

**II CONGRESSO INTERNACIONAL DE  
DIREITO E INTELIGÊNCIA  
ARTIFICIAL**

**OS DIREITOS HUMANOS NA ERA TECNOLÓGICA II**

O81

Os Direitos Humanos na Era Tecnológica - II [Recurso eletrônico on-line] organização Congresso Internacional de Direito e Inteligência Artificial: Skema Business School – Belo Horizonte;

Coordenadores: Ana Virgínia Gabrich Fonseca Freire Ramos; Humberto Gomes Macedo; Lucas Augusto Tomé Kanna Vieira. – Belo Horizonte:Skema Business School, 2021.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-268-2

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br)

Tema: Um olhar do Direito sobre a Tecnologia

1. Direito. 2. Inteligência Artificial. 3. Tecnologia. II. Congresso Internacional de Direito e Inteligência Artificial (1:2021 : Belo Horizonte, MG).

CDU: 34



# II CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

## OS DIREITOS HUMANOS NA ERA TECNOLÓGICA II

---

### **Apresentação**

Renovando o compromisso assumido com os pesquisadores de Direito e tecnologia do Brasil, é com grande satisfação que a SKEMA Business School e o CONPEDI – Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito apresentam à comunidade científica os 12 livros produzidos a partir dos Grupos de Trabalho do II Congresso Internacional de Direito e Inteligência Artificial (II CIDIA). As discussões ocorreram em ambiente virtual ao longo dos dias 27 e 28 de maio de 2021, dentro da programação que contou com grandes nomes nacionais e internacionais da área em cinco painéis temáticos e o SKEMA Dialogue, além de 354 inscritos no total. Continuamos a promover aquele que é, pelo segundo ano, o maior evento científico de Direito e Tecnologia do Brasil.

Trata-se de coletânea composta pelos 255 trabalhos aprovados e que atingiram nota mínima de aprovação, sendo que também foram submetidos ao processo denominado double blind peer review (dupla avaliação cega por pares) dentro da plataforma PublicaDireito, que é mantida pelo CONPEDI. Os oito Grupos de Trabalho originais, diante da grande demanda, se transformaram em doze e contaram com a participação de pesquisadores de vinte e um Estados da federação brasileira e do Distrito Federal. São cerca de 1.700 páginas de produção científica relacionadas ao que há de mais novo e relevante em termos de discussão acadêmica sobre a relação da inteligência artificial e da tecnologia com os temas acesso à justiça, Direitos Humanos, proteção de dados, relações de trabalho, Administração Pública, meio ambiente, formas de solução de conflitos, Direito Penal e responsabilidade civil.

Os referidos Grupos de Trabalho contaram, ainda, com a contribuição de 36 proeminentes professoras e professores ligados a renomadas instituições de ensino superior do país, os quais indicaram os caminhos para o aperfeiçoamento dos trabalhos dos autores. Cada livro desta coletânea foi organizado, preparado e assinado pelos professores que coordenaram cada grupo. Sem dúvida, houve uma troca intensa de saberes e a produção de conhecimento de alto nível foi, mais uma vez, o grande legado do evento.

Neste norte, a coletânea que ora torna-se pública é de inegável valor científico. Pretende-se, com esta publicação, contribuir com a ciência jurídica e fomentar o aprofundamento da relação entre a graduação e a pós-graduação, seguindo as diretrizes oficiais. Fomentou-se, ainda, a formação de novos pesquisadores na seara interdisciplinar entre o Direito e os vários

campos da tecnologia, notadamente o da ciência da informação, haja vista o expressivo número de graduandos que participaram efetivamente, com o devido protagonismo, das atividades.

A SKEMA Business School é entidade francesa sem fins lucrativos, com estrutura multicampi em cinco países de continentes diferentes (França, EUA, China, Brasil e África do Sul) e com três importantes creditações internacionais (AMBA, EQUIS e AACSB), que demonstram sua vocação para pesquisa de excelência no universo da economia do conhecimento. A SKEMA acredita, mais do que nunca, que um mundo digital necessita de uma abordagem transdisciplinar.

Agradecemos a participação de todos neste grandioso evento e convidamos a comunidade científica a conhecer nossos projetos no campo do Direito e da tecnologia. Já está em funcionamento o projeto Nanodegrees, um conjunto de cursos práticos e avançados, de curta duração, acessíveis aos estudantes tanto de graduação, quanto de pós-graduação. Em breve, será lançada a pioneira pós-graduação lato sensu de Direito e Inteligência Artificial, com destacados professores da área. A SKEMA estrutura, ainda, um grupo de pesquisa em Direito e Inteligência Artificial e planeja o lançamento de um periódico científico sobre o tema.

Agradecemos ainda a todas as pesquisadoras e pesquisadores pela inestimável contribuição e desejamos a todos uma ótima e proveitosa leitura!

Belo Horizonte-MG, 09 de junho de 2021.

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Geneviève Daniele Lucienne Dutrait Poulingue

Reitora – SKEMA Business School - Campus Belo Horizonte

Prof. Dr. Edgar Gastón Jacobs Flores Filho

Coordenador dos Projetos de Direito da SKEMA Business School

**DISCRIMINAÇÃO ILÍCITA NA PRECIFICAÇÃO CONFORME A  
GEOLOCALIZAÇÃO (GEOPRICING) DO CONSUMIDOR**  
**ILLEGAL DISCRIMINATION IN PRICING ACCORDING TO THE  
GEOLOCATION OF THE CONSUMER (GEOPRICING)**

**Fabício Germano Alves <sup>1</sup>**  
**Vinícius Wdson do Vale Rocha**

**Resumo**

Com a popularização de novas tecnologias, as relações de consumo que se desenvolvem no ambiente eletrônico crescerem de maneira bastante acentuada. Nesse contexto, surgiram também novas possibilidades para os fornecedores que atuam no comércio eletrônico. Dentre elas, encontra-se a utilização de algoritmos e inteligência artificial para definir o preço de produtos e serviços de acordo com a localização geográfica dos consumidores (geopricing). Esse tipo de prática discriminatória é considerado ilegal e abusivo em virtude de contrariar não somente a Constituição Federal, mas também o Código de Defesa do Consumidor.

**Palavras-chave:** Consumidor, Comércio eletrônico, Geopricing

**Abstract/Resumen/Résumé**

With the popularization of new technologies, new possibilities for suppliers in e-commerce have also emerged. This research aims to analyze the use of algorithms and artificial intelligence to set the price of products and services according to the geographic location of consumers (geopricing). Based on qualitative research and with a hypothetical-deductive approach it was found that this type of discriminatory practice is considered illegal and abusive because it goes against not only the Federal Constitution, but also the Consumer Protection Code.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Consumer, E-commerce, Geopricing

---

<sup>1</sup> Doutor pela Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU). Professor da Graduação e Pós-Graduação da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

## 1 INTRODUÇÃO

O Direito, visto como campo do conhecimento, não se cinge ao estudo de normas jurídicas. Tal constatação parte da premissa de que a Ciência Jurídica exige a observância dos fenômenos sociais que tornam necessários o surgimento das normas. Não se resume, portanto, a um estudo unicamente normativo, mas também fenomenológico.

A crescente utilização da internet como meio de relacionamento social e de consumo demonstra a necessidade de adequação do ordenamento jurídico à realidade fática representada pela evolução tecnológica do ambiente virtual.

Porém, nem sempre a evolução técnica exige mudanças no ordenamento jurídico, na medida em que a existência de normas de textura aberta possibilita a abrangência de situações antes não previstas pelo legislador. Isso pode ser observado nas normas constitucionais e no microsistema protetivo do consumidor (instituído pela Lei nº 8.078/1990), dotados de um significativo conteúdo principiológico.

A evolução do ambiente virtual como meio de ocorrência de relações de consumo relaciona-se com o aprimoramento técnico do uso de algoritmos e da inteligência artificial, mecanismos que automatizam atividades atinentes à oferta de produtos e serviços no comércio eletrônico, tomando decisões sem a necessidade de interferência humana contínua.

A possibilidade de realizar ofertas e vendas no ambiente virtual de forma automatizada viabiliza maior escalabilidade aos negócios, tornando o processo de tomada de decisões e de precificação de produtos mais célere aos fornecedores.

Nesse âmbito, porém, é essencial a análise sobre os possíveis efeitos do uso de algoritmos e da inteligência artificial na precificação de produtos e serviços *online*, na medida em que determinadas práticas, como o *geopricing*, consistente na precificação conforme a localização do consumidor, podem representar discriminação ilícita.

Assim, faz-se necessária a observância das disposições constitucionais e do microsistema protetivo do consumidor que incidem sobre a prática de precificação por meio de algoritmos e inteligência artificial, no contexto do comércio eletrônico, para definição dos limites de tal atividade perante o ordenamento jurídico.

A referida análise tem relevância sobre a tutela das relações de consumo, na medida em que a precificação automatizada, baseada em critérios pré-definidos, pode representar atividade discriminatória e desconforme às normas jurídicas pertinentes, o que gera a necessidade de controle por parte do Estado sobre tais ações, com o fito de proteger os consumidores.

## **2 OBJETIVOS**

Identificar os limites da prática de precificação de produtos e serviços, a partir de critérios de geolocalização, por meio de mecanismos algorítmicos e de inteligência artificial no comércio eletrônico, diante das disposições constitucionais e do microsistema protetivo do consumidor atinentes à matéria.

## **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Com a finalidade de realizar a supramencionada identificação, lança-se mão de pesquisa qualitativa de natureza objetiva descritiva, na medida em que são listadas as características da problemática relativa aos limites da precificação de produtos e serviços por meio de algoritmos e inteligência artificial no comércio eletrônico, com fundamento na normatização constitucional e infraconstitucional. Utiliza-se técnicas de coleta padrão de pesquisas doutrinárias e leituras documentais, mediante pesquisa informativa por seleção e por meio de pesquisa interpretativa. Por fim, o estudo apresenta abordagem hipotético-dedutiva, na medida em que lança mão de uma cadeia descendente (do geral ao particular) de raciocínio, para a análise dos limites da prática de precificação por intermédio das tecnologias da inteligência artificial e dos algoritmos perante o ordenamento jurídico brasileiro.

## **4 DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA**

Antes de analisar os limites da precificação com base em critérios geográficos perante o ordenamento jurídico, é fundamental a delimitação conceitual sobre algoritmos e inteligência artificial, para compreensão do funcionamento da precificação automatizada realizada no contexto do comércio eletrônico.

Um algoritmo corresponde a uma sequência de passos, critérios ou procedimentos que transformam um conjunto de informações de entrada (*input*) em um determinado resultado ou informações de saída (*output*), para resolver problemas computacionais específicos (CORMEN; LEISERSON; RIVEST; STEIN, 2002). Assim, no contexto da precificação, o conjunto de dados de entrada pode se referir, exemplificativamente, a um endereço de um consumidor, que passará pelo crivo do algoritmo, produzindo uma saída ou resultado, que corresponderá ao preço do produto ou serviço a ser ofertado.

A inteligência artificial, por outro lado, trata-se do desenvolvimento de sistemas computacionais capazes de raciocinar semelhantemente aos humanos (RUSSEL; NORVIG,

1995), já que as máquinas, nesse contexto, ganham expertise a partir da experiência com o mundo externo (dados de entrada), que gera a otimização dos resultados obtidos pela máquina em suas ações ou decisões (dados de saída) (SHALEV-SCWARTZ; BEN-DAVID, 2014). No contexto da precificação de produtos e serviços, ao invés de o fornecedor cadastrar no algoritmo cada critério para definir endereços em que os produtos devem ter preços maiores, por exemplo, o sistema automatizado pode, a partir da experiência oriunda das precificações anteriores, chegar a resultados (preços) em endereços com critérios não previamente cadastrados, a partir de um raciocínio artificial indutivo, lastreado na experiência.

No comércio eletrônico, que corresponde ao espaço no qual as transações comerciais ocorrem sem contato físico ou simultâneo, mas eletronicamente (KLEE, 2014), o uso das mencionadas tecnologias pode gerar a prática discriminatória do *geopricing*, que corresponde à técnica de “discriminação do fluxo de dados baseada em algum dado de geolocalização do usuário da rede” (MORASSUTI, 2018). Portanto, trata-se da diferenciação dos preços feita pelo fornecedor de acordo com a coleta de dados de geolocalização do usuário da rede, ou seja, do consumidor (JÚNIOR; BASAN, 2020).

Tal prática não guarda conformidade com disposições da Constituição Federal, na medida em que a proteção dos direitos do consumidor, como sujeito vulnerável na relação de consumo (JÚNIOR; BASAN, 2020), tem assento constitucional nos artigos 5º, inciso XXII e 170, inciso V, de modo que a atividade privada não pode estar em descompasso com a defesa do consumidor e com o *princípio da dignidade da pessoa humana*, disciplinado pelo artigo 1º, III do Texto Constitucional (JÚNIOR; BASAN, 2020).

Ainda que o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) não possua regras específicas atinentes ao *geopricing*, ele apresenta disposições normativas abrangentes que permitem averiguar a ilicitude de tal prática (GUIMARÃES, 2019). No inciso II do artigo 6º do referido diploma impõe-se como direito básico do consumidor a *liberdade de escolha e igualdade nas contratações*, maculada pelas práticas discriminatórias baseadas em critérios arbitrados de fixação de preços, como no caso do *geopricing*, cuja prática pode ser potencializada por meio da automatização viabilizada pelos algoritmos e pela inteligência artificial.

O artigo 39, inciso X do Código de Defesa do Consumidor, por outro lado, classifica como prática abusiva a fixação arbitrária de preços mais elevados a determinados consumidores, de modo que a partir da leitura desse dispositivo, é possível concluir que somente é possível a fixação majorada de preço em caso de justificativa plausível e transparente ao consumidor, que possui direito à informação perante o fornecedor. No mesmo viés, o artigo 7º

da Lei nº 8.137/90 qualifica como *crime contra as relações de consumo* o favorecimento sem justa causa a freguês ou consumidor. O artigo 5º da Lei nº 10.962/2004 determina que caso haja divergência de preços entre sistemas do mesmo estabelecimento, o consumidor pagará o menor deles. Por fim, o inciso VII do artigo 9º do Decreto nº 5.903/2006 classifica como infração ao direito à informação do consumidor a atribuição simultânea de diferentes preços ao mesmo produto.

Portanto, como se vê nas disposições normativas constitucionais e infraconstitucionais do microsistema protetivo do consumidor, a precificação realizada mediante inteligência artificial e algoritmos no comércio eletrônico é limitada a partir da observância dos direitos básicos dos consumidores à informação, à dignidade e à igualdade nas contratações. Isso não quer dizer que seja completamente vedada a diferenciação de preços no *e-commerce*, mas ela somente será permitida com justificativas plausíveis e adequadas, informadas com clareza ao consumidor. Por isso, a prática do *geopricing*, por exemplo, pode ser visualizada como espécie de discriminação ilícita perante o ordenamento jurídico pátrio.

## 5 CONCLUSÕES

O avanço tecnológico representado pela internet, impulsionado pela integração de algoritmos e da inteligência artificial no comércio eletrônico, provoca efeitos positivos à economia nacional e às transações comerciais. Serve como meio de redução de custos e proporciona escalabilidade aos fornecedores, além de constituir meio prático para o consumo aos consumidores.

Nesse cenário, porém, a precificação de produtos e serviços com base em critérios discriminatórios, como aqueles unicamente relacionados à localização do consumidor, sem nenhuma outra justificativa plausível, configura-se como discriminação ilícita. Isso porque está em desconformidade com os princípios constitucionais e do microsistema de proteção do consumidor previstos no ordenamento jurídico brasileiro. Assim, deve ensejar, portanto, resposta das autoridades competentes quando verificada, dada sua ilicitude e potencial de prejuízo aos consumidores.

Portanto, a precificação de produtos e serviços por meio de inteligência artificial e dos algoritmos, baseada em critérios arbitrários, tais como a geolocalização, não tem lugar perante o ordenamento jurídico brasileiro. A precificação, para que seja considerada lícita, deve estar adstrita aos limites impostos pelos princípios do Código de Defesa do Consumidor e da

Constituição Federal, relativos à igualdade nas contratações, ao direito à informação, à isonomia e à dignidade da pessoa humana, por exemplo.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília, DF: Senado Federal, 05 out. 1988.

BRASIL. **Decreto nº 5.903, de 20 de setembro de 2006.** Regulamenta a Lei no 10.962, de 11 de outubro de 2004, e a Lei no 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2006/decreto/d5903.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/decreto/d5903.htm). Acesso em: 1 maio 2021.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Código de Defesa do Consumidor. 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm). Acesso em: 1 maio 2021.

BRASIL. **Lei nº 8.137, de 27 de dezembro de 1990.** Define crimes contra a ordem tributária, econômica e contra as relações de consumo, e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8137.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8137.htm). Acesso em: 1 maio 2021.

BRASIL. **Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004.** Dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2004/lei/110.962.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/110.962.htm). Acesso em: 1 maio 2021.

CORMEN, Thomas H.; LEISERSON, Charles E.; RIVEST, Ronald L.; STEIN, Clifford. **Algoritmos: Teoria e Prática.** 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

GUIMARÃES, Marcelo Cesar. Geoblocking e geopricing: uma análise à luz da teoria do interesse público de Mike Feintuck. **Revista de Direito, Estado e Telecomunicações.** Brasília, v. 11, n. 2, p. 87-106, out. 2019. DOI: <https://doi.org/10.26512/lstr.v11i2.27025>

JÚNIOR, José Luiz de Moura Faleiros; BASAN, Arthur Pinheiro. Desafios da predição algorítmica na tutela jurídica dos contratos eletrônicos de consumo. **Revista da Faculdade de**

**Direito da UFRGS.** Porto Alegre, n. 44, p. 131-153, dez. 2020. DOI: <https://doi.org/10.22456/0104-6594.95264>.

KLEE, Antônia Espíndola Longini. **Comércio eletrônico.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

MORASSUTTI, Bruno Schimitt. Responsabilidade Civil, Discriminação Ilícita e Algoritmos Computacionais: Breve estudo sobre as práticas de geoblocking e geoprícing. **Elsevier.** ago. 2018. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3401561](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3401561). Acesso em: 2 maio 2021.

RUSSEL, Stuart Jonathan; NORVIG, Peter. **Artificial intelligence: a modern approach.** Nova Jersey: Prentice Hall, 1995

SHALEV-SHWARTZ, Shai; BEN-DAVID, Shai. **Understanding machine learning: from theory to algorithms.** Nova Iorque: Cambridge Press, 2014.