

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 27 de setembro de 2021 às 08h10
Seleção de Notícias

Consultor Jurídico | BR

Direitos Autorais

Google deve indenizar empresa que teve software compartilhado no 'Drive' 3
CONSULTOR JURÍDICO

Monitor Mercantil Digital online | RJ

Propriedade Intelectual

Oito metas para o Brasil sair do 57º lugar em inovação corporativa 4
REDAÇÃO

Google deve indenizar empresa que teve software compartilhado no 'Drive'

Por José Higídio

Se o provedor de aplicações de internet tem a obrigação de guardar os registros de acesso, a desconsideração dessa obrigação implica responsabilidade sobre os danos decorrentes do uso dos serviços por terceiros.

Assim, a 5ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo manteve a condenação do Google ao pagamento de indenização por não fornecer em juízo dados de usuários que acessaram conteúdos disponibilizados no Google Drive - serviço de armazenamento de arquivos "na nuvem".

No caso concreto, uma empresa do segmento de softwares para médicos e dentistas descobriu que seu produto teria sido falsificado e que a versão pirata foi disponibilizada por meio do Drive. Por isso, acionou a Justiça e pediu que o Google apresentasse os registros de acesso aos conteúdos.

A 32ª Vara Cível do Foro Central de São Paulo levou em conta os prejuízos à atividade empresarial e considerou que haveria elementos suficientes para justificar a quebra do sigilo de dados dos criadores e dos acessos à conta do Drive.

Porém, o Google informou que não possuiria tais da-

dos. Assim, o juiz Fábio de Souza Pimenta converteu a obrigação de fazer em perdas e danos materiais. O magistrado também determinou que o valor da indenização fosse apurada em sede de liquidação por artigos. O Google recorreu.

"Se há uma admissão formal do usuário ao sistema Google Drive, por meio de aceitação dos termos e condições de uso, bastaria à ré apresentar tal documento para demonstrar a superação do prazo de seis meses de sua criação ou acesso", destacou o desembargador-relator no TJ-SP James Siano, com base no Marco Civil da Internet.

O advogado José Milagre, que representou a autora no caso, ressalta o precedente importante com relação à ferramenta do Google: "Discos virtuais são muito utilizados hoje em dia e, infelizmente, podem ser usados para hospedagem de conteúdo violador, ilegal ou contrafação. Deve o provedor de aplicação, nestes casos, adotar meios para identificar os registros de acesso à aplicação daqueles que criaram, acessaram, fizeram uploads e baixaram conteúdo protegido por **direito** autoral e direito do software".

para ler o acórdão

1033139-53.2019.8.26.0100

Oito metas para o Brasil sair do 57º lugar em inovação corporativa

Rodrigo Burguers (*)

Há quem diga que foi Nelson Piquet. Outros que foi Ayrton Senna. Talvez tenha sido até outra pessoa, mas quase nenhuma frase reflete tanto o espírito do brasileiro em relação ao esporte do que a frase que diz: "O Segundo colocado é o primeiro entre os perdedores". Se os representantes nacionais são vices em qualquer competição, dificilmente deixam de ser olhados como derrotados. Precisa tirar o técnico. Mudar os jogadores, derrubar o dirigente. Alguma coisa tem que ser feita para que isto não se repita.

Mas em outras áreas, até mais impactantes do ponto de vista do dia a dia das pessoas, este rigor simplesmente não é o mesmo. Um dos exemplos ocorreu recentemente, quando a Organização Mundial da **Propriedade** Intelectual (OMPI - WIPO, na sigla em inglês) divulgou o Índice Global de Inovação (IGI). Segundo o estudo, o país ocupa o 57º lugar entre 132 países. Mesmo o fato de estarmos 10 posições abaixo de nosso melhor desempenho, alcançado em 2011, ainda nos permite encontrar motivos para comemorar.

Afinal, em 2021 o Brasil ganhou cinco posições em relação ao ranking de 2020.

O pior é que, ao contrário do esporte, onde o resultado permite apenas a simples comparação com as outras nações, no caso da inovação este posicionamento mediano do país reflete o atraso em seu desenvolvimento como nação. A distância das primeiras posições impacta negativamente na economia, na saúde, na qualidade de vida e em todos os aspectos sociológicos.

Diante deste cenário, para além da indignação com o posicionamento, cabe estabelecer estratégias e metas claras para melhorar urgentemente este desempenho. Algumas medias neste sentido são:

1. Estabelecer uma estratégia de inovação

Antes de entrar propriamente na execução, a empresa precisa definir uma estratégia para a inovação corporativa conectada à de negócios. Neste momento, é interessante avaliar, por exemplo, sua maturidade de inovação para saber quanto ela ainda tem de caminhar para criar de fato uma cultura de inovação.

2. Apurar quais são os objetivos da inovação

Para guiar essa estratégia, é importante entender o que a empresa pretende fazer com a inovação corporativa. Ela quer atuar em outros mercados? Oferecer experiências melhores aos consumidores? Responder a alguma demanda mais específica? Criar produtos ou serviços disruptivos? As respostas, mais uma vez, devem estar alinhadas ao plano estratégico da empresa.

3. Criar uma governança da agenda de inovação

Para que a estratégia de inovação possa fluir, é importante definir quem são as pessoas envolvidas, seus papéis e suas responsabilidades em cada projeto. É preciso também estabelecer rituais de acompanhamento da agenda de inovação, que incluem não apenas deadlines de cada fase, mas pequenas comemorações e reconhecimentos, por exemplo, quando alguns marcos são alcançados ou alguma etapa é finalizada.

4. Determinar métricas para acompanhar o sucesso da inovação

Além de ter objetivos claros, é necessário ter métricas que indiquem se as iniciativas de inovação estão (ou não) alcançando o sucesso esperado. Algumas dessas métricas podem ser a receita gerada pelo novo produto ou serviço, a quantidade de projetos iniciados ou ideias apresentadas em de-

Continuação: Oito metas para o Brasil sair do 57º lugar em inovação corporativa

terminado prazo, ou ainda o tempo que o projeto leva para ser implementado ou trazer algum retorno.

5. Investir em treinamento e capacitação

Nenhuma empresa se torna inovadora de uma hora para outra apenas por tomar essa decisão. Por trás de uma estratégia de inovação corporativa precisa haver muito investimento em treinamento e capacitação de pessoas. Quanto mais imatura a empresa for no quesito inovação, maior será o investimento necessário para fazer as pessoas começarem a pensar fora da caixa e se sentirem seguras para apresentar ideias e dar sugestões.

6. Escolher o melhor formato para a execução dos projetos de inovação

Em geral, ao partir para a execução, as empresas devem decidir se farão tudo internamente, na chamada inovação fechada, ou se buscarão talentos, ideias e parcerias fora das suas paredes, utilizando-se da inovação aberta. A principal diferença entre as duas é que primeira conta apenas com recursos próprios para inovar, entregando a missão a um time de inovação ou, mais tradicionalmente, à equipe de P&D, enquanto na inovação aberta a empresa usa colaboração e cocriarão externa para potencializar suas chances de desenvolver inovação.

7. Fazer testes e desburocratizar processos

Muitas ideias inovadoras se perdem dentro de empresas entre processos burocráticos e pouco flexíveis. Para fazer a inovação fluir, é preciso tirar ideias do papel, fazer testes e mais testes. E, para isso, desburocratizar processos e tornar a estrutura corporativa mais flexível é fundamental.

8. Estimular um ambiente de confiança

As pessoas só se arriscam a sugerir ideias disruptivas quando se sentem respaldadas e incentivadas pela empresa. Dificilmente alguém pensará fora da caixa se esse pensamento for um risco para o seu emprego, certo? Portanto, para implementar a inovação corporativa é preciso criar um ambiente de confiança, em que todos se sintam seguros para dar ideias e, se for o caso, falhar em suas ideias. Tolerância ao erro também é requisito básico para desenvolver uma cultura de inovação.

Claro que existem muitas outras iniciativas a serem adotadas e que não depende somente das empresas para que haja um rápido avanço na classificação brasileiras entre as nações mais inovadoras do mundo. Mas naquilo que compete ao mundo corporativo, cumprindo estes passos certamente nos próximos anos teremos muito mais motivos para comemorar.

*Rodrigo Burguers, sócio da consultoria de inovação e Venture Builder, Play Studio

Índice remissivo de assuntos

Direitos Autorais

3

Propriedade Intelectual

4