
ADVOCACIA 5.0 · PAPER 2

O DNA Literário na Advocacia 5.0

Preservando a identidade intelectual e o estilo dos sócios através da estilometria

Um ensaio sobre o estilo como ativo institucional, sobre o risco de pasteurização da escrita jurídica pela inteligência artificial, e sobre como a voz de uma banca pode ser medida, preservada e transmitida à próxima geração.

LawAgent | Thought Leadership

Junho de 2026 · Draft v1

Sumário Executivo

Toda banca de alto desempenho vende duas coisas. A primeira é correção técnica — e o mercado a trata como piso, não como diferencial. A segunda é mais difícil de nomear: uma forma característica de argumentar, um jeito reconhecível de construir tese, ordenar fundamentos, tratar o precedente e se dirigir ao juízo. É a voz institucional do escritório. É o que faz um desembargador, um cliente ou um adversário reconhecer a banca por trás de uma peça antes mesmo de ler a assinatura. Hoje, na maioria dos escritórios, essa voz não está escrita em lugar nenhum: vive na cabeça de dois ou três sócios.

Dois movimentos descritos nos papers anteriores desta série colocam esse ativo sob pressão simultânea. O Paper 0 mostrou que a transição da pirâmide para o diamante estreita a base de juniores e rarefaz a formação por convivência — o mecanismo pelo qual o estilo da casa sempre se transmitiu. O Paper 1 mostrou que a IA generativa, mal arquitetada, produz texto estatisticamente médio. Junte os dois: a transmissão natural do estilo enfraquece ao mesmo tempo em que a ferramenta adotada para ganhar eficiência tende a achatar a prosa para uma média genérica. O risco não é teórico. É a erosão silenciosa daquilo que distingue uma banca das demais.

Este paper sustenta três proposições. A primeira é que o estilo institucional é um ativo real, mensurável e preservável — e que a disciplina que o mede, a estilometria, tem mais de um século de história rigorosa, da atribuição de autoria de textos disputados à identificação de criminosos por sua escrita. A segunda é que a homogeneização da escrita por IA genérica está documentada empiricamente, não suposta: modelos ajustados para agradar tendem a aproximar a prosa de autores diferentes de um mesmo ponto médio. A terceira é que o problema tem solução: existem formas de extrair o perfil estilístico de uma banca a partir do seu próprio acervo e reaplicá-lo, sob supervisão humana, na produção assistida por IA. O LawAgent implementa uma dessas abordagens. Descrevemos aqui o princípio, não a receita — por prudência competitiva e porque o perfil de estilo de um escritório é, ele próprio, material sensível que pertence ao escritório.

O documento também enfrenta com honestidade as perguntas difíceis que o tema levanta. De quem é o estilo quando o sócio cuja voz foi codificada deixa a banca. Como o estilo se relaciona com a substância, e por que ele jamais a substitui. Como tudo isso se acomoda ao sigilo profissional, à Lei Geral de Proteção de Dados e às regras da Ordem dos Advogados do Brasil. A posição que defen-

demos ao final é direta: uma banca pode codificar a sua voz de modo que a assinatura de quem escreve sobreviva à escala, à rotatividade e às máquinas, sem que a autoria ou a responsabilidade de quem assina seja deslocada para a máquina.

SEÇÃO 1

O Estilo é o Ativo

Há uma pergunta simples que a maioria dos sócios-diretores nunca formulou em voz alta: o que, exatamente, um cliente paga quando contrata a banca em vez de outra igualmente competente? A correção técnica é pressuposta — nenhum escritório sério sobrevive errando direito. O que sobra, depois de descontada a competência básica que todos têm, é algo mais difícil de precificar e mais fácil de reconhecer. É o modo como aquela banca pensa um problema e o transcreve em uma peça.

Esse modo tem componentes concretos. Há escritórios cuja marca é a contenção: peças curtas, secas, que atacam o ponto decisivo e ignoram o resto. Há os que constroem arquiteturas doutrinárias longas, em que cada tese é amparada por camadas de fundamentação antes que a conclusão apareça. Alguns abrem pelo argumento mais forte; outros preparam o terreno processual antes de chegar ao mérito. Há bancas deferentes no trato com o juízo e bancas assertivas a ponto da ousadia. Há preferências de vocabulário, de ritmo de frase, de conectivos, de como se cita o precedente e de quando se prefere a doutrina à jurisprudência. Nenhum desses elementos é decorativo. Em conjunto, eles formam uma assinatura — e a assinatura carrega reputação.

Essa identidade tem valor econômico mensurável precisamente porque é reconhecível. Um juiz que recebe centenas de peças por semana lê com mais atenção a banca cujo padrão de qualidade já conhece. Um cliente corporativo que aprovou uma tese percebe consistência quando a próxima peça soa como a anterior. Um adversário experiente identifica a banca pelo estilo da contestação e calibra sua resposta. A voz institucional é, em sentido literal, parte do ativo de marca do escritório — construída ao longo de décadas, caso a caso, e raramente registrada em qualquer documento.

E aqui está o problema. Onde vive essa voz? Na prática, ela vive na cabeça de um número pequeno de pessoas: o sócio fundador que escreve como ninguém, a sócia que estrutura recursos com uma lógica inconfundível, os dois ou três nomes cuja caneta define o padrão que todos os demais tentam alcançar. É conhecimento tácito no sentido preciso que o químico e filósofo Michael Polanyi deu ao termo em 1966, ao observar que “podemos

saber mais do que conseguimos dizer”.¹ O sócio que escreve magnificamente quase nunca consegue enunciar as regras que segue. Ele as aplica por intuição treinada, e o jovem advogado as absorve por proximidade — vendo, imitando, sendo corrigido. Foi assim que o estilo da casa sempre passou de uma geração à seguinte: por osmose, ao longo de anos de convivência.

O Paper 0 desta série já havia isolado o ponto frágil dessa arquitetura ao formular o que chamou de a pergunta da cultura: como preservar a identidade institucional, o estilo e os valores de uma banca sem a transmissão natural que ocorria entre gerações compartilhando rotina. Quando a base da pirâmide se estreita, quando os juniores são menos e a convivência diminui, o canal por onde o estilo se transmitia perde vazão. O conhecimento que nunca foi escrito fica exposto: dilui-se à medida que a banca cresce e contrata, e desaparece quando o sócio que o detinha se aposenta. Um ativo que vale décadas de reputação está guardado num lugar de onde pode sair pela porta a qualquer momento, sem cópia.

Este paper toma aquela pergunta ampla da cultura e a estreita até sua expressão mais concreta e mais administrável: a voz escrita. Antes de discutir como preservar o que não se consegue descrever, porém, é preciso enfrentar uma questão anterior. Para preservar um estilo, é necessário primeiro conseguir medi-lo. E medir estilo é exatamente o que uma disciplina mais que centenária aprendeu a fazer.

SEÇÃO 2

O Que a Estilometria Mede

Estilometria é o estudo quantitativo do estilo de escrita: a medição das regularidades mensuráveis no modo como alguém escreve, independentemente do assunto sobre o qual escreve. A intuição que a sustenta é contraintuitiva à primeira vista. Aquilo que mais distingue um autor não são as grandes escolhas conscientes de vocabulário ou tema, e sim os hábitos pequenos e involuntários — com que frequência ele usa certas palavras curtas, como distribui o comprimento de suas frases, quais conectivos prefere sem perceber. Esses traços são estáveis, difíceis de falsificar e quase impossíveis de suprimir voluntariamente. Funcionam como uma impressão digital.

A disciplina é antiga. Em 1887, o físico americano Thomas C. Mendenhall publicou na revista *Science* um artigo intitulado “The Characteristic Curves of Composition”, em que propôs caracterizar o estilo de um autor pela distribuição de frequência do comprimento das palavras que ele emprega — quantas palavras de duas letras, de três, de quatro, e assim por diante. A ideia havia sido sugerida décadas antes, em 1851, pelo matemático in-

glês Augustus De Morgan, que especulava que a autoria de textos disputados poderia um dia ser decidida pela medição de regularidades dessa natureza.² Mendenhall a transformou em método.

O marco que consolidou a estilometria como ferramenta séria veio em 1964, com o trabalho dos estatísticos Frederick Mosteller e David Wallace sobre os *Federalist Papers* — a coleção de 85 ensaios publicados anonimamente em 1788 em defesa da Constituição dos Estados Unidos. A autoria de doze deles era disputada havia quase dois séculos entre Alexander Hamilton e James Madison. Mosteller e Wallace aplicaram inferência estatística bayesiana à frequência de palavras funcionais — artigos, preposições, conjunções —, escolhidas justamente por serem estilisticamente neutras e pouco dependentes do tema. O resultado atribuiu os doze ensaios disputados a Madison, com alto grau de confiança, e fundou simultaneamente um campo da análise textual e uma referência da estatística aplicada.³ A lição metodológica é a que mais interessa à advocacia: os sinais reveladores de autoria estão menos nas palavras grandiosas do que nas pequenas palavras invisíveis que ninguém escolhe deliberadamente.

Mais perto de nós, em 2005, um grupo de pesquisadores liderado por Hans van Halteren e Harald Baayen demonstrou empiricamente aquilo que a tradição apenas presumia. No artigo “New Machine Learning Methods Demonstrate the Existence of a Human Stylome”, os autores mostraram que indivíduos podem ser distinguidos uns dos outros pela medição de um conjunto de propriedades de sua escrita — um conjunto que batizaram de *stylome*, o estiloma, em paralelo deliberado com o genoma.⁴ A metáfora do DNA literário, que dá nome a este paper, não é licença retórica: descreve uma constatação científica de que cada autor carrega uma assinatura estilística mensurável.

Que essa assinatura seja real e identificável não é mera curiosidade acadêmica — tem peso forense. O caso mais célebre é o do Unabomber. Por quase dois decênios, o FBI perseguiu o autor de uma série de atentados a bomba sem impressões digitais, sem testemunhas e sem DNA biológico. O que acabou por identificá-lo foi a língua. Quando o manifesto de 35 mil palavras de Ted Kaczynski foi publicado em 1995, o agente e linguista forense James Fitzgerald reconheceu padrões de escrita — incluindo a inversão característica de um ditado, “comer o bolo e ainda tê-lo” — que coincidiam com cartas antigas reconhecidas pelo irmão do suspeito. A análise linguística foi decisiva para a prisão e para a condenação.⁵ O estilo de uma pessoa é distintivo o bastante para identificá-la entre milhões.

O que a estilometria mede, na prática, pode ser traduzido para o vocabulário de quem escreve peças. Mede o **registro e a formalidade** — as escolhas lexicais que situam um texto entre o austero e o acessível. Mede a **variação de ritmo**, ou *burstiness*: alguns autores alternam frases curtas e secas com períodos longos e subordinados, criando relevo;

outros mantêm comprimento uniforme, criando cadência regular. Mede o uso de **conectivos** — a maneira como os argumentos são costurados (“portanto”, “nada obstante”, “com efeito”) e que revela a lógica preferida de encadeamento. Mede o **tom** — deferente ou assertivo — e as **preferências estruturais**, como a ordem em que tipicamente se dispõem fatos, fundamentos e pedidos.

Por um século, todas essas medições serviram para responder a uma única pergunta, voltada para o passado: *quem* escreveu este texto. A virada conceitual que torna a estilometria relevante para a Advocacia 5.0 é perceber que a mesma medição pode ser invertida. Em vez de perguntar quem escreveu, ela passa a descrever *como* um determinado autor escreve — e, uma vez descrito esse “como” em forma estruturada, ele pode orientar a produção de texto novo. É essa inversão, de identificação para orientação, que separa a estilometria forense da estilometria aplicada à preservação de uma voz institucional.

SEÇÃO 3

A Ameaça da Pasteurização

Para entender por que a voz de uma banca corre risco, é preciso retomar uma ideia do Paper 1. Modelos de linguagem produzem, a cada passo, a sequência de texto estatisticamente mais provável diante do contexto. Esse mecanismo é insensível à verdade — daí o problema das alucinações, tratado naquele paper. Mas a mesma propriedade tem um segundo efeito, menos discutido e mais sutil: ele também é insensível à individualidade. O texto mais provável é, por definição, o texto mais médio. Tende ao centro, ao convencional, ao que soa aceitável para o maior número de leitores. E o ajuste por preferência humana — a técnica que torna os modelos mais agradáveis e obedientes — empurra a prosa ainda mais para esse centro, premiando o inofensivo e o genérico.

O resultado é um texto que costuma ser competente e quase sempre morno. Correto na gramática, razoável na estrutura, e sem voz. Lê-se sem tropeços e esquece-se sem esforço. Para um e-mail trivial, isso não tem custo. Para uma banca cujo valor de mercado está parcialmente embutido em como ela escreve, é uma ameaça direta ao ativo.

E não se trata de uma preocupação especulativa. Em 2024, os pesquisadores Vishakh Padmakumar e He He, da Universidade de Nova York, publicaram um estudo controlado intitulado “Does Writing with Language Models Reduce Content Diversity?”. Voluntários escreveram textos argumentativos em três condições: sem auxílio de IA, com um modelo de base, e com um modelo ajustado por preferência humana. O achado foi estatisticamente significativo. Escrever com o modelo ajustado reduziu a diversidade do conteúdo

e, o que é mais revelador, *aumentou a similaridade entre os textos de autores diferentes*. O efeito ia além de auxiliar cada pessoa: o modelo aproximava entre si os textos de quem escrevia, fazendo autores distintos soarem parecidos.⁶ A homogeneização não é hipótese de quem teme a tecnologia. É medição de quem a estudou.

Para uma banca, traduzir esse achado é desconfortável. Se todos os escritórios adotam a mesma IA genérica, as peças de todos eles derivam para uma mesma voz média. O diferencial que levou décadas para se formar dissolve-se na velocidade em que a ferramenta é adotada. A alma do escritório — aquela assinatura reconhecível da Seção 1 — é lixada justamente pelo instrumento contratado para ganhar eficiência. O Paper 0 já havia antecipado a ironia, ao advertir que “um escritório que vende seu estilo precisa enfrentar a ameaça de ter esse estilo desgastado pela própria eficiência que busca”. A pasteurização é o nome concreto dessa ameaça.

Vale tornar o efeito concreto, porque ele é fácil de subestimar quando descrito em abstrato. Imagine uma banca cuja marca, ao longo de vinte anos, foi abrir contestações com um parágrafo enxuto que enuncia a tese central em uma única frase antes de qualquer preliminar — um gesto de confiança que os juízes da comarca passaram a reconhecer. Peça-se a um modelo genérico que escreva a mesma contestação, e o que volta é uma abertura competente e impessoal: uma saudação ao juízo, um resumo procedimental dos fatos, uma transição cautelosa para o direito. Nada está errado. Tudo está apagado. O movimento característico que sinalizava “esta banca” sumiu, substituído pela abertura que qualquer escritório razoável produziria. Repita isso por milhares de peças e o que se perde não é um floreio: é o reconhecimento acumulado de duas décadas, dissolvido um parágrafo morno de cada vez.

Há um contraponto honesto a registrar, e ele merece resposta direta em vez de descarte. Alguém dirá que estilo é vaidade; que o que decide uma causa é a força do argumento, não a elegância da frase; que um cliente quer ganhar, não admirar a prosa. A objeção tem um fundo de verdade, e este paper a subscreve em parte: a substância vem primeiro, sempre, e a Seção 6 trata disso sem rodeios. Mas a separação limpa entre forma e conteúdo, na escrita jurídica, é uma ficção conveniente. A persuasão de uma peça está parcialmente em como ela é construída — na ordem em que os argumentos se sucedem, no peso retórico que cada um recebe, no tom que estabelece autoridade sem soar arrogante. Forma é parte do argumento. E, do ponto de vista do negócio, num mercado em que a correção técnica é piso comum a todos os concorrentes, a voz é parte do que justifica o prêmio que o cliente paga. Pasteurizar a escrita não é um deslize estético. É destruir, por descuido, um ativo que não se reconstrói rápido.

Se a IA genérica achata a voz, a pergunta que se impõe é se a IA pode, ao contrário, preservá-la. Pode.

Do Problema à Solução

O problema, enunciado com precisão, é este: a produção assistida por IA pode carregar a voz específica de uma banca, em vez da média genérica de todas elas? A resposta é afirmativa, e o caminho é conceitualmente simples ainda que tecnicamente exigente.

Ele decorre diretamente da inversão descrita ao final da Seção 2. Se a estilometria sabe medir como um autor escreve, então é possível medir o estilo de uma banca a partir do seu próprio acervo — as peças que a casa reconhece como representativas do seu padrão — e, em seguida, usar esse perfil medido como uma restrição que orienta a escrita da IA. Em vez de deixar o modelo recair na média convencional, entrega-se a ele a impressão digital do escritório como regra a respeitar. A produção deixa de buscar o texto mais provável do mundo e passa a buscar o texto mais provável *daquela banca*.

Essa abordagem é materialmente diferente do expediente improvisado de colar uma peça-modelo num prompt e pedir “imite este texto”. Um exemplo isolado oferece ao modelo uma imitação superficial, que se esgarça ao longo de um documento longo e não se transfere de um tipo de peça para outro. Um perfil estilístico medido e estruturado é uma restrição persistente, aplicada do início ao fim da produção, e que generaliza — orienta a redação de uma contestação, de um recurso ou de um parecer a partir da mesma identidade, sem copiar nenhum deles. A diferença entre as duas coisas é a diferença entre fantasiar uma voz e reproduzir uma assinatura.

O LawAgent implementa uma solução dessa natureza, que chamamos internamente de DNA Estilométrico: um mecanismo que extrai um perfil estilístico estruturado a partir do material autorizado de cada banca e o utiliza para moldar os rascunhos produzidos com IA, de modo que leiam como a banca escreveria — sempre sob revisão humana. Mantemos o funcionamento interno reservado, por duas razões que convém declarar abertamente. A primeira é de prudência competitiva: a maneira de fazer isso bem é um diferencial, e um manifesto público não é o lugar de detalhá-la. A segunda é de princípio: o perfil estilístico de um escritório é material sensível que pertence ao escritório, e a arquitetura que o processa não é assunto a expor de forma genérica.

O que importa para os fins deste paper não é a engenharia. É que a escolha disponível para uma banca deixou de ser binária. Não é mais “IA genérica ou nenhuma IA”. Existe uma terceira opção, e ela muda os termos do debate: uma IA que escreve na sua voz, e não na voz de todo mundo.

De Conhecimento Tácito a Ativo Institucional

Vale traduzir tudo isto para a linguagem da gestão do conhecimento, porque é nesse registro que o valor estratégico aparece com nitidez. Em 1995, os pesquisadores japoneses Ikujiro Nonaka e Hirotaka Takeuchi formalizaram, no livro *The Knowledge-Creating Company*, um modelo hoje clássico sobre como o conhecimento circula dentro das organizações. Conhecimento, argumentaram, converte-se entre duas formas — tácito e explícito — por quatro modos. Dois deles interessam diretamente a este paper. A *socialização* é a conversão de tácito em tácito: o conhecimento que passa de pessoa a pessoa por experiência compartilhada, observação e imitação. A *externalização* é a conversão de tácito em explícito: o processo de transformar aquilo que se sabe sem conseguir dizer em algo articulável, registrável e reutilizável.⁷

A socialização do modelo de Nonaka é, palavra por palavra, a formação por osmose que o Paper 0 descreveu. O jovem advogado que absorve o estilo da casa observando o sócio escrever está vivendo um processo de socialização — conhecimento tácito passando adiante por convivência, sem nunca se tornar explícito. E é exatamente esse canal que a morfologia em diamante estreita. Menos juniores, menos rotina compartilhada, menos horas de proximidade: a socialização perde vazão. A banca que quiser preservar a sua voz não pode mais contar apenas com a transmissão tácita. Precisa do outro modo. Precisa externalizar.

A codificação estilométrica é, nesses termos, precisamente a externalização da voz escrita de uma banca — a conversão de um saber que vivia preso na intuição de poucos em um ativo explícito da instituição. E, uma vez que o estilo se torna um ativo estruturado, ele passa a se comportar como ativo. Deixa de depender da presença física de quem o detinha.

As consequências práticas são consideráveis. A voz sobrevive a saídas e aposentadorias: o jeito de escrever do litigante que fundou a banca não precisa se aposentar junto com ele, e permanece disponível para o escritório que ele ajudou a construir — com as ressalvas de titularidade que a Seção 6 enfrenta. O *onboarding* acelera: os rascunhos de um associado recém-chegado podem ser orientados desde o primeiro dia na direção da voz da casa, comprimindo em meses um aprendizado que antes levava anos. O associado continua aprendendo na prática, escrevendo e sendo corrigido — apenas parte de um ponto mais próximo. E o padrão de qualidade se uniformiza por uma equipe maior e mais distribuída sem que essa uniformização signifique mediocridade genérica, porque o padrão de referência é a própria voz da banca, e não a média do mercado.

Convém contrastar essa codificação com a tentativa que muitas bancas já fizeram e viram fracassar: o manual de estilo escrito à mão. Não são poucos os escritórios que, em algum momento, encomendaram a um sócio sênior um documento com “as regras da casa” — como citar, que expressões evitar, como estruturar um recurso. Esses manuais quase sempre acabam esquecidos numa pasta, por uma razão que o modelo de Nonaka explica bem: tentam externalizar com palavras um conhecimento que é, em grande parte, intransponível em palavras. Dizer “escreva com sobriedade” não ensina sobriedade. A medição estilométrica contorna esse obstáculo porque não pede ao sócio que descreva o que faz; ela observa o que ele já fez, nas peças que a banca reconhece como suas, e extrai dali os padrões que o próprio autor não saberia enunciar. É externalização por observação, e não por introspecção — e é por isso que funciona onde o manual falha.

O argumento ganha relevância particular num movimento cada vez mais comum no mercado brasileiro: a fusão ou a integração de bancas. Quando dois escritórios se unem, ou quando um absorve uma equipe inteira, a pergunta sobre qual voz prevalecerá costuma ser resolvida na marra, com o tempo, à custa de anos de inconsistência e de atrito cultural. Uma voz codificada transforma essa negociação tácita em decisão explícita: a banca resultante pode escolher conscientemente qual identidade de escrita adotar, mesclar ou preservar, em vez de deixar que o acaso da rotatividade decida por ela. O estilo deixa de ser uma disputa silenciosa entre egos e passa a ser um parâmetro institucional administrável.

Há um limite que precisa ser dito com a mesma franqueza, sob pena de o argumento soar mágico. A externalização nunca é completa. A observação de Polanyi continua valendo: parte do que torna excelente a escrita de um grande advogado resiste à codificação — o juízo sobre quando romper o próprio padrão da casa, a leitura de um magistrado específico, o instinto que decide que aquele caso pede uma exceção. O perfil estilométrico codificado é um piso e um andaime, não um teto. Preserva a assinatura reconhecível e acelera a formação; não fabrica um grande jurista. Quem esperar dele a substituição do talento se decepcionará — e terá entendido errado a proposta.

A moldura estratégica fecha o raciocínio. No diamante, onde o número de profissionais encolhe e cada um que permanece carrega mais valor, os ativos intangíveis da banca — o conhecimento que ela acumulou e a voz com que o expressa — tornam-se desproporcionalmente importantes. Uma banca que deixa sua voz viver apenas na cabeça de dois ou três sócios carrega um risco que não cobriu. Codificá-la é, no fundo, planejamento de sucessão aplicado à escrita — o mesmo cuidado de longo prazo que o Paper 0 recomendou para os quadros humanos, estendido àquilo que esses quadros produzem. A voz institucional é o companheiro natural de um segundo ativo intangível, o acervo de conhecimento acumulado da banca, que será o tema de um paper específico mais adiante nesta série.

Autoria, Sigilo e os Limites Éticos

Um tema desta natureza seria mal servido por entusiasmo sem contrapeso. Codificar a voz de uma banca levanta perguntas reais — de autoria, de propriedade, de ética e de conformidade — e a posição institucional do LawAgent só tem valor se vier depois de enfrentá-las, não antes. Esta seção trata das mais importantes.

Quem é o autor. A peça produzida com auxílio do DNA Estilométrico é assinada por um advogado humano, que a revisa, a aprova e assume responsabilidade integral por seu conteúdo. Esse princípio foi estabelecido no Paper 1 e não admite exceção: a IA nunca assina, nunca protocola, e a supervisão humana qualificada é propriedade técnica do sistema, não cláusula de isenção. A codificação do estilo molda a forma; não desloca a autoria nem a responsabilidade, que permanecem onde sempre estiveram — com o profissional cuja assinatura está no documento. Dizer que a IA escreve “na voz da banca” é uma afirmação sobre a forma do texto, jamais sobre quem responde por ele.

De quem é o estilo. Esta é a pergunta mais espinhosa, e seria desonesto fingir que tem resposta fechada. Quando uma banca codifica a voz de um sócio específico, e esse sócio mais tarde a deixa, a quem pertence o perfil? Há ao menos duas perspectivas legítimas em tensão. De um lado, pode-se sustentar que a voz institucional é um ativo coletivo, construído ao longo de anos com recursos e casos da banca, para o qual o indivíduo contribuiu sem por isso deter sua propriedade exclusiva — do mesmo modo que um escritório retém sua marca e seus modelos quando um sócio parte. De outro lado, pode-se sustentar que o estilo de escrita de uma pessoa é uma extensão íntima de sua personalidade intelectual, e que continuar a empregá-lo após a saída toca dimensões pessoais que um contrato não resolve trivialmente. A tradição brasileira de direitos morais de autor, que a Lei nº 9.610/1998 trata como inalienáveis, torna a questão ainda menos óbvia — embora peças jurídicas sejam obras funcionais, sujeitas a análise distinta da de obras literárias, e o tema permaneça sem pacificação. Este paper não pretende resolver a controvérsia; pretende sinalizá-la. A recomendação prudente é que bancas tratem a titularidade do perfil estilístico de forma explícita — em acordos de sócios e instrumentos contratuais — em vez de deixá-la implícita, para que a questão seja decidida antes de virar litígio, e não depois. Este texto é informativo e não constitui aconselhamento jurídico.

O estilo a serviço da tese, nunca o contrário. O risco ético mais sério de qualquer tecnologia de estilo é também o mais sedutor: fazer um argumento fraco soar como se uma banca forte o tivesse escrito. Uma forma persuasiva mascarando substância deficiente é mais perigosa do que uma peça abertamente ruim, porque engana o leitor apressado. A arquitetura responsável precisa manter as duas camadas separadas e nessa ordem. A

substância — a verificação de citações, a checagem de vigência, a auditoria de fundamentos descrita no Paper 1 — governa o conteúdo e vem primeiro. O estilo é uma camada aplicada sobre material já verificado, jamais um substituto da verificação. Um argumento errado bem-vestido continua errado, e agora circula com mais credibilidade do que merece. A voz da banca deve amplificar o bom raciocínio, não disfarçar o mau.

Sigilo e proteção de dados. A matéria-prima da extração estilométrica é o próprio acervo da banca — peças que contêm dados de clientes e informações protegidas pelo sigilo profissional do Art. 7º, inciso XIX, do Estatuto da Advocacia, e pela Lei Geral de Proteção de Dados. Isso impõe exigências arquiteturais que o Paper 1 já detalhou e que aqui se aplicam com força redobrada. O perfil estilístico de uma banca, e o material de que ele é extraído, jamais podem vazar para outra: o isolamento lógico entre clientes — *tenant isolation* — é condição inegociável. O perfil é derivado do escritório, pertence ao escritório e fica travado ao escritório. E os dados processados não podem ser usados para treinar modelos compartilhados com terceiros, conforme exige a Recomendação nº 001/2024 do Conselho Federal da OAB. O DNA de uma banca é dela — tecnicamente, contratualmente e eticamente.

Comunicação e os limites da OAB. Preservar estilo é uma proposta sobre identidade e ofício, não sobre desempenho processual. Convém ser explícito quanto a isto, porque a fronteira importa. O LawAgent não afirma — e este paper não sugere — que codificar a voz de uma banca ganha causas, eleva taxas de êxito ou produz qualquer resultado processual. Essas seriam afirmações vedadas e, pior, falsas. O Provimento nº 205/2021 da OAB exige que a comunicação da advocacia seja informativa, sóbria e isenta de mercantilização,⁸ e a moldura aqui defendida — estilo como ativo institucional a ser preservado e governado — situa-se nesse registro: trata de continuidade e de qualidade do ofício, não de promessas de vitória. A diferença entre as duas coisas é a diferença entre um manifesto sério e uma peça publicitária.

CONCLUSÃO

A Assinatura, não o Conteúdo

A estilometria nasceu para responder a uma pergunta voltada ao passado: quem escreveu este texto. Mendenhall mediu curvas de composição, Mosteller e Wallace devolveram doze ensaios a Madison, o FBI identificou o Unabomber pela inversão de um ditado. A virada que este paper propôs é simples de enunciar e consequente em seus efeitos. A mesma medição que identifica um autor pode descrever como uma banca escreve — e, descrita a voz, ela pode ser preservada em vez de perdida.

Duas forças, agindo ao mesmo tempo, ameaçam essa voz. A morfologia em diamante estreita a base e rarefaz a osmose pela qual o estilo se transmitia entre gerações. A IA genérica, ajustada para agradar, achata a prosa na direção de uma média sem rosto. Entre as duas, o ativo mais distintivo de um escritório — o modo como ele argumenta — corre o risco de se dissolver em silêncio, não por decisão de ninguém, mas por descuido de todos. Codificar essa voz é como uma banca a mantém de pé.

“

Codificar a voz de uma banca não é substituir o autor — é garantir que a assinatura do autor sobreviva à escala, à rotatividade e às máquinas.

A posição institucional que sustentamos é esta: a assinatura de um escritório é um ativo a ser governado deliberadamente, não um acaso a ser esperado com otimismo. Isso exige enfrentar, com a honestidade que a Seção 6 buscou ter, as perguntas de titularidade e de ética que a codificação levanta — e respondê-las antes que o mercado as responda por inércia. Mas a alternativa de não fazer nada não é neutra. Deixar a voz da banca viver apenas na memória de dois ou três sócios, ou entregá-la ao achatamento de uma ferramenta genérica, é escolher o pior desfecho por omissão.

Este paper integra uma série. O Paper 0 diagnosticou a nova morfologia da profissão; o Paper 1 mostrou por que confiabilidade em IA jurídica é decisão de arquitetura, não de sorte; este tratou da voz. Os próximos aprofundarão temas complementares — o associado sênior como ativo estratégico, e o acervo de conhecimento da banca como capital institucional cumulativo, companheiro natural da voz que aqui discutimos. A espinha dorsal permanece a mesma que o Paper 1 enunciou: sistemas sérios para uma profissão séria. O estilo de uma banca, afinal, é uma das coisas mais sérias que ela possui — e merece ser tratado como o ativo que é.

Sobre o LawAgent

O LawAgent é uma infraestrutura de inteligência jurídica corporativa desenvolvida para atuar como orquestrador agêntico ao lado de advogados em bancas brasileiras. Sua arquitetura integra auditoria em três camadas independentes para mitigação de risco de alucinação, DNA Estilométrico para preservação da identidade institucional de escrita, Knowledge Flywheel para capitalização de conhecimento anterior com isolamento de dados por cliente, e FinOps Control Tower para rastreabilidade de custos por fluxo. O LawAgent opera estrita-

mente em arquitetura Human-in-the-Loop, em conformidade com a Recomendação nº 001/2024 do Conselho Federal da OAB, a Resolução nº 615/2025 do Conselho Nacional de Justiça e a Lei Geral de Proteção de Dados.

Este documento tem caráter informativo e educacional e não constitui aconselhamento jurídico.

Contato institucional e solicitação de diálogo: insights@lawagent.com.br

Notas

1. Polanyi, M., *The Tacit Dimension*, Doubleday, 1966. A formulação original — “we can know more than we can tell” — é a base conceitual da distinção entre conhecimento tácito e explícito retomada adiante neste paper. ↩
2. Mendenhall, T. C., “The Characteristic Curves of Composition”, *Science*, vol. ns-9, n. 214S, 1887, pp. 237–249. A sugestão precursora atribuída a Augustus De Morgan data de correspondência de 1851 sobre a possibilidade de decidir autoria por medidas quantitativas de estilo. ↩
3. Mosteller, F. e Wallace, D. L., *Inference and Disputed Authorship: The Federalist*, Addison-Wesley, 1964 (precedido por artigo no *Journal of the American Statistical Association*, 1963). Análise bayesiana da frequência de palavras funcionais que atribuiu a James Madison os doze *Federalist Papers* de autoria disputada. ↩
4. Van Halteren, H., Baayen, H., Tweedie, F., Haverkort, M. e Neijt, A., “New Machine Learning Methods Demonstrate the Existence of a Human Stylome”, *Journal of Quantitative Linguistics*, vol. 12, n. 1, 2005, pp. 65–77. Os autores cunham o termo *stylome* para a assinatura estilística mensurável de um indivíduo. ↩
5. Sobre o papel da linguística forense na identificação de Theodore Kaczynski, ver cobertura e análise do trabalho do agente do FBI James R. Fitzgerald, incluindo “How the Unabomber’s unique linguistic fingerprints led to his capture”, *The Conversation*, 2023, e “FBI Profiler Says Linguistic Work Was Pivotal In Capture Of Unabomber”, NPR, agosto de 2017. ↩
6. Padmakumar, V. e He, H., “Does Writing with Language Models Reduce Content Diversity?”, *International Conference on Learning Representations* (ICLR 2024); preprint arXiv:2309.05196. O estudo controlado constatou redução estatisticamente significativa de diversidade e aumento de similaridade entre textos de autores diferentes ao escrever com modelo ajustado por preferência humana. ↩
7. Nonaka, I. e Takeuchi, H., *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*, Oxford University Press, 1995. O modelo SECI descreve quatro modos de conversão do conhecimento — Socialização, Externalização, Combinação e Internalização —, inspirado na distinção tácito/explicito de Michael Polanyi. ↩
8. Ordem dos Advogados do Brasil, Provimento nº 205/2021, que dispõe sobre a publicidade e a informação da advocacia, estabelecendo que a comunicação profissional deve ter caráter informativo, primar pela discrição e sobriedade e não configurar captação de clientela ou mercantilização da profissão. Ver também a Recomendação CFOAB nº 001/2024 sobre uso de inteligência artificial generativa pela advocacia, e a Resolução CNJ nº 615/2025. ↩