorrência: Corolário da Livre Iniciativa ou Princípio Autônomo da Ordem Econômica**. 2015.

GRAU, Eros Roberto. **A ordem econômica na Constituição de 1988 (interpretação crítica)**. 8. ed. São Paulo: Malheiros, 2000.

GRAU, Eros Roberto. In: **Comentários à Constituição do Brasil**. Coord. CANOTILHO, J. J. Gomes. MENDES, Gilmar Ferreira. SARLET, Ingo Wolfgang. STRECK, Lênio Luiz. São Paulo: Saraiva, 2013.

ICANN. **Qual o papel da ICANN?** 2012. Disponível em <<https://www.icann.org/resources/pages/what-2012-02-25-pt>>. ICANN. **Domain Name Hijacking: Incidents, Threats, Risks, and Remedial Actions. A Report from the ICANN Security and Stability Advisory Committee (SSAC)**. JUSBRASIL. **O princípio da livre iniciativa no Brasil**. 2019. Disponível em <<https://alexismadrigal.jusbrasil.com.br/noticias/689554695/o-principio-da-livre-iniciativa-no-brasil>>. Acesso em 28/11/2022.

JUSBRASIL. **O Uber e a efetivação dos princípios constitucionais da livre iniciativa e da livre concorrência**. 2016 Disponível em <<https://aguiareis216.jusbrasil.com.br/artigos/342619506/o-uber-e-a-efetivacao-dos-principios-constitucionais-da-livre-iniciativa-e-da-livre-concorrencia>>. Acesso em 15/11/2022.

JUSTIA TRADEMARKS. **Trademark Details. XBOX**. Disponível em: <<https://trademarks.justia.com/887/03/xbox-88703962.html>>. Acesso 15/01/2023.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

MACEDO, Rogério Malheiros. **Inteligência Artificial: Justiça Digital e Tribunais**. 2021.

MACHADO, Bruno. **A concorrência que não vem da concorrência**. Disponível em <https://medium.com/triadedigital/a-concorr%C3%Aancia-que-n%C3%A3o-vem-da-concorr%C3%Aancia-9004a38084cd>. Acesso em 29/11/2022.

MOSCOGLIATO, Marcelo. **Direito e Economia. Demanda e oferta de decisões judiciais.** São Paulo: Saraiva, 2008.

MOURA, **Elizângela. Princípio da Liberdade de Iniciativa e sua Importância para o Sistema Capitalista.** Disponível em: <<https://elizangelarmoura.jusbrasil.com.br/artigos/565405875/principio-da-liberdade-de-iniciativa-e-sua-importancia-para-o-sistema-capitalista>> Acesso em 15/01/2023.

NASCIMENTO, Carlo Bruno Lopes do. **Dificuldades de Regulação Econômica: Assimetrias Informativas e Mercados de Concorrência Imperfeita.** Faculdade de Direito, Universidade de Lisboa, 2015, disponível em https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/26181/1/ulfd132665_tese.pdf. Acesso em 28/11/2022.

NEVES, Kelli, Angelini. **Nomes de Domínio da Internet: Aplicação do Sistema de Solução de Conflitos.** 1ª Ed. São Paulo, Novatec. 2015.

NEVES, Kelli, Angelini. **Nomes de Domínio e o Sistema Administrativo de Conflitos de Internet. Mestrado em Direito.** 2013.

NUSDEO, Fábio. **Curso de Economia: Introdução ao Direito Econômico.** 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.

O'BRIEN, Matt. **White House proposes tech 'bill of rights' to limit AI harms.** AP News. 2021. Disponível em <<https://apnews.com/article/joe-biden-science-technology-business-biometrics-b9dbf5fee3bf0e407b988b31e21f5300>>. Acesso em 10/01/2023.

OCDE. **Guia para Avaliação de Concorrência. Diretrizes.** Disponível em <https://www.oecd.org/daf/competition/49418818.pdf>. Acesso em 29/11/2022.

OCDE. **Guia para Avaliação de Concorrência. Princípios.** Disponível em <https://www.oecd.org/daf/competition/46969642.pdf>. Acesso em 28/11/2022.

OCDE, The Digital Economy, 2012, p. 5 **Rethinking antitrust tools for multi-sided platforms.** 2018. p. 3. Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/competition/Rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms-2018.pdf>. Acesso em 27/11/2022.

OLIVEIRA NETO, Geraldo Honório. **Manual de direito das marcas.** São Paulo: pilares, 2007.

PAPA, Uriel de Almeida. **A Regulação Brasileira do Registro de Nomes de Domínios em Perspectiva Comparada.** 2011.

PAULA, Priscila Oliveira de. JÚNIOR, Lair de Castro. **TRADE DRESS: concorrência desleal e atos de confusão.** Revista das Faculdades Integradas Vianna Júnior. V.6, n.2. Juiz de Fora. 2015.

PELEGRINI, Andréa de Oliveira; BAÍÍS, Isadora Ceolin. **Da concorrência perfeita e imperfeita,** 2014. Encontro de Iniciação Científica do Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo Presidente Prudente. Disponível em: <http://intertemas.toledoprudente.edu.br/revista/index.php/ETIC/article/viewFile/4304/4063>. Acesso em: 20 dez. 2016.

PELISON, Luis Felipe. **Geração Automática de Features para Modelagem Preditiva - Predição de Empresas Brasileiras de Alto Crescimento.** 2018.

PIEROZAN. **Nome de Domínio, Marca, Soluções Alternativas de Disputa, Cybersquatting, entenda algumas situações.** 2021. Disponível em <<https://www.pierozan.adv.br/post/nome-de-domínio-marca-soluções-alternativas-de-disputa-cybersquatting-entenda-algumas-situações>>. Acesso em 10/01/2023.

PINDYCK, R. S.; RUBINFELD, D. L. **Microeconomia**. São Paulo: Ed Prentice Hall. 7ªed, 2010.

PINTO, Henrique Alves. **A utilização da inteligência artificial no processo de tomada de decisões**. RIL Brasília: 2020. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/57/225/ril_v57_n225_p43.pdf>. Acesso em 26/02/2023.

PORTAL JUS. **A livre iniciativa como princípio da ordem constitucional econômica: análise do conteúdo e das limitações impostas pelo ordenamento jurídico**. 2014. Disponível em <<https://jus.com.br/artigos/26778/a-livre-iniciativa-como-principio-da-ordem-constitucional-economica>>. Acesso em 25/11/2022.

PRADO, Luiz Carlos Delorme. **Política de concorrência e desenvolvimento: reflexões sobre a defesa da concorrência em uma política de desenvolvimento**, Cadernos do Desenvolvimento, Rio de Janeiro, v.6, n. 9, 2011.

PRADO, Luiz Carlos Delorme. **Política de concorrência e desenvolvimento: reflexões sobre a defesa da concorrência em uma política de desenvolvimento**. Disponível em <http://www.cadernosdodesenvolvimento.org.br/ojs-2.4.8/index.php/cdes/article/view/232>. Acesso em 10/10/2022.

RAGAZZO, Carlos Emmanuel Joppert. **Notas Introdutórias sobre o Princípio da Livre Concorrência**. Disponível em <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/iuris/article/view/4110>. Acesso em 29/11/2022.

REGISTRO.BR. **Diretório de Decisões SACI-Adm**. Disponível em <<https://ftp.registro.br/pub/saci-adm/>>. Acesso em 08/01/2023.

REGISTRO.BR. **Regulamento SACI-Adm**. 2022. Disponível em <<https://registro.br/dominio/saci-adm/regulamento/>> Acesso em 26/01/2023.

REQUIÃO, Rubens. **Curso de Direito Comercial**. 27 ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

ROCHA, Daniel Favoretto, 10. **Enforcement Antitruste em Mercados Digitais: O CADE e os Remédios em Fusões nos Mercados de Inovação**, Caio Mário da Silva Pereira Neto (organização) - São Paulo: FGV Direito SP, 2020.

SALOMÃO FILHO, Calixto. **Direito Concorrencial. As Estruturas**. 3ª ed. São Paulo: Malheiros Editora, 2000.

SAMUELSON, Paul A. e NORDHAUS Wiliam D. **Economia**. MC Graw Hill -19º Edição. 2010.

SCHALLMO, D. R. A.; WILLIAMS, C. A. **Digital transformation now: Guiding the successful digitalization of your business model**. Switzerland: SpringerBriefs in Business (e-book), 2018.

SILVA, José Afonso da. **Curso de direito constitucional positivo**. 6. ed. São Paulo: Malheiros, 2003.

SILVA, José Afonso. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. 15 ed. São Paulo: Malheiros, 1998.

SILVA, José Afonso. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. 15 ed. São Paulo: Malheiros, 1998.

SILVA, Marcos Fernandes G. da. **Os limites da concorrência**. Periódico on-line Valor Econômico, 04 de março de 2005. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/17756311/artigo-concorrencia-perfeita>. Acesso em 10/11/2022.

SILVA, Simone Hérvila Dias. **Colidência entre marcas e nomes de domínio no ambiente virtual: o sistema de marcas brasileiro frente aos desafios da sociedade informal**. 2020.

STIGLER, G. J. **Perfect Competition, Historically Contemplated**. *Journal of Political Economy*, 65, 1957.

STJ. RECURSO ESPECIAL: **Resp 1804035 / DF.** Relator: Nancy Andrichi. DJ: 28/07/2019. STJ. 2019. Disponível em: <<https://www.stj.jus.br/sites/portalp/Paginas/Comunicacao/Noticias/Apos-pedido-da-Decolar-com-empresa-de-turismo-Decolando-deve-pagar-R-50-mil-por-uso-indevido-de-marca.aspx>> Acesso 11/01/2023.

TAVARES, André Ramos. **Direito Constitucional Econômico**. São Paulo; Método. 2003.

TAVARES, André Ramos. **Livre iniciativa empresarial**. Edição 1, Julho de 2018.

TAVARES, André Ramos. **Livre iniciativa empresarial**. Enciclopédia Jurídica PUCSP, Disponível em: <https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/237/edicao-1/livre-iniciativa-empresarial>. Acesso em 26/11/2022.

VAN GORP, Nicolai; BATURA, Olga. **Challenges for Competition Policy in a Digitalised Economy**. **Bruxelas: Policy Department A: Economic and Scientific Policy** – European Parliament, 2015. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU\(2015\)542235_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU(2015)542235_EN.pdf). Acesso em 26/11/2022.

VARIAN, Hal R. **Microeconomia: princípios básicos, uma abordagem moderna**. Rio de Janeiro: Ed Campus. 5TM edição, 2000.

WADE, M. **Digital Business Transformation**. IMD and Cisco, Working Paper, 2017.

WAKED, Dina I. **Mercados não têm que ser perfeitos: política da concorrência e análise de estrutura de mercado no Sul global**, Tradução: Fillipe Augusto Galeti Mauro, *Direito & Praxis* Vol. 07, N. 4, 2016.

WIPO. **Sobre a WIPO**. Disponível em <<https://www.wipo.int/about-wipo/en/>>. Acesso em 03/12/2022.

WIPO. **WIPO Arbitration and Mediation Center**. Case No. D2003-0454 Disponível em <<https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2003/d2003-0454.html>>. Acesso em 15/12/2022.