

ÉTICA, CIDADANIA E DIREITOS DE SOFTWARE

- tópicos e sínteses dos principais conceitos

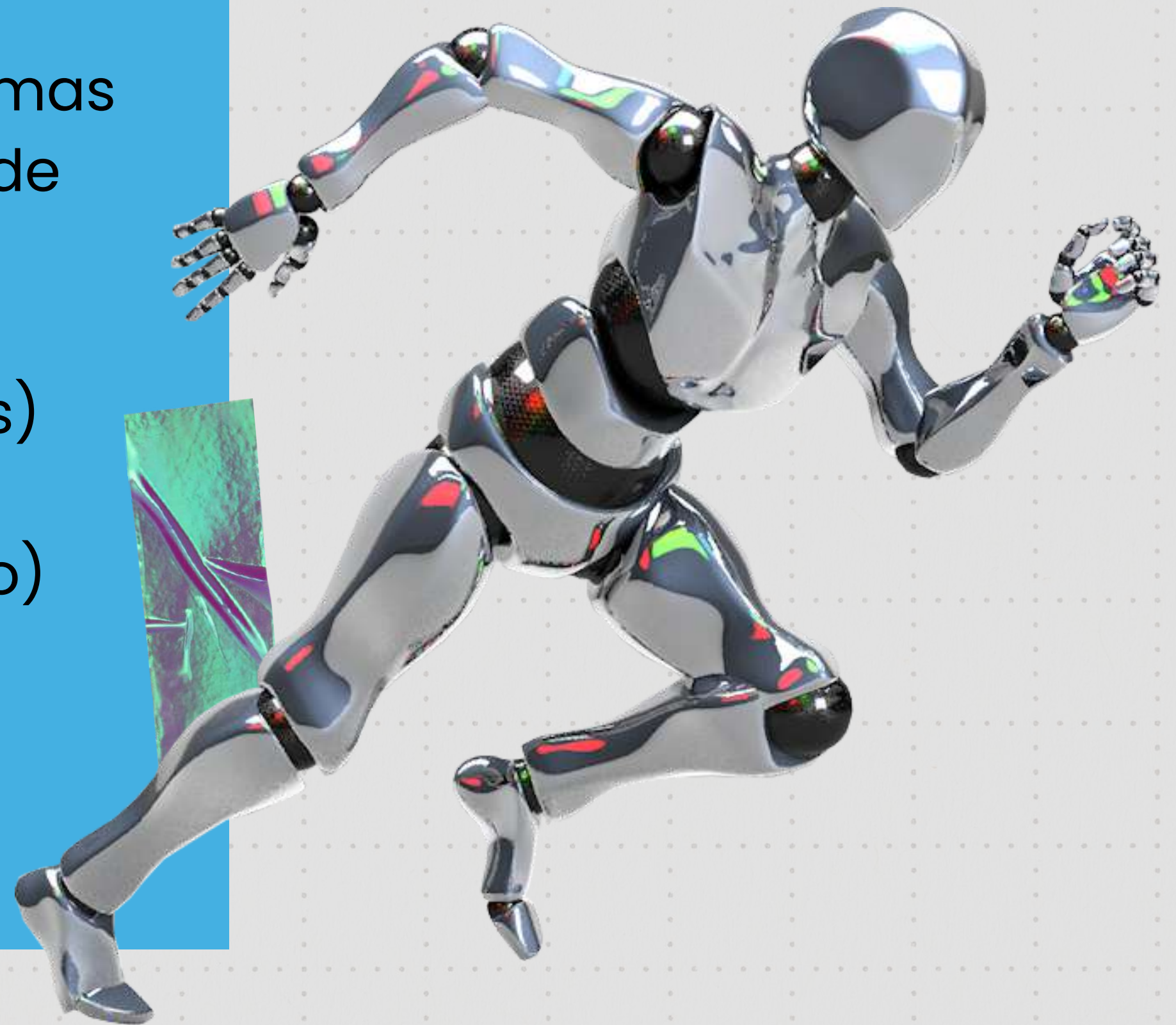
Professor João Ademar
jooademar.com.br


[@jooademar](https://www.instagram.com/jooademar)



O QUE NOS TROUXE ATÉ AQUI?

- Mudanças tecnológicas extremas
- Diferentes formas da sociedade interagir com a tecnologia
- Substituição de pessoas por máquinas (e velhas por novas)
- Ressignificação de antigas práticas sociais (e do trabalho)
- Inovações digitais e negócios disruptivos
- Mundo “figital”



HUMMMMM... E AÍ?



**Sistemas de Informação
(...e Informática... e Computação)
≡ Ciências Sociais?**

A VIDA É GUIADA POR TRÊS GRANDES ÁREAS



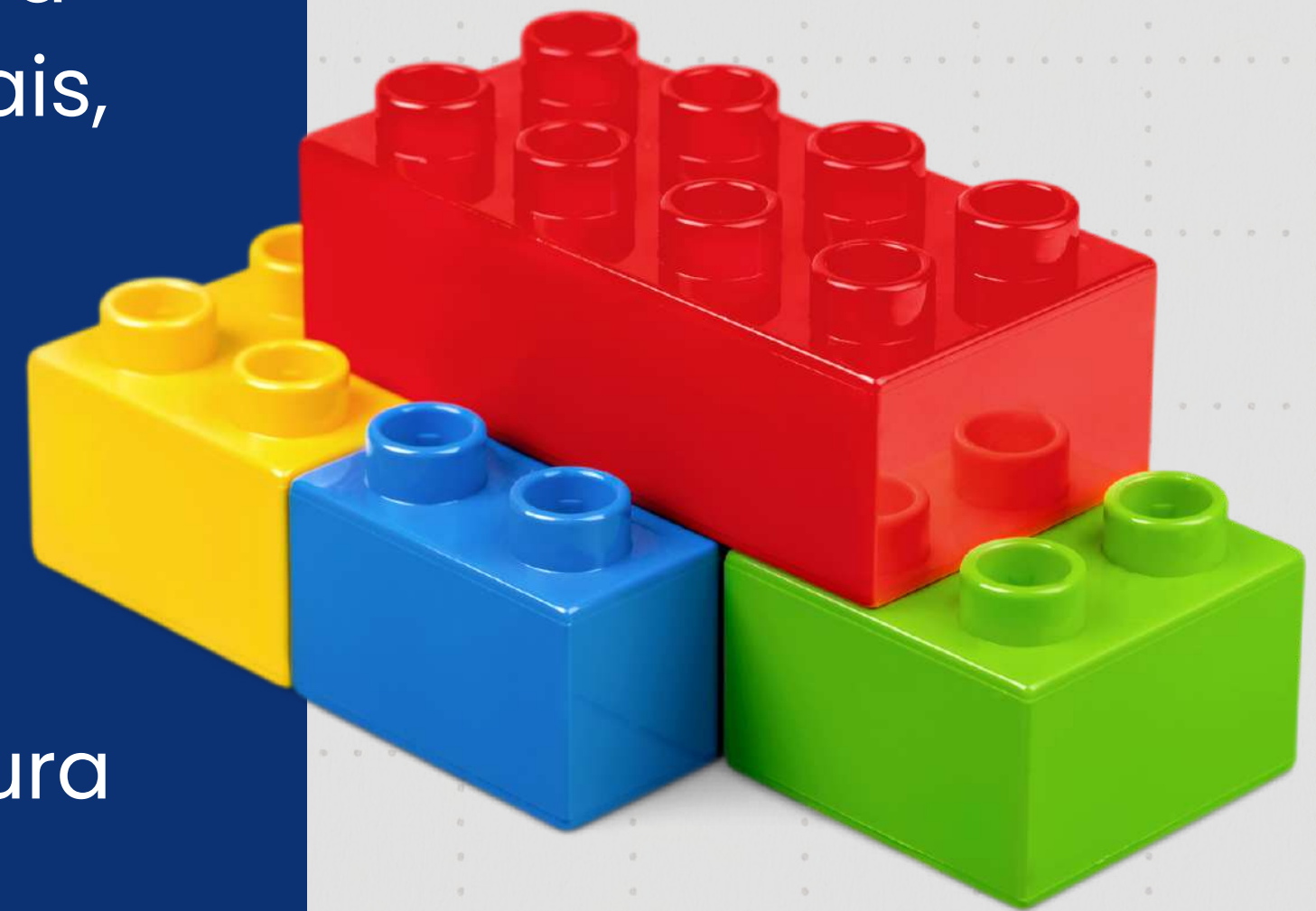
Design

Comunicação

Direito

OU SEJA... COMO NUM “JOGO DE ENCAIXE”...

- A todo momento se consome, se usa, se cria e se faz produtos necessários para se atingir os objetivos laborais, culturais, subsistenciais da sociedade e dos indivíduos
- A todo instante o ser humano se comunica verbalmente, simbolicamente, cognitivamente
- Sempre haverá regramento para feitura e manutenção das ações acima

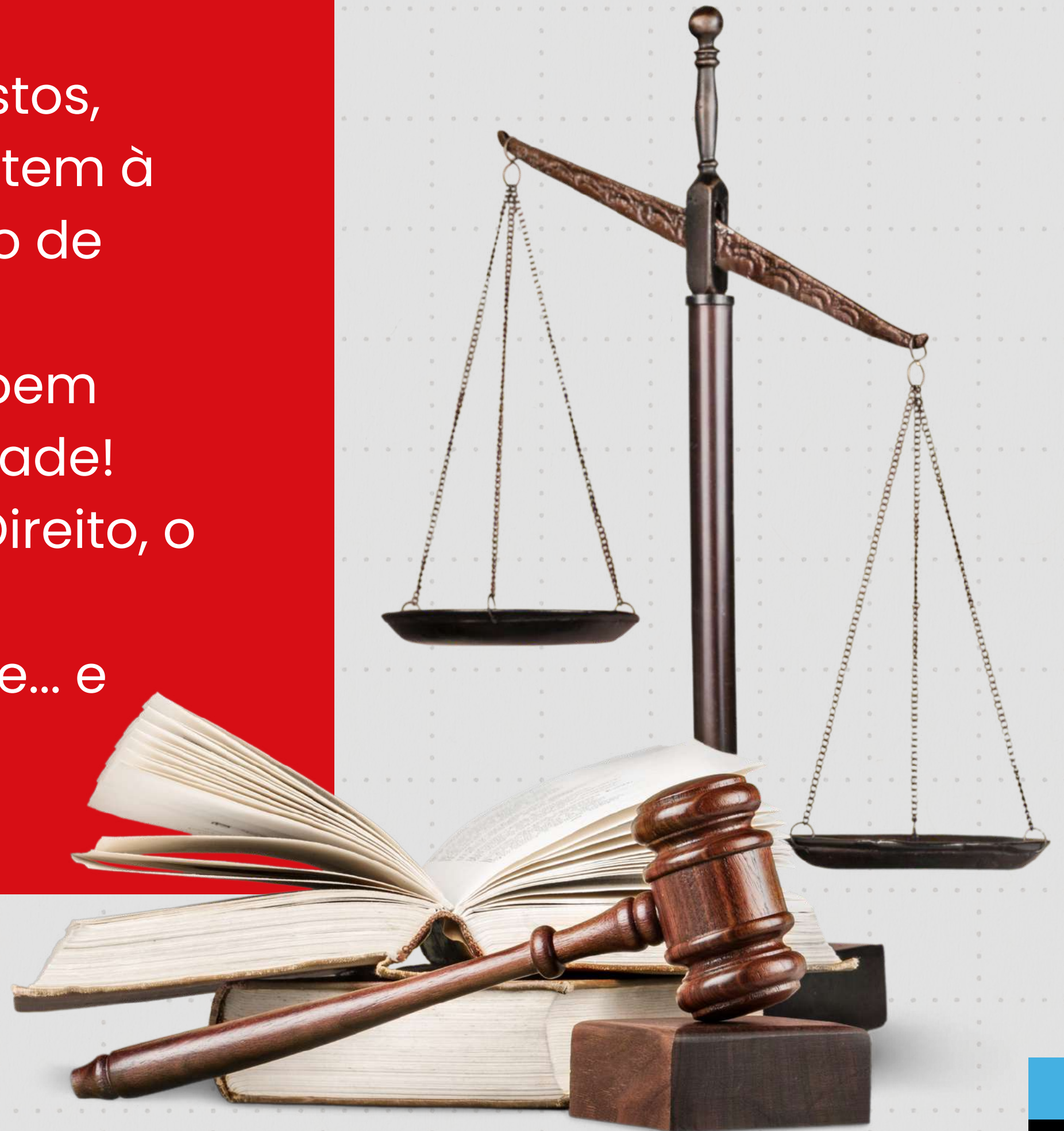


QUAL “FEIJÃO COM ARROZ” ...

- O Design é o processo técnico e criativo usado na configuração, concepção, elaboração e especificação de um objeto qualquer, para a solução de algum problema
- A Comunicação é a troca de informações, uma ação basilar para a evolução sócio-cultural
- E aí vem o Direito ... e sua famigerada balança!



- De fato, a balança – e seus opostos, contraditórios, dialéticos – remetem à condição de disputa, de aferição de forças, de contrapeso
- Porém, o equilíbrio jurídico visa bem mais que igualdade... visa equidade!
- Equidade = preceito básico do Direito, o princípio do contraditório
- Das oposições se gera a unidade... e isso é democracia!



... RAZÃO PARA EXISTÊNCIA DESSE “DIREITO”

- O Direito é um fato social
- Se sustenta na sociedade e dela não pode ser apartado
- Sem entender o movimento da sociedade e sem entender o Direito, não se consegue entender a relação que eles estabelecem entre si, nem sequer o próprio homem enquanto ente desse coletivo
- O Direito é ciência social e, pois, cultural (ele visa interpretar, integrar e sistematizar o conjunto das normas jurídicas)

“MEU BEM... MEU ZEN... MEU MAL”

Moral Ética

Norma

- Norma é regra de comportamento; dita valores e confere faculdades
- A norma jurídica é aquela que impõe deveres, regula a conduta e limita a liberdade, mas que, em compensação, atribui direitos, vantagens e faculdades via bilateralidade, exterioridade, heteronomia, coercitividade e sanção organizada

- Os conceitos de moral e ética, embora sejam diferentes, são com frequência usados como sinônimos
- Moral vem do latim “*mos*”, “*moris*”, que significa “maneira de se comportar regulada pelo uso”, tal qual “costume”, e de “*moralis*”, “*morale*”, aquilo que é “relativo aos costumes”
- Contudo, ética não se confunde com moral!

“VARIACÕES SOBRE O MESMO TEMA”

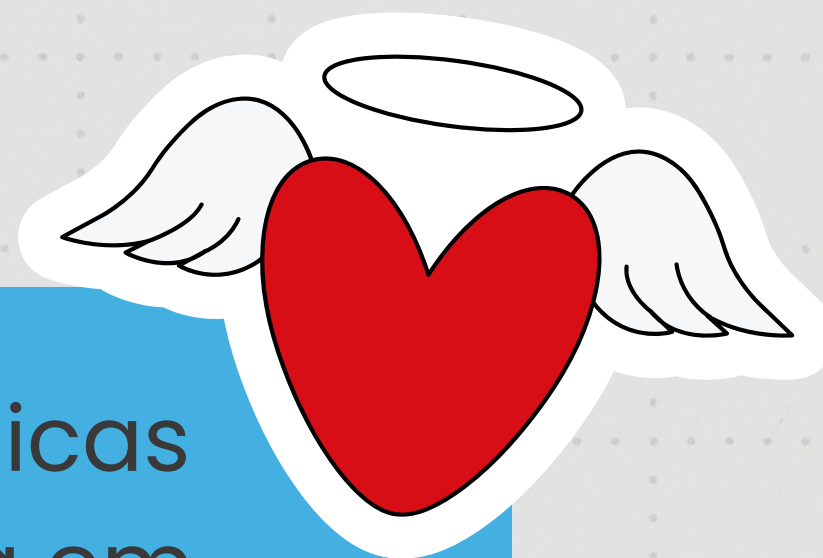


- A moral é a regulação dos valores e comportamentos considerados legítimos por uma determinada sociedade, um povo, uma religião, uma certa tradição cultural etc.
- Há morais específicas, também, em grupos sociais mais restritos: uma instituição, uma associação, um partido político...
- A “moral” não é punível assim como as demais condutas prescritas em lei
- Em outras palavras, ela não é dita “cogente”, não possuindo sanção por parte das autoridades públicas, estando as penas para seus infratores meramente abrigadas na esfera da “consciência”, ou através, por exemplo, de uma rejeição social

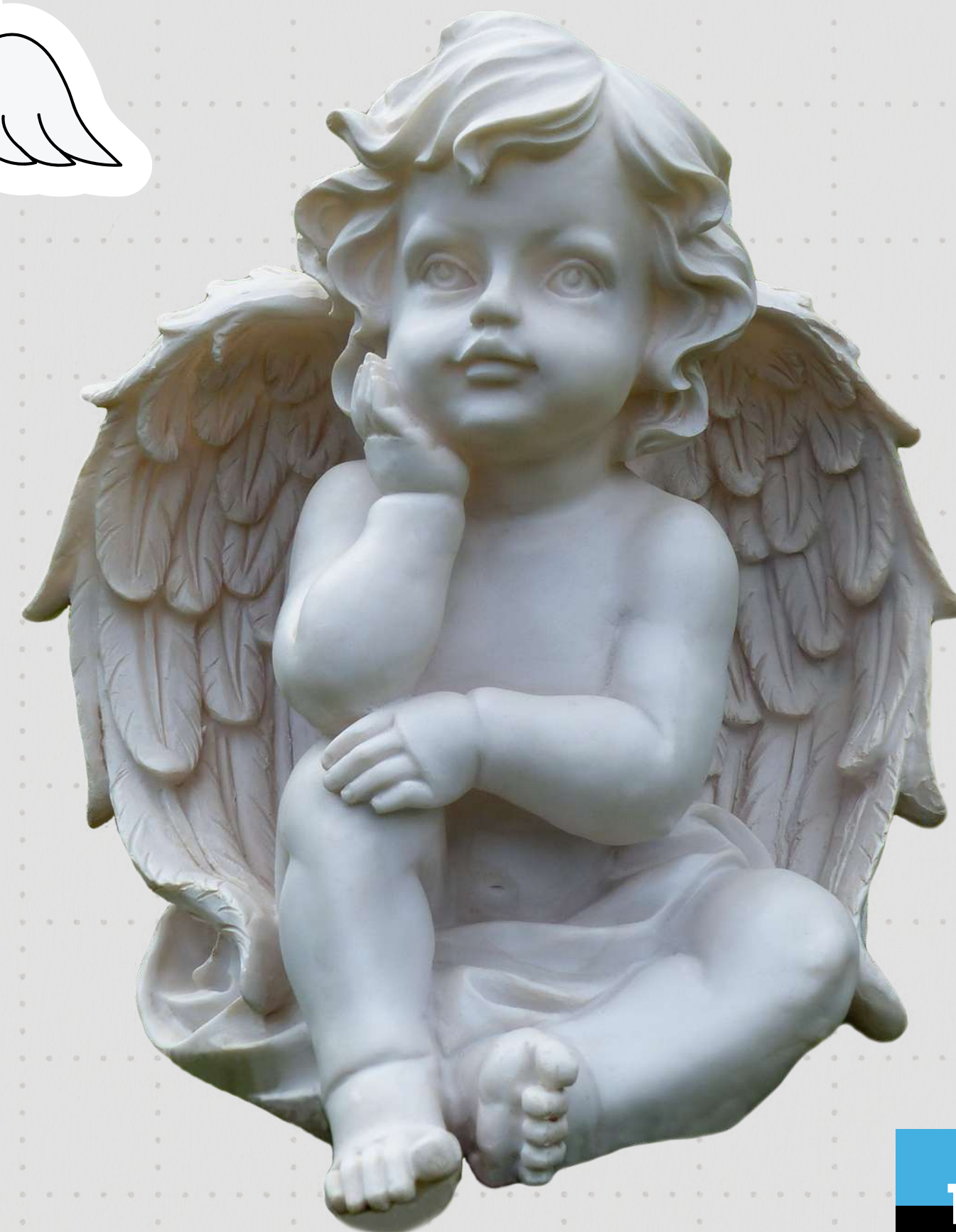
- Ou seja, o agente infrator de uma norma moral sente as consequências de sua transgressão diretamente na sociedade, sem a participação do Estado na punição, diferentemente das normas jurídicas – das leis – que possuem mecanismos que buscam trazer segurança ao sistema normativo legal como um todo
- Podemos diferir as normas morais das normas jurídicas enquadrando as primeiras como sendo autônomas, espontâneas, unilaterais e demandadas da aceitação do indivíduo, que tem consciência da conduta maior, ao passo que as regras do Direito são heterônomas, coercitivas, bilaterais e atributivas à conduta humana



WEL...



- Normas morais e normas jurídicas se complementam na medida em que ambas buscam orientar o comportamento humano na linha do que a sociedade, num momento histórico determinado, acredita ser “certo” ou “errado”
- **MAS O QUE É CERTO OU ERRADO?**
- É nesse imbróglio que entra a ética!



POR QUE ÉTICA É, ENTÃO, TÃO IMPORTANTE?



- Muito embora a ética sozinha não garanta o progresso moral da humanidade, ela é o principal regulador de seu desenvolvimento histórico-cultural
- Sem ela e sua referência a princípios humanitários fundamentais comuns a todos, a humanidade já teria se despedaçado rumo à autodestruição



REALIDADE * (OU +) VALOR

- Real é aquilo que existe; o “concreto”
- A realidade mostra o mundo do ser
- O homem, apesar de ser um ser social, se submete a leis naturais, tendo também a capacidade de construção, criando a cultura
- A adaptação da realidade se faz através do mundo dos valores
- A ideia de mudança no mundo dos valores é representada por uma busca de melhoria

- Valor é aquilo que qualifica
- O valor mostra o mundo do dever ser (juízos de valor)
- A realidade é regida por leis inflexíveis, que não podem mudar; o valor, ao contrário, é regido por leis flexíveis
- Entre o valor e a realidade existe a cultura

ASSIM...

- Todo conjunto de normas de conduta que se integra às normas culturais são chamadas normas éticas (religiosas, sociais, morais...)

- Normas religiosas são o conjunto de preceitos que tentam aperfeiçoar o homem no relacionamento dele com o sobrenatural

- Normas sociais são preceitos que tem o objetivo de tornar a vida em sociedade o mais amena possível
- Tem como fundamento a boa convivência; indica as boas maneiras

- Normas morais traduzem a ideia do bem, diferenciando-o do mal

DE VOLTA À DIALÉTICA COM A MORAL

- Ética não se confunde com a moral (ok, disso não resta dúvida!)
- A moral é a regulação dos valores, normas e atitudes considerados legítimos por uma determinada sociedade, um povo, uma religião, costumes, uma certa tradição cultural (“de rocha”!... “é vero”!)
- Há muitas tentativas de se justificar os atos morais (entre os criminosos, por exemplo, há uma regra de comportamento que se diz moral)
- Isto significa que a moral é um fenômeno social particular (interesses individuais ou de grupos) que não tem, necessariamente, compromisso com a coletividade e com a universalidade (exigência de toda teoria ética)

PUXANDO MAIS PRA GENTE...

- A palavra “virtual” é enganosamente empregada em oposição a “real”
- Na filosofia escolástica, é o que existe em potência e não em ato
- É mediado ou potencializado pela tecnologia e externado nas construções mentais do espaço de interação cibernético
- Não se opõe ao “real”, mas ao “atual”



Pierre Levy

JUSTIN TANG

UM POUCO DE HISTÓRIA

- A história da Internet tem início em 1969, com a ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network), rede projetada pelo Departamento de Defesa dos EUA, com objetivo de criar um sistema de transmissão de informações militares estratégicas que resistisse a ataques nucleares
- Contudo, foi a partir da utilização do WWW, que o acesso a Internet se tornou mais fácil e simples, com uma interface gráfica dita “amigável”
- Paralelamente, outras mudanças no campo cultural, social, educacional etc., vão surgindo fazendo se abrir um novo mundo, tendo como veículo um computador conectado a rede

A FORMATAÇÃO DE NOVOS CONCEITOS

- Com a chegada da Internet e seus impactos, novas ideias, neologismos e novos conceitos começaram a “engrossar” um novo construto de estudos, modelos, teorias, conceitos...
- Novo meio de comunicação + mudanças = novo corpo de ideias = nova ética (ciberética)
- O termo ciberespaço surge nessa busca incessante de entendimento do meio
- Estudos na área das ciências humanas e sociais nascem motivados por uma realidade

E A “CHEGADA” AO CIBERESPAÇO

- O neologismo ciberespaço aparece pela primeira vez no livro de ficção científica *Neuromancer*, de William Gibson, em 1984
- Para Gibson, o ciberespaço é um espaço não-físico ou territorial, composto por um conjunto de redes de computadores por onde todas as informações circulam
- O ciberespaço marca definitivamente, um novo modo dos indivíduos se relacionarem com o tempo e o espaço, via “sensação de crescente aceleração” e “excesso de informação”
- Aqui, os limites sensoriais dos indivíduos se tornam cada vez mais aguçados e concentrados para a realização das mais diversas atividades ao mesmo tempo

NOVA CONFIGURAÇÃO ESPAÇO-TEMPORAL

- Cada transformação midiática altera nossa percepção espaço-temporal, chegando na contemporaneidade a vivenciarmos uma sensação de tempo real, imediato, “live”, e de abolição do espaço físico-geográfico (marcas da ubiquidade e da instantaneidade!)
- O tempo-real pode até inibir a reflexão, o discurso bem construído e a argumentação mas, por outro lado, permite a potência da ação imediata, o conhecimento simultâneo e complexo, a participação ativa nos diversos fóruns sociais
- Assim, a “cibercultura” vai permitir o agir a distância e a ampliação das formas de ação e comunicação sobre o mundo

“LEIS” FUNDADORAS DA CIBERCULTURA

- A liberação do polo da emissão
Pode tudo na Internet / Tem de tudo na Internet
- O princípio de conexão em rede
A rede está em todos os lugares / O verdadeiro computador é a rede / Sai “PC” e entra “CC”
- A reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais
Tudo muda... mas nem tanto



André Lemos

ARISSON MARINHO

FENÔMENOS CONSEQUENTES



- Negação do copyright, reconfigurando-o na "remixagem"
- Criação da chamada "arte eletrônica"
- Reinvenção das manifestações e expressões comunicacionais habituais, com ferramentas como os blogs e os vlogs
- Reconstrução do conceito de "compartilhamento" (redes P2P) e do sentido de "colaboração" (wiki)

MATERIALIDADE E IMATERIALIDADE

- Apesar do ciberespaço remeter a imaterialidade, ele só pode ser concebido através da materialidade da própria rede, ou seja, a geração desse espaço sem fronteiras físicas, depende do próprio espaço para manter sua viabilidade
- É justamente essa dependência do espaço geográfico que vai gerar a desigualdade na distribuição do acesso a rede
- Fatores que convergem para desigualdade digital:
 - Instalações (pontos de acesso e energia)
 - Custo do serviço
 - Qualidade das conexões

CONCEITOS NECESSÁRIOS E ALINHADOS

ciberética

- “Alfabetização”
- “Literacia”
- Inclusão Digital e, claro...
- Democracia
- Cidadania

- Conjunto das regras morais e consequentes regras de conduta regidas pelo e para os internautas
- Regras necessárias aos usuários para com toda a comunidade virtual, colaborando para o desenvolvimento da mesma, não só adicionando novas informações mas também respeitando o material já existente

E UM OUTRO NEM TÃAAO... MAS LEGAL TMB!

Human Factors

- Estudo de como as pessoas usam a tecnologia
- Abarca a Human Factors Engineering
- Envolve a interação das habilidades, expectativas e limitações humanas com os ambientes de trabalho e o design do sistema
- Gera eficiência, criatividade, produtividade e satisfação no trabalho (com menos erros!)



UX

- Conjunto de elementos (idem fatores humanos) relativos à usabilidade com um determinado produto, sistema ou serviço
- \neq (\geq ?) User Interface – UI
- Aproxima-se efetivamente à etnografia e ao conceito de persona, sob a influência de elementos como o sistema, o usuário e o contexto de uso

E AINDA TEM A CULTURA DA CONVERGÊNCIA

Henry Jenkins

- Três concepções integradoras
 - Convergência das mídias, relacionada com a convivência dos distintos tipos de mídias
 - Cultura participativa, compreendida como atividade da audiência em relação à produção e à circulação de conteúdos
 - Inteligência coletiva, associada à potencialização dos saberes individuais via comunidades virtuais

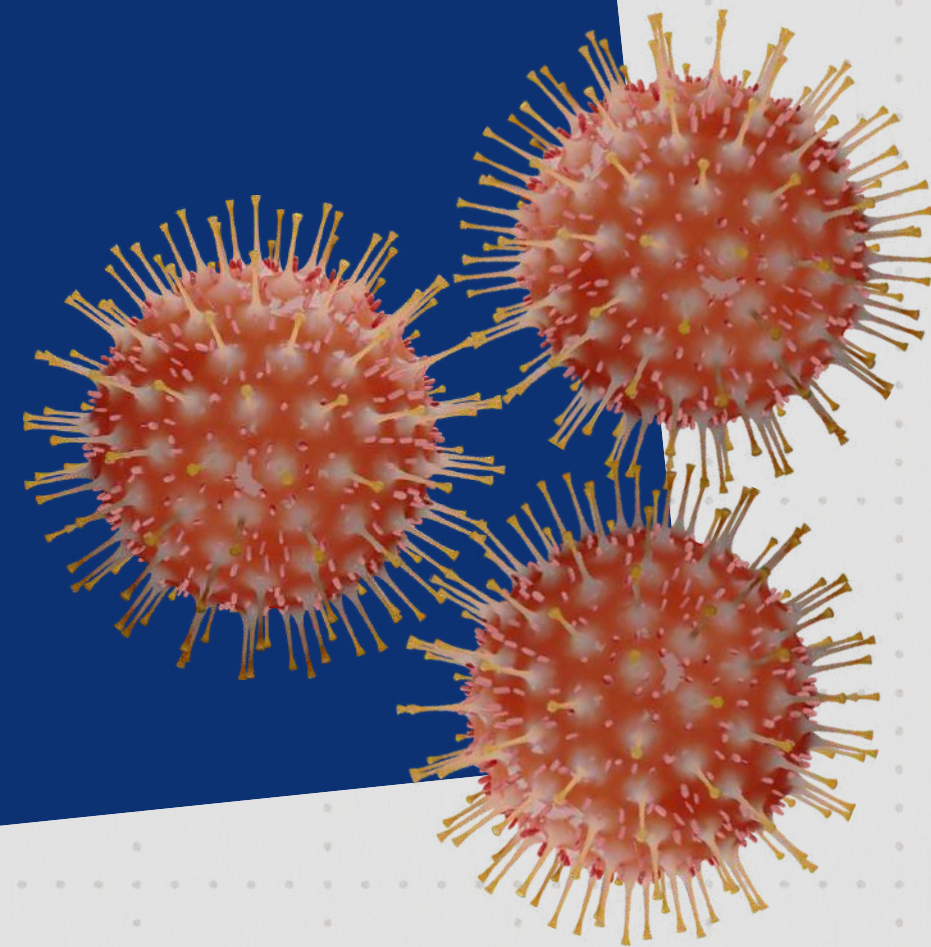


CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

- Uso da Internet como principal canal para distribuição de produtos e serviços
- Tendência que os meios de comunicação estão aderindo para poder se adaptar aos mais diversos gadgets
- Alinha-se à IoT
- Conexão dos objetos, mais do que das pessoas, à Internet
- Dentro do macro processo de convergência, é possível identificar processos paralelos da mesma, entre eles:
 - Redes
 - Instrumentos
 - Aplicações multiplataformas

CULTURA DA CONEXÃO

- “Aquilo que não se propaga, morre”
- Um conjunto “viral” (não restrito e, tampouco, fechado!)
 - Propagabilidade
 - Engajamento
 - Transmídia
 - Visibilidade
 - Legitimação



MUNDO FIGITAL

- Mundo Social \equiv Negócios e Pessoas
- Mundo Físico \equiv Negócios e Espaços
- Mundo Digital \equiv Negócios e Dados
- Mundo Figital \equiv Pessoas, Espaços e Dados



BEM... BORA VOLTAR PRO DIREITO?



Don't worry.

Be happy!



MARCO CIVIL DA INTERNET NO BRASIL

- O Marco Civil, como assim é nomeado a Lei n.º 12.965/2014, é a base normativa para o uso da Internet no Brasil, dita Constituição da Internet, através dos elementares eixos:
 - Princípios
 - Garantias
 - Direitos
 - Deveres
 - Diretrizes



OBJETIVOS DO MARCO CIVIL

- Direito de acesso a todos à Internet
- Acesso à informação, ao conhecimento e participação na vida cultural
- Inovação e fomento à difusão de novas tecnologias
- Adesão a padrões tecnológicos abertos

- Para tal, fundamenta-se:
 - No respeito à liberdade de expressão
 - Na escala mundial da rede
 - Nos direitos humanos, no desenvolvimento da personalidade e no exercício da cidadania
 - Na pluralidade e na diversidade
 - Na abertura e na colaboração
 - Nas livres iniciativa e concorrência e a defesa do consumidor
 - Na finalidade social da rede

PRINCÍPIOS DO MARCO CIVIL

- Garantia da liberdade de expressão, comunicação e expressão do pensamento
- Proteção à privacidade e aos dados pessoais
- Preservação da estabilidade, segurança e funcionalidade da rede
- Preservação e garantia da neutralidade da rede
- Responsabilidade dos agentes
- Preservação da natureza participativa da rede
- Liberalidade dos modelos de negócio na Internet

DIREITOS, SEGUNDO O MARCO CIVIL

- A informações sobre coleta, uso, tratamento, armazenamento e proteção de seus dados
- De ter seus dados pessoais definitivamente excluídos da rede
- A publicidade e clareza nas Políticas de Uso
- A aplicar o CDC nas relações de consumo
- Acessibilidade



DADOS PESSOAIS

- Dados pessoais são informação relacionada à pessoa física, identificada ou identificável
- Qualquer dado que, isoladamente ou agregado a outro, possa permitir a identificação de uma pessoa física ou sujeitá-la a um determinado comportamento por meio de interpretação de leitura integrativa do texto
- Podem ser sensíveis (a serem tratados de forma diferenciada), anonimizados (essenciais para o funcionamento de tecnologias como IoT, IA, machine learning, smart cities) e públicos (expressamente assim tornados pelos seus titulares, como, por exemplo, em perfis públicos em redes sociais)

LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

- O LGPD, como assim é simplificada a Lei n.º 13.709/2018, é a base normativa para regulação das atividades de tratamento de dados pessoais, tendo, como escopo, uma aplicação transversal, multissetorial, a todos os setores da economia, tanto no âmbito público quanto privado, online e offline de modo que praticamente toda e qualquer ação que se valer do uso de dados pessoais está sujeita a ela
- De forma similar à regulamentação europeia, a GDPR (General Data Protection Regulation), tem também aplicação extraterritorial, ou seja, o dever de conformidade supera os limites geográficos do Brasil



OBJETIVOS DA LGPD

- Garantir o direito à privacidade, à própria proteção dos dados pessoais dos cidadãos e às liberdades fundamentais
- Estabelecer regras claras sobre coleta, armazenamento, tratamento e compartilhamento de dados pessoais para empresas
- Fomentar o desenvolvimento econômico e tecnológico numa sociedade movida a dados
- Garantir a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor
- Aumentar a confiança da sociedade na coleta e uso dos seus dados pessoais
- Aumentar a segurança jurídica como um todo no uso e tratamento de dados pessoais

DIREITO DE PROPRIEDADE (SENTIDO LATO)

- Direito que garante a seu titular, em toda sua plenitude, a faculdade de dispor dos seus bens livremente e a seu belprazer
- Elementos essenciais:
 - *Jus utendi* = direito de usar
 - *Jus fruendi* = direito fruir
 - *Jus abutendi* = direito de abusar
 - *Rei vindicatio* = direito de reivindicar



PROPRIEDADE INTELECTUAL

- Área do Direito que cuida da proteção às criações do homem, sejam elas nas áreas técnico-científica, literária e artística, sejam nas áreas relacionadas à indústria, nas invenções, inovações, processos e design de um modo geral
- Possui os elementos essenciais de qualquer propriedade



Classificação

- Direito Autoral
 - “Propriedade Literária, Científica e Artística”
 - É aqui que está o software
 - Natureza jurídica híbrida (pessoal e real)
- Direito Industrial
 - “Propriedade Industrial”
 - Natureza jurídica real

DIREITOS AUTORAIS DO SOFTWARE

- Por características próprias e por força legal, o software possui natureza jurídica de Direito Autoral
- Por consequência, não se pode falar em “compra e venda” de software, mas em licença de uso
- O que se “vende” (vendia!) é (era), no máximo, o suporte (lembra dos “antigos” disquetes ou, mais tarde, dos CD-ROMs?)



JÁ QUANTO À CRIAÇÃO... BEM...



- Tomemos, por base, dois tipos de desenvolvedores
 - Autônomo/empresa (blz, tá rico!)
 - Contratado para trabalho sob encomenda (aqui que mora o perigo!)
- Há duas situações para o software sob encomenda:
 - Se o programa for desenvolvido na vigência do contrato de trabalho e em atividade especificadamente prevista neste, a propriedade obtida pertencerá exclusivamente ao empregador
 - Se o software for desenvolvido por uma iniciativa pessoal, sem relação com o contrato de trabalho e sem a utilização de recursos, informações tecnológicas, segredos industriais e de negócios, materiais, instalações ou equipamentos do empregador ou contratante, pertencerá ao desenvolvedor (aí lascou!!!)

REGISTRO DE SOFTWARE

- Por ter natureza jurídica autoral, qualquer formalização de direitos de propriedade é facultativa
- Optando-se, todavia, pelo registro, deve se fazer no INPI, mediante as regras próprias
- São necessários:
 - Resumo (hash) do programa
 - Declaração de veracidade
 - Procuração eletrônica (conforme o caso)



VIOLAÇÃO DE SOFTWARE

- Há 3 tipos de contrafação (“pirataria”) de software:
 - Comercial
 - Corporativa
 - Doméstica
- Por outro lado, um “novo” software deve ser mais que “similar” a anterior, para que se configure violação!
- Assim, é permitida a similaridade:
 - Por força de características funcionais
 - Por aspectos normativos e técnicos
 - Por limitação de forma alternativa para sua expressão



ASPECTOS JURÍDICOS DO SOFTWARE LIVRE

- Ao software incide a figura do contrato de licença, que, via de regra, nada mais é que a autorização de uso feita pelo detentor (proprietário) dos direitos patrimoniais do software para o exercício o *jus utendi*
- Diz o art. 9º da Lei n.º 9.609/1998: “O uso de programa de computador no País será objeto de contrato de licença”
- Cabe, então, ao “criador”, a estipulação do regime de exercício de seus direitos, assim como os limites e formas de exploração da obra pelos licenciados
- É por isso que as licenças ditas “alternativas”, não são – nem de longe – ilegais, mas, muito pelo contrário, são consequência imediata do exercício pleno do *jus abutendi*, garantido pelos princípios básicos que norteiam o Direito de Propriedade

TIPOS DE LICENÇAS RESULTANTES



- Os dois principais modelos de licenças de software, utilizados em todo o mundo, são:
 - EULA (End-User License Agreement), usado em software proprietário
 - GPL (General Public License), usada em software livre

- Programa que pode ser usado, copiado, estudado e redistribuído sem restrições, opondo-se ao conceito de software proprietário
- Permite o acesso ao código fonte do sistema

MARCAR... PRA FECHAR (TUM TUM TUM TÁ!)

- Antes de qualquer coisa, é fundamental se ter a ciência (e a consciência) de que a marca é uma propriedade, tal qual outra (tangível ou não)
- Para crescer, ela precisa ser (sempre) muito “bem cuidada”!
- A “gestão de marcas” abrange, pois, atividades estratégicas (posicionamento e arquitetura de marcas) e atividades operacionais (pesquisa de mercado, naming, comunicação, design, avaliação financeira e proteção legal)
- Tudo isso = Branding
- Branding = Brand management
- Tem por objetivo, entre outros, aumentar o brand equity



DIREITO MARCÁRIO

- Marcas, em seu conceito jurídico, são sinais distintivos, visualmente perceptíveis, capazes de diferenciar um produto ou serviço de outro concorrente
- São protegidas através de registro (junto ao INPI)
- Têm como requisito básico a “novidade”, no sentido de “originalidade” ou “não confusão” ou semelhança com marca(s) registrada(s) anterior(es) em uma mesma área (classes e subclasses) – “princípio da especificidade/especialidade”, segundo o qual podem haver mesmas marcas para dois ou mais produtos distintos, desde que não pertençam ao mesmo ramo de atividade



REGISTRO MARCÁRIO

- Requisitos para o requerente:
 - Exercer atividade lícita, efetiva e compatível com o produto ou serviço que marca visa identificar
 - Não ter a marca enquadrada nas modalidades não registráveis
 - Não ter a marca conflitante com outra anterior de mesma categoria
- O processo de registro é relativamente simples:
 - Dá-se entrada no pedido e se aguarda a publicação
 - Publicado, terceiros têm até 60 dias para se opor e, em caso de oposição, o requerente tem 60 dias para defesa
 - Após essa fase, o pedido aguardará o exame técnico e a decisão sobre a registrabilidade
 - Com o exame técnico, o pedido será decidido



É ISSO!

Para referenciar

LIMA, João Ademar de Andrade. Ética, cidadania e direitos de software; tópicos e sínteses dos principais conceitos. Campina Grande: UNIFACISA, 2022.

Copyright © 2022



Via Licença Creative Commons BY-NC-SA 4.0