

**V CONGRESSO INTERNACIONAL DE
DIREITO E INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL (V CIDIA)**

REGULAÇÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL II

R344

Regulação da inteligência artificial II [Recurso eletrônico on-line] organização V Congresso Internacional de Direito e Inteligência Artificial (V CIDIA): Skema Business School – Belo Horizonte;

Coordenadores: João Alexandre Silva Alves Guimarães, Ana Júlia Guimarães e Erick Hitoshi Guimarães Makiya – Belo Horizonte: Skema Business School, 2024.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-931-5

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Mercados globais e empreendedorismo a partir do desenvolvimento algorítmico.

1. Compliance. 2. Ética. 3. Legislação. I. V Congresso Internacional de Direito e Inteligência Artificial (1:2024 : Belo Horizonte, MG).

CDU: 34

skema
BUSINESS SCHOOL

LAW SCHOOL
FOR BUSINESS

V CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (V CIDIA)

REGULAÇÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL II

Apresentação

A SKEMA Business School é uma organização francesa sem fins lucrativos, com presença em seis países diferentes ao redor do mundo (França, EUA, China, Brasil e África do Sul e Canadá) e detentora de três prestigiadas creditações internacionais (AMBA, EQUIS e AACSB), refletindo seu compromisso com a pesquisa de alta qualidade na economia do conhecimento. A SKEMA reconhece que, em um mundo cada vez mais digital, é essencial adotar uma abordagem transdisciplinar.

Cumprindo esse propósito, o V Congresso Internacional de Direito e Inteligência Artificial (V CIDIA), realizado nos dias 6 e 7 de junho de 2024, em formato híbrido, manteve-se como o principal evento acadêmico sediado no Brasil com o propósito de fomentar ricas discussões sobre as diversas interseções entre o direito e a inteligência artificial. O evento, que teve como tema central "Mercados Globais e Empreendedorismo a partir do Desenvolvimento Algorítmico", contou com a presença de renomados especialistas nacionais e internacionais, que abordaram temas de relevância crescente no cenário jurídico contemporâneo.

Profissionais e estudantes dos cursos de Direito, Administração, Economia, Ciência de Dados, Ciência da Computação, entre outros, tiveram a oportunidade de se conectar e compartilhar conhecimentos, promovendo um ambiente de rica troca intelectual. O V CIDIA contou com a participação de acadêmicos e profissionais provenientes de diversas regiões do Brasil e do exterior. Entre os estados brasileiros representados, estavam: Pará (PA), Amazonas (AM), Minas Gerais (MG), Ceará (CE), Rio Grande do Sul (RS), Paraíba (PB), Paraná (PR), Rio de Janeiro (RJ), Alagoas (AL), Maranhão (MA), Santa Catarina (SC), Pernambuco (PE), e o Distrito Federal (DF). Além disso, o evento contou com a adesão de participantes internacionais, incluindo representantes de Portugal, França, Itália e Canadá, destacando a amplitude e o alcance global do congresso. Este encontro plural reforçou a importância da colaboração inter-regional e internacional na discussão dos temas relacionados ao desenvolvimento algorítmico e suas implicações nos mercados globais e no empreendedorismo.

Foram discutidos assuntos variados, desde a regulamentação da inteligência artificial até as novas perspectivas de negócios e inovação, destacando como os algoritmos estão remodelando setores tradicionais e impulsionando a criação de empresas inovadoras. Com

uma programação abrangente, o congresso proporcionou um espaço vital para discutir os desafios e oportunidades que emergem com o desenvolvimento algorítmico, reforçando a importância de uma abordagem jurídica e ética robusta nesse contexto em constante evolução.

A jornada teve início no dia 6 de junho com a conferência de abertura ministrada pela Professora Dr^a. Margherita Pagani, do SKEMA Centre for Artificial Intelligence, campus de Paris, França. Com o tema "Impacts of AI on Business Transformation", Pagani destacou os efeitos transformadores da inteligência artificial nos negócios, ressaltando seu impacto no comportamento do consumidor e nas estratégias de marketing em mídias sociais. O debate foi enriquecido pela participação do Professor Dr. José Luiz de Moura Faleiros Jr., da SKEMA Law School, campus de Belo Horizonte, Brasil, que trouxe reflexões críticas sobre o tema.

Após um breve intervalo, o evento retomou com o primeiro painel, intitulado "Panorama global da Inteligência Artificial". O Professor Dr. Manuel David Masseno, do Instituto Politécnico de Beja, Portugal, apresentou uma análise detalhada sobre as "práticas de IA proibidas" no novo Regulamento de Inteligência Artificial da União Europeia, explorando os limites da dignidade humana frente às novas tecnologias. Em seguida, o Professor Dr. Steve Ataky, da SKEMA Business School, campus de Montreal, Canadá, discutiu as capacidades, aplicações e potenciais futuros da IA com geração aumentada por recuperação, destacando as inovações no campo da visão computacional.

No período da tarde foram realizados grupos de trabalho que contaram com a apresentação de mais de 40 trabalhos acadêmicos relacionados à temática do evento. Com isso, o primeiro dia foi encerrado, após intensas discussões e troca de ideias que estabeleceram um panorama abrangente das tendências e desafios da inteligência artificial em nível global.

O segundo dia de atividades começou com o segundo painel temático, que abordou "Mercados globais e inteligência artificial". O Professor Dr. Edgar Gastón Jacobs Flores Filho, da SKEMA Law School, campus de Belo Horizonte, Brasil, apresentou um panorama da regulação da IA no Brasil, enquanto o Professor Dr. Fischer Stefan Meira, da SKEMA Business School, campus de Belo Horizonte, Brasil, explorou as perspectivas e desafios do desenvolvimento algorítmico.

Após breve intervalo, o terceiro painel teve início às 10:00h, focando em "Contratos, concorrência e inteligência artificial". O Professor Dr. Frédéric Marty, da Université Côte d'Azur, França, discutiu a "colusão por algoritmos", um fenômeno emergente nas políticas de concorrência, enquanto o Professor Dr. Bernardo de Azevedo e Souza, da Universidade do

Vale do Rio dos Sinos, Brasil, trouxe novas perspectivas para o empreendedorismo jurídico. A Professora Ms. Lorena Muniz e Castro Lage, SKEMA Law School, campus de Belo Horizonte, Brasil, completou o painel abordando as interseções entre startups e inteligência artificial, destacando os desafios e oportunidades para empresas inovadoras.

Durante a tarde, uma nova rodada de apresentações nos grupos de trabalho se seguiu, com 35 trabalhos acadêmicos relacionados à temática do evento sendo abordados para ilustrar a pujança do debate em torno do assunto. O segundo dia foi encerrado consolidando a importância do debate sobre a regulação e a aplicação da inteligência artificial em diferentes setores.

Como dito, o evento contou com apresentações de resumos expandidos em diversos Grupos de Trabalho (GTs), realizados on-line nas tardes dos dias 6 e 7 de junho. Os GTs tiveram os seguintes eixos de discussão, sob coordenação de renomados especialistas nos respectivos campos de pesquisa:

- a) Startups e Empreendedorismo de Base Tecnológica – Coordenado por Laurence Duarte Araújo Pereira, Maria Cláudia Viana Hissa Dias do Vale Gangana e Luiz Felipe Vieira de Siqueira.
- b) Jurimetria Cibernética Jurídica e Ciência de Dados – Coordenado por Arthur Salles de Paula Moreira, Isabela Campos Vidigal Martins e Gabriel Ribeiro de Lima.
- c) Decisões Automatizadas e Gestão Empresarial – Coordenado por Yago Aparecido Oliveira Santos, Pedro Gabriel Romanini Turra e Allan Fuezi de Moura Barbosa.
- d) Algoritmos, Modelos de Linguagem e Propriedade Intelectual – Coordenado por Vinicius de Negreiros Calado, Guilherme Mucelin e Agatha Gonçalves Santana.
- e) Regulação da Inteligência Artificial – I – Coordenado por Tainá Aguiar Junquillo, Paula Guedes Fernandes da Silva e Fernanda Ribeiro.
- f) Regulação da Inteligência Artificial – II – Coordenado por João Alexandre Silva Alves Guimarães, Ana Júlia Guimarães e Erick Hitoshi Guimarães Makiya.
- g) Regulação da Inteligência Artificial – III – Coordenado por Gabriel Oliveira de Aguiar Borges, Matheus Antes Schwede e Luiz Felipe de Freitas Cordeiro.

h) Inteligência Artificial, Mercados Globais e Contratos – Coordenado por Fernanda Sathler Rocha Franco, Gabriel Fraga Hamester e Victor Willcox.

i) Privacidade, Proteção de Dados Pessoais e Negócios Inovadores – Coordenado por Guilherme Spillari Costa, Dineia Anziliero Dal Pizzol e Evaldo Osorio Hackmann.

j) Empresa, Tecnologia e Sustentabilidade – Coordenado por Marcia Andrea Bühring, Jessica Mello Tahim e Angélica Cerdotes.

Cada GT proporcionou um espaço de diálogo e troca de experiências entre pesquisadores e profissionais, contribuindo para o avanço das discussões sobre a aplicação da inteligência artificial no direito e em outros campos relacionados.

Um sucesso desse porte não seria possível sem o apoio institucional do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito - CONPEDI, que desde a primeira edição do evento provê uma parceria sólida e indispensável ao seu sucesso. A colaboração contínua do CONPEDI tem sido fundamental para a organização e realização deste congresso, assegurando a qualidade e a relevância dos debates promovidos. Além disso, um elogio especial deve ser feito ao trabalho do Professor Dr. Caio Augusto Souza Lara, que participou da coordenação científica das edições precedentes. Seu legado e dedicação destacam a importância do congresso e contribuem para consolidar sua reputação como um evento de referência na intersecção entre direito e inteligência artificial.

Por fim, o V Congresso Internacional de Direito e Inteligência Artificial foi, sem dúvida, um marco importante para a comunidade acadêmica e profissional, fomentando debates essenciais sobre a evolução tecnológica e suas implicações jurídicas.

Expressamos nossos agradecimentos às pesquisadoras e aos pesquisadores por sua inestimável contribuição e desejamos a todos uma leitura excelente e proveitosa!

Belo Horizonte-MG, 10 de julho de 2024.

Prof^a. Dr^a. Geneviève Daniele Lucienne Dutrait Poulingue

Reitora – SKEMA Business School - Campus Belo Horizonte

Prof. Ms. Dorival Guimarães Pereira Júnior

Coordenador do Curso de Direito – SKEMA Law School

Prof. Dr. Edgar Gastón Jacobs Flores Filho

Coordenador da Pós-Graduação da SKEMA Law School

Prof. Dr. José Luiz de Moura Faleiros Júnior

Coordenador de Pesquisa – SKEMA Law School

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: TRANSFORMANDO A RELAÇÃO DE CONSUMO

ARTIFICIAL INTELLIGENCE: TRANSFORMING THE CONSUMER RELATIONSHIP

Manoel Antonio Dos Santos Neto ¹
Maria Marconiete Fernandes Pereira ²
Carlos Diego Filgueira de Sousa ³

Resumo

O trabalho aborda o impacto das novas tecnologias, a inteligência artificial, nas relações de consumo. O marco teórico será a partir de Lipovetsky, das lições de Bauman e das considerações do capitalismo de vigilância de Zuboff, no que se refere ao consumo realizado através de plataformas digitais, em que o consumidor é alvo de publicidade direcionada a partir da captura de dados pessoais. O uso da inteligência artificial nas relações de consumo será referenciado de forma crítica, ponderando-se acerca da viabilidade de regulamentação estatal para proteger as relações de consumo. Aplica-se o método dedutivo, a partir da revisão bibliográfica.

Palavras-chave: Inteligência artificial, Capitalismo de vigilância, Consumidor

Abstract/Resumen/Résumé

The work discusses the impact of new technologies, specifically artificial intelligence, on consumer relations. The theoretical framework draws from Lipovetsky, Bauman's lessons, and Zuboff's considerations on surveillance capitalism, focusing on consumption through digital platforms, where consumers are targeted with advertising based on personal data capture. The use of AI in consumer relations will be critically examined, considering the feasibility of state regulation to protect consumer relations. The deductive method is applied, based on a literature review.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Artificial intelligence, Surveillance capitalism, Consumer

¹ Graduado em Direito (UFPE, 2008). Mestrando em Direito (UNIPE). Procurador do Ministério Público de Contas da PB. Ex Procurador do Estado de Pernambuco (2010-2015).

² Doutora em Direito Público pela Universidade Federal de Pernambuco (2014). Mestre em Ciências Jurídicas pela Universidade Federal da Paraíba (2009). Professora orientadora.

³ Graduado em Direito (UFPE, 2010). Mestrando em Direito (UNIPE)

1. INTRODUÇÃO

O filósofo francês Gilles Lipovetsky em sua obra *A felicidade paradoxal* identifica três fases presentes na sociedade de consumo. A primeira fase, de 1880 até a Segunda Guerra Mundial, caracterizada pela ampliação dos meios de transportes e estradas de ferro, bem como pela ampliação das ferramentas de comunicação, a exemplo do telefone e telégrafo. A segunda fase, que vai do pós-segunda guerra até 1980, restou marcada pelo consumo de massa, associado à ampliação da produção em escala, com redução dos custos de produção, ainda influenciada pela experiência do fordismo, numa fase marcada pelo incremento da renda geral da população. Nesse período, destaque para as grandes redes de supermercado, além da ampliação das estratégias de marketing, bem como a obsolescência dirigida de produtos, surgindo para os consumidores uma necessidade recorrente de atualização. A terceira fase de consumo, hoje vivenciada, possui características que permitem que o indivíduo consuma conforme gostos e emoções peculiares, selecionando produtos dos mais diversos fornecedores e regiões, sendo tal fase marcada pelo hiperconsumo (Lipovetsky, 2007, p. 26/41).

Na perspectiva proposta pelo sociólogo polonês Zygmunt Bauman, por sua vez, na fase do mercado atual existe um consumo baseado em valores considerados da modernidade, os quais são fluidos, mutáveis, amizades virtuais são feitas e desfeitas a partir de um clique de computador, como por exemplo, as redes sociais, que podem ser vistas como armadilhas. Esta perspectiva, em termos de sociedade de consumo, muitas vezes compulsivo (Bauman, 2021, p. 104), caracteriza-se pelo dinamismo, intermediado por novas ferramentas tecnológicas, que aproxima o consumidor do fornecedor em tempo real, independentemente da localização geográfica.

Já para a americana Shoshana Zuboff, um dos pontos frágeis da sociedade de consumo, no viés do capitalismo de vigilância, refere-se aos dados dos consumidores que são utilizados de forma mercadológica em termos monetário, moldando comportamentos, sobretudo a partir do uso de novas ferramentas tecnológicas, transformando, de forma abrupta, as relações de consumo (Zuboff, 2021).

2. HIPERCONSUMO E HIPERCONNECTIVIDADE

A evolução do consumo também está associada ao aumento do uso da *internet*. Nos anos noventa, no início da internet no Brasil, por exemplo, ainda não havia o consumo de massa de forma *online*. O uso incipiente da internet estava associado ao tráfego de informações.

Existia a publicidade, mas o elemento confiança para o consumo virtual ainda não tinha se disseminado como na atualidade.

O acesso às ferramentas tecnológicas foi aumentando progressivamente, bem como a sensação de segurança em relação ao tráfego de dados, com incremento das transações comerciais realizadas a partir de plataformas digitais. Não se pode negar as vantagens proporcionadas pelo ambiente virtual que, sem grandes intermediários, aproxima clientes e fornecedores de todos os lugares do mundo, com redução de custos de transação.

O consumidor que vivencia a terceira fase do “capitalismo de consumo” (Lipovetsky, 2007, p. 35) tem a hiperconectividade digital como aliada das aspirações consumeristas, o que, apesar de representar oportunidade de realização de boas transações, pode, em um ambiente não regulado, aumentar o risco de vulnerabilidade do consumidor que faz uso das plataformas digitais.

Já no contexto de uma modernidade líquida e mutável, as relações de consumo também se transformam de forma célere, sobretudo no ambiente virtual. Bauman (2021, p. 93-94) faz uma analogia entre o consumo e uma corrida, ponderando que a linha de chegada consegue se mover numa velocidade mais rápida do que a capacidade dos corredores, de modo que a permanência na corrida do consumo transforma-se em vício, não havendo nenhum prêmio satisfatório, na linha de chegada, capaz de rivalizar com o próprio desafio de permanecer na infundável corrida do consumo.

Além disso, os dados dos consumidores, transitando de forma desordenada nas plataformas, num ambiente com déficit regulatório, representam riscos que podem ser convertidos em marketing abusivo e estímulo ao consumo desordenado, numa fase marcada pelo capitalismo de vigilância.

3. CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA NA ERA DO CONSUMO VIRTUAL

O Capitalismo na era digital também se modificou, passando para a fase atual de Capitalismo de Vigilância (Zuboff 2021, p.23). Mediante a captura de dados de usuários da internet, o capitalismo de vigilância passa a exercer um poder instrumentário, capaz de moldar o comportamento humano, inclusive na seara do consumo. A referida autora entende que o google inventou e aperfeiçoou o capitalismo de vigilância, mas hoje não se constitui em seu único ator (2021, p. 21-25)

Imagine-se uma propaganda de tênis de corrida, recebida imediatamente após o envio de um treino longo para o aplicativo *strava*, com a seguinte frase: “você pode ir ainda mais

longe com a nova geração de tênis de corrida adaptada ao seu perfil!”. O consumidor, ainda movido pela sensação de bem estar que o treino proporciona, pode ser estimulado a consumir dentro daquele seguimento, sendo alvo do capitalismo de vigilância realizado a partir do monitoramento de dados e da rotina do usuário da ferramenta tecnológica. Décadas atrás, antes da era da internet, o término de uma corrida realizada num domingo, o denominado “longão”, dificilmente estaria associado a um possível estímulo de consumo pouco reflexivo, notadamente se considerarmos o fechamento do comércio local nos finais de semana, ficando o consumo mais limitados aos *shoppings centers*.

O capitalismo de vigilância se apresenta, de forma falaciosa, como se trouxesse uma proposta emancipadora para os consumidores, mas, ao revés, ocorre a utilização, muitas vezes indevida e abusiva, das experiências pessoais numa perspectiva eminentemente mercadológica. Existe uma assimetria da informação sem precedentes, em que os dados dos consumidores são utilizados para moldar comportamentos futuros, abalando a soberania das pessoas em relação às próprias escolhas. A coleta de dados pelas empresas com intuito de aprimorar seus próprios produtos, com entrega de melhores resultados ao consumidor, é prática capitalista distinta do capitalismo de vigilância Zuboff (2021, p.42). O capitalismo de vigilância estaria associado à tratativa manipulativa de dados, com foco no direcionamento preditivo do comportamento do consumidor.

4. O USO DE ALGORITMOS PARA INFLUENCIAR O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Os usuários das plataformas digitais de comércio eletrônico, ainda que acreditem que estão tendo uma experiência individualizada e emancipatória de consumo, podem estar sendo vítimas de um determinismo algorítmico, com publicidade agressiva forjada a partir de uma tratativa de dados pessoais do usuário, como histórico de navegação e últimas compras realizadas.

O Brasil possui uma legislação protetiva, a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados), lei 13709/2018, cujo artigo 6º traça princípios que tutelam o tratamento de dados pessoais, estando positivado, dentre outros, o princípio da não discriminação, que veda o tratamento de dados para fins discriminatórios, abusivos ou ilícitos. Proteção similar aos dados pessoais é conferida pelo marco civil da internet, lei 12965/2014, especificamente no rol constante em seu artigo 7º.

Não obstante o avanço legislativo, além de não existir controle eficaz por órgãos regulatórios, as plataformas digitais com frequência disparam “*pop ups*” com termos de uso que

mais parecem contratos de adesão, em que o usuário consente com a transmissão de dados pessoais para determinado grupo empresarial, quando da realização de algum cadastro, bem como para receber atualizações da plataforma. Existe uma demanda regulatória para novas tecnologias, destacando-se que, no pioneiro regulamento da União Europeia, a proteção ao consumidor se mostra como um dos valores tutelados, vedando-se, por exemplo, os chamados vieses discriminatórios, sobre os quais será feita uma breve explanação.

5. DISCRIMINAÇÃO ALGORÍTMICA. DA VEDAÇÃO AO *GEO PRICING* E AO *GEO BLOCKING*. O CASO DA DECOLAR

A partir da captação de dados do usuário de novas tecnologias, as empresas conseguem identificar, além das preferências de consumo, fatores como localização geográfica do usuário, perfil de renda, gênero, além de outras informações, como perfil ideológico e inclinações políticas. As plataformas digitais conseguem identificar a localização do consumidor a partir do endereço do IP do usuário. O algoritmo utilizado pode, por exemplo, de forma indevida, alterar o preço e até mesmo a disponibilidade de um produto conforme a localização.

O Brasil tem um caso concreto emblemático sobre o tema, em que a plataforma de turismo Decolar restou multada, em 2018, pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), do Ministério da Justiça, porque aplicava preços diferentes para um mesmo quarto de hotel, de acordo com a localização do usuário que fazia a pesquisa de mercado, prática identificada como “*geo pricing*”, alterando também o número de quartos disponíveis, sendo também um exemplo de “*geo blocking*” (Brasil, 2018).

O mesmo raciocínio deve ser aplicado em relação a qualquer prática algorítmica discriminatória, já tendo a experiência demonstrado que a completa ausência de regulação estatal em relação a novas tecnologias pode acarretar as chamadas falhas de mercado, com possibilidade de abuso de poder econômico em detrimento do consumidor vulnerável, sendo a discriminação algorítmica um exemplo de dano causado pela falta de uma regulação estatal eficaz. Frise-se que a não discriminação constitui um princípio ético norteador para o desenvolvimento dos sistemas de inteligência artificial de confiança (European Commission, 2019), ao lado da diversidade e da equidade¹.

A existência de regulação protetiva dos valores fundamentais, em relação a novas tecnologias, visa a evitar a ocorrência das chamadas falhas de mercado, possíveis de ocorrer

¹ A União Europeia constituiu uma comissão de peritos de alto nível para elaborar orientação éticas para uma IA de Confiança, oportunidade em que foram estabelecidos sete princípios basilares, quais sejam: 1) ação e supervisão humanas; 2) solidez técnica e segurança; 3) privacidade e governação dos dados; 4) transparência; 5) diversidade, não discriminação e equidade; 6) bem-estar ambiental e societal; 7) responsabilização.

num ambiente autorregulado. O tema também mereceu estudo de Freitas e Freitas (2020, p. 52-55), os quais abordam a centralidade da pessoa humana em relação à IA (inteligência artificial), destacando ainda que uma completa ausência de regulação acentuaria as falhas de mercado.

Zuboff igualmente reconhece que o avanço do já mencionado capitalismo de vigilância é incrementado pela ausência de regulação estatal, ao afirmar que “a falta de legislação tem sido um fator crítico do sucesso do capitalismo de vigilância em sua breve história” (2021, p. 166).

6. O REGULAMENTO EUROPEU E A RESTRIÇÃO AO USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL CONFORME O GRAU DE RISCO

Em se tratando de novas tecnologias, constata-se que o legislador europeu observou o princípio da precaução, muito utilizado na seara ambiental, segundo o qual, na ausência de certeza científica, deve ser tomada a medida mais favorável ao meio ambiente, em favor da própria humanidade, considerando o compromisso que se tem com as presentes e futuras gerações, conforme princípio da solidariedade intergeracional.

A primeira versão do regulamento europeu acerca da inteligência artificial (AI act) restou aprovada em 13 de março de 2024, elencando como fundamento, dentre outros, a proteção aos direitos fundamentais, democracia, meio ambiente, bem como o próprio direito à inovação, havendo expressa referência à defesa dos consumidores (The Act Texts, 2024). O regulamento aprovado reconhece os avanços que a IA pode proporcionar, mas, ao mesmo tempo, vislumbra riscos associados, que devem ser afastados, inclusive o uso de nova tecnologia de forma manipuladora ou abusiva.

Ao fazer a classificação de risco, o parlamento europeu classificou o uso da IA para manipulação cognitivo-comportamental, para pessoas ou grupo vulneráveis, como sendo risco de nível inaceitável, portanto proibido. Veda-se ainda, salvo casos excepcionais relacionados à segurança pública, o uso de sistemas de IA para identificação biométrica em tempo real e à distância. Recebe também classificação de risco inaceitável a utilização de IA para pontuação social, de modo a vedar a valoração de pessoas com base em critérios socioeconômicos ou características pessoais (Parlamento Europeu, 2024).

As atividades de IA classificadas como sendo de risco inaceitável não devem sequer ingressar no mercado, sendo uma cautela razoável, harmônica com o princípio da precaução, sobretudo se considerarmos os possíveis prejuízos que podem surgir do uso da IA como ferramenta de manipulação comportamental, com possíveis reflexos não só na relação de

consumo, objeto principal do presente trabalho, mas também nos demais valores fundamentais tutelados pelo regulamento europeu.

Há ainda classificação de sistema de IA em risco elevado, que podem ser colocados no mercado, mas que dependem de avaliação da autoridade reguladora antes de sua implementação, sendo facultado ao cidadão o oferecimento de queixas contra sistemas de IA que violem a classificação de risco adequada, num modelo que faz uso do controle social como parceiro da autoridade reguladora.

A recente legislação regulamentadora europeia da IA traz elementos do experimentalismo regulatório (Guerra, p. 155), a exemplo da possibilidade de que pequenas e médias empresas apliquem seus sistemas de IA num ambiente de “testagem” antes de sua colocação no mercado, conforme consta no item 139 (The Act Texts, 2024) da versão portuguesa do regulamento europeu.

No Brasil está em tramitação o projeto de lei 2338/23, cujo artigo segundo expressamente proíbe o uso discriminatório da inteligência artificial, sendo mais um dispositivo que concretiza a legislação protetiva do consumidor, em harmonia com o art. 5º, XXXII da Constituição, que faz de tal proteção um direito fundamental. Assim como o recente regulamento europeu, o projeto de lei brasileiro também trabalha com classificação de risco em relação aos sistemas de inteligência artificial.

7. CONCLUSÃO

A inteligência artificial, ao tempo em que cria oportunidades de incremento das relações comerciais, ampliando o fluxo de informações entre fornecedores e consumidores, modificando as relações de consumo, pode, na ausência de regulação eficaz, ampliar os riscos derivados da assimetria informacional e servir para incremento de práticas abusivas e manipuladoras, em detrimento do consumidor vulnerável, numa era marcada pelo capitalismo de vigilância.

8. REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. 1ª ed. 8ª reimpressão. Rio de Janeiro: Zahar, 2021.

BRASIL, 2018. **Ministério da Justiça e Segurança Pública**. Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/noticias/collective-nitf-content-51>. Acesso em: 26 abr. 2024.

BRASIL. **LEI 13709, de 14 de agosto de 2018.** Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Brasília: Presidência da República [2018]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm . Acesso em: 26 abr. 2024.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília: Presidência da República, [2023]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm . Acesso em: 27 abr. 2024.

BRASIL. **LEI 12965, de 23 de abril de 2014.** Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Brasília: Presidência da República [2014]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm . Acesso em: 27 abr. 2024.

FREITAS, Juarez; FREITAS, Thomas Bellini. **Direito e Inteligência Artificial:** em defesa do humano. 1ª ed. Belo Horizonte: Fórum, 2020.

GILLES, Lipovetsky. **A Felicidade Paradoxal.** Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

GUERRA, Sérgio. **Implantação de estruturas regulatórias: programas e reformas que levaram à mitigação do modelo brasileiro de organização administrativa hierarquizada.** In: GUERRA, Sérgio . *Agências Reguladoras: da Organização Administrativa Piramidal À Governança em Rede.* Belo Horizonte: Fórum, 2023.

MACHADO. Paulo Afonso Leme. **Direito Ambiental Brasileiro.** 17ª ed. São Paulo: Malheiros, 2009.

Parlamento Europeu, 2024. Disponível em: <https://www.europarl.europa.eu/topics/pt/article/20230601STO93804/lei-da-ue-sobre-ia-primeira-regulamentacao-de-inteligencia-artificial>. Acesso em: 27 abr. 2024.

The Act Teks, 2024. Disponível em <https://artificialintelligenceact.eu/the-act/> . Acesso em: 27 abr. 2024.

VERBICARO, Dennis. **Algoritmos de consumo:** discriminação, determinismo e solução online de conflitos na era da inteligência artificial. São Raulo: Revista dos Tribunais, 2023.

ZUBOFF, Shoshana. **A Era do Capitalismo de Vigilância.** A Luta por um Futuro Humano na nova Fronteira do Poder. 1ª ed. Rio de Janeiro: Intrínseca. 2021. Edição Digital.