

Sumário

AGRADECIMENTOS	5
APRESENTAÇÃO	9
PREFÁCIO	13
INTRODUÇÃO	19
CAPÍTULO 1. REPRESSÃO À CONCORRÊNCIA DESLEAL: FUNDAMENTOS, ESTRUTURA E CRITÉRIOS	23
1.1. Convenção da União de Paris para a proteção da propriedade industrial: o bem jurídico tutelado	23
1.2. O panorama brasileiro atual	34
1.3. A livre concorrência no ordenamento brasileiro	37
1.4. Critérios para Identificar a relação concorrencial	41
1.5. A “trilogia” das vedações concorrenciais	44
1.5.1. Concorrência ilícita de modalidade ilegal	45
1.5.2. Concorrência ilícita de modalidade interdita	47
1.5.3. Concorrência ilícita de modalidade desleal	48
1.6. Responsabilidade civil e desafios probatórios	51
1.7. Perspectivas sobre ilícitos concorrenciais	54
1.7.1. O conjunto-imagem (<i>trade dress</i>)	54
1.7.2. Investimento como critério objetivo	56
1.7.3. Novas tecnologias no ambiente digital	58
1.8. Síntese do capítulo	59
CAPÍTULO 2. OPERAÇÕES DE INFLUÊNCIA NO AMBIENTE DIGITAL	61
2.1. Operações de influência, propaganda computacional e publicidade computacional: delimitação conceitual	64
2.2. Operações de influência: perspectiva prática	69

2.3. Casos de destaque: propaganda russa, Cambridge Analytica e o cenário brasileiro	71
2.4. Categorização das estratégias: compreendendo a funcionalidade.....	80
2.5. Tendências e perspectivas com a inteligência artificial	86
2.6. Síntese do capítulo	89

CAPÍTULO 3. ANÁLISE DAS OPERAÇÕES DE INFLUÊNCIA SOB A ÓTICA DA CONCORRÊNCIA DESLEAL.....	91
3.1. O eWOM (interação entre usuários)	93
3.2. O viés cognitivo-comportamental (psicologia)	96
3.3. <i>Astroturfing</i> (manipulação de percepção)	100
3.4. Segmentação (uso de dados)	104
3.5. Operações de influência que promovem desinformação sobre concorrente ...	109
3.6. Operações de influência com informações verdadeiras ou comparativas	111
3.7. Aplicabilidades e limitações práticas	119
3.8. Síntese do capítulo	124
CONCLUSÃO	125
REFERÊNCIAS	127
APÊNDICE A	145