

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA E OS IMPACTOS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Generative artificial intelligence and impacts on consumer relations
Revista de Direito do Consumidor | vol. 149/2023 | p. 279 - 300 | Set - Out / 2023
DTR\2023\9887

Gustavo Borges

Doutor em Direito pela UFRGS, com Pós-Doutorado em Direito pela Unisinos. Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Direito da Unesc. (PPGD/UNESC). Consultor em Direito e Novas Tecnologias. gustavoborges@hotmail.com

Ricardo de Souza Mello Filho

Mestrando em Direito no Programa de Pós-Graduação em Direito da Unesc. Advogado e Professor. ricardo.smellofilho@gmail.com

Área do Direito: Consumidor; Digital

Resumo: O presente artigo tem por objetivo geral detectar quais os impactos da inteligência artificial (IA) generativa nas relações de consumo. Com o avanço das tecnologias, a utilização da IA generativa tem se expandido em diversas áreas, despertando discussões sobre suas implicações éticas e jurídicas, notadamente na vida dos consumidores. Em uma sociedade focada no hiperconsumo, em que a lógica econômica busca vender mais, essa tecnologia pode automatizar tarefas e processar grandes volumes de dados, trazendo impactos ao consumo e, em alguns casos, violações de direitos humanos. No primeiro capítulo, contextualizou-se historicamente a IA, a partir das revoluções tecnológicas, no contexto da sociedade da informação. No segundo capítulo, estudou-se a IA generativa e os padrões internacionais de regulação: seus riscos, princípios e reflexos jurídicos. No terceiro capítulo, estudaram-se os impactos da IA generativa no consumo, em especial as restrições e limitações na autonomia do consumidor diante de práticas de perfilação e discriminação. Utilizou-se a pesquisa bibliográfica, tendo como método de abordagem o hipotético-dedutivo.

Palavras-chave: Inteligência artificial – Sociedade da informação – Consumidor – Regulação – Tecnologias

Abstract: The general objective of this article is to detect the impacts of generative artificial intelligence (AI) on consumer relations. With the advancement of technologies, the use of generative AI has expanded in several areas, raising discussions about its ethical and legal implications, notably in the lives of consumers. In a society focused on hyperconsumption, where the economic logic seeks to sell more, this technology can automate tasks and process large volumes of data, impacting consumption and, in some cases, human rights violations. In the first chapter, AI was historically contextualized, from the technological revolutions, in the context of the information society. In the second chapter, generative AI and international regulatory standards were studied: their risks, principles and legal consequences. In the third chapter, the impacts of generative AI on consumption were studied, in particular the restrictions and limitations on consumer autonomy in the face of profiling and discrimination practices. Bibliographical research was used, with the hypothetical-deductive method of approach.

Keywords: Artificial intelligence – Information society – Consumer – Regulation – Technologies

Para citar este artigo: Borges, Gustavo; Mello Filho, Ricardo de Souza. Inteligência artificial generativa e os impactos nas relações de consumo. *Revista de Direito do Consumidor*. vol. 149. ano 32. p. 279-300. São Paulo: Ed. RT, set./out. 2023. Disponível em: [inserir link consultado](#). Acesso em: DD.MM.AAAA.

Sumário:

1. Introdução - 2. A irrupção da Inteligência Artificial na Sociedade da informação - 3. Inteligência Artificial generativa e a sua regulação a partir dos *standards* internacionais - 4. Impactos da Inteligência Artificial generativa no consumo: o panorama e os desafios - 5. Conclusão - 6. Referências - 7. Legislação

1. Introdução

No filme de ficção científica “Transcendence: A Revolução (2014)”, o personagem principal, Dr. Will Caster (Johnny Depp), especialista em inteligência artificial (IA), cria uma tecnologia capaz de transferir sua mente humana para um supercomputador antes de morrer, tornando-se, então, uma máquina autoconsciente. Entretanto, nos dias atuais, percebe-se que um dos maiores dilemas éticos da IA não está no *upload* da mente humana para a máquina, como retrata o filme, mas sim no *download* de decisões robóticas para o cotidiano dos seres humanos.

Com o avanço tecnológico experimentado após a terceira revolução industrial (revolução digital), a utilização da IA generativa tem se expandido em diversas áreas, notadamente no consumo, despertando discussões sobre suas implicações éticas e jurídicas.

Os desafios e impactos sociais, ambientais e éticos gerados pela inovação não são simples, nem facilmente solucionáveis ou identificáveis¹. Em uma sociedade da informação focada no hiperconsumo, em que a lógica econômica está voltada para o consumo, essa tecnologia disruptiva pode automatizar tarefas e processar grandes volumes de dados, trazendo impactos às relações de consumo e, em alguns casos, violações éticas e de direitos humanos.

Convém ressaltar que, na pós-modernidade, os consumidores agem sem medo e sem conhecimento técnico ao negociar e comprar produtos pela internet, apesar da vulnerabilidade diante do meio virtual e da falta de experiência e conhecimento técnico, o que reflete um contexto novo de superficialidade, hedonismo consumista e insegurança pós-moderna².

Pretende-se responder, com o trabalho, a seguinte pergunta: quais os impactos que a IA generativa pode causar nas relações de consumo?

O objetivo geral deste trabalho é detectar quais os impactos da IA generativa nas relações de consumo. Os objetivos específicos são abordar a sociedade da informação e o surgimento da IA discutir o conceito de IA generativa e os principais padrões internacionais para regulação do tema, e analisar, ao final, os impactos da IA generativa no consumo, considerando os padrões internacionais de regulação.

Para este artigo, será utilizado o método de pesquisa bibliográfica com abordagem hipotético-dedutiva.

2. A irrupção da Inteligência Artificial na Sociedade da informação

Antes de abordarmos o cerne deste artigo científico – que consiste em analisar os impactos da IA generativa no consumo – é fundamental contextualizar historicamente o tema. Para isso, iniciaremos examinando a trajetória da nossa sociedade desde as primeiras revoluções industriais até o estágio mais contemporâneo, conhecido como “sociedade da informação”, em que a IA tem surgido como uma tecnologia chave.

A história da humanidade é caracterizada por “revoluções” que tiveram um impacto significativo na transformação das sociedades. Embora a palavra “revolução” denote uma mudança radical em relação ao paradigma anterior³, a história é composta por períodos de estabilidade pontuados por eventos importantes que ocorrem em intervalos raros e aceleram a transição para a próxima era estável⁴.

Nos últimos séculos, ocorreram três grandes revoluções industriais.

A primeira revolução industrial teve início no século XVIII, e foi caracterizada pela introdução de novas tecnologias, como a máquina a vapor, a fiadeira, além da substituição gradual das ferramentas manuais pelas máquinas⁵, formando-se o que conhecemos como sociedade industrial.

Já a segunda revolução industrial, cerca de cem anos após a primeira, foi marcada pelo desenvolvimento da eletricidade, do motor de combustão interna, de produtos químicos, pela produção eficiente do aço e pelo início das tecnologias de comunicação, com a difusão do telégrafo e a invenção do telefone⁶.

A terceira revolução industrial, por sua vez, teve início na década de 1960, sendo também conhecida

como revolução digital ou do computador. Ela foi impulsionada pelo desenvolvimento dos semicondutores, que permitiram a evolução da computação na década de 1960, a popularização dos computadores pessoais nas décadas de 1970 e 1980 e o advento da internet na década de 1990⁷.

As tecnologias da informação tiveram um impacto profundo na sociedade pós-moderna e na forma como as pessoas se relacionam entre si e com a sociedade em geral. Desde a década de 1970, com a crise estrutural do capitalismo, houve uma reestruturação produtiva que impulsionou o salto tecnológico e transformou as relações sociais de forma significativa.

A implementação de novas tecnologias de informação e a reestruturação do sistema capitalista resultaram em uma nova estrutura social, denominada por Manuel Castells⁸ como “sociedade em rede”. Essa sociedade é caracterizada pela globalização de atividades econômicas estratégicas, pela organização em redes e pela informação como fonte fundamental de influência.

A “sociedade da informação”, transformada pelas novas tecnologias surgidas após a terceira revolução industrial, representa uma forma específica de organização social na qual a geração, o processamento e a transmissão da informação se tornaram as principais fontes de produtividade e poder⁹.

Moldada predominantemente pelas tecnologias da informação, a sociedade informacional é estruturada por uma experiência de realidade hiperconectada, que tornou irrelevante a distinção entre estar *on-line* ou *off-line*. Nesse contexto, o filósofo italiano Luciano Floridi¹⁰ cunhou o termo “onlife”, a fim de descrever essa nova realidade em que estamos imersos.

Sob a perspectiva do consumo, a sociedade passou da economia de produção, ao capitalismo de consumo, culminando na atual era da sociedade do hiperconsumo¹¹. Nessa jornada, a economia evoluiu de uma abordagem centrada na oferta para uma centrada na demanda, resultando em uma mudança no foco das empresas, que antes eram orientadas para o produto e agora são orientadas para o mercado de consumo.

Dentre as tecnologias que emergiram durante essa nova fase do capitalismo pós-moderno, destaca-se a “inteligência artificial”, conceito amplo que engloba tecnologias como o aprendizado de máquina (*machine learning*) e o aprendizado profundo (*deep learning*).

A IA “[...] é o ramo da ciência da computação que se propõe a elaborar dispositivos que simulem a capacidade humana de raciocinar, perceber, tomar decisões e resolver problemas.”¹².

Existem divergências em relação ao uso do termo “inteligência”, pois ao atribuir características humanas a um algoritmo, pode-se perder de vista que a inteligência é inerentemente orgânica e humana¹³. Isso pode criar uma barreira para a definição adequada dos desafios éticos impostos pelas tecnologias emergentes¹⁴.

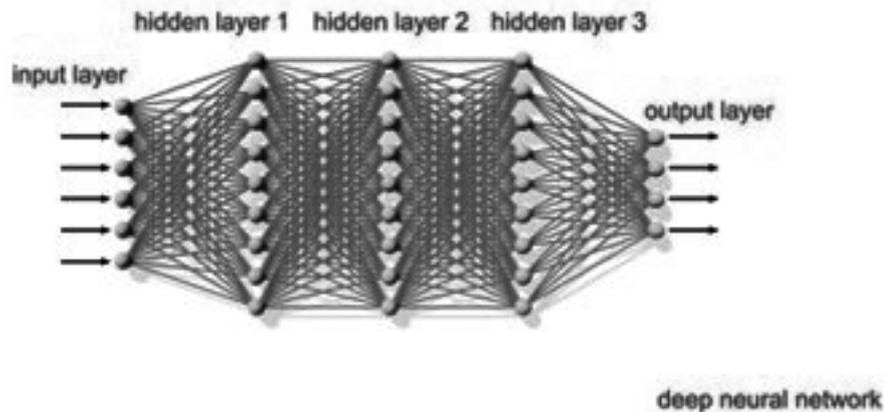
No entanto, reconhecendo as divergências pertinentes e justificáveis em relação às preocupações éticas, optaremos por usar a terminologia comumente utilizada, inclusive em círculos acadêmicos. Embora o progresso tecnológico não possa reproduzir completamente a inteligência orgânica e humana, os desenvolvedores de IA buscam imitar a mente humana usando quantidades massivas de dados e informações.

Nos anos iniciais do desenvolvimento da IA, havia duas abordagens distintas no campo da tecnologia: a abordagem “baseada em regras” e a abordagem conhecida como “redes neurais”¹⁵.

A abordagem “baseada em regras”, também chamada de “sistemas simbólicos” ou “sistemas de especialistas”, buscava ensinar os algoritmos a “pensar” por meio da codificação de uma série de regras lógicas. Embora tenha funcionado para jogos simples, essa abordagem mostrou-se incapaz de lidar com problemas do mundo real, nos quais o universo de escolhas é extenso¹⁶.

O campo das “redes neurais” tem sua origem na ideia dos neurônios e sinapses presentes no cérebro. Nessa abordagem, a entrada é inserida em várias camadas de “neurônios”, e a saída é gerada em cada camada, passando para a próxima camada. As redes neurais que possuem muitas camadas são comumente referidas como redes neurais profundas (DNNs)¹⁷.

Figura 1: Redes Neurais em IA



Fonte: Forbes¹⁸.

Desde as décadas de 1950 e 1960, o desenvolvimento das redes neurais experimentou altos e baixos, com momentos de destaque fugazes. No entanto, com o aumento exponencial do poder computacional e a disponibilidade de grandes volumes de dados (*big data*), a abordagem das redes neurais ressurgiu com vigor nos anos 2000¹⁹.

O renascimento das redes neurais ocorreu em paralelo ao crescimento das gigantes de tecnologia, como *Facebook*, *Amazon*, *Google*, *Apple* e *Microsoft*. Essas empresas são responsáveis pela coleta, tratamento e comercialização de grandes volumes de dados, que são utilizados no mercado de comportamentos futuros descrito por Shoshana Zuboff²⁰.

Se o poder computacional é o motor, podemos dizer que os dados são o combustível da IA, pois os algoritmos operam por meio da análise dos dados aos quais têm acesso, a fim de identificar padrões e aplicar técnicas estatísticas para aprimorar seu desempenho²¹.

A IA desempenha um papel crucial na crescente digitalização da sociedade da informação. Com sua capacidade de automatizar tarefas, processar grandes volumes de dados e fornecer *insights* preditivos, a IA tem o potencial de revolucionar diversos aspectos das nossas vidas diárias²², em especial o consumo.

Nos próximos capítulos, abordaremos uma ramificação específica da IA, conhecida como IA generativa, bem como os padrões internacionais de regulação e os impactos dessas tecnologias no consumo.

3. Inteligência Artificial generativa e a sua regulação a partir dos standards internacionais

Para compreender melhor as implicações da IA generativa no consumo, é importante examinar as propostas internacionais de regulação que cercam essa tecnologia emergente. Neste capítulo, vamos explorar os principais padrões internacionais de regulação da IA generativa.

Como mencionado anteriormente, a IA é uma tecnologia que tem como objetivo criar dispositivos capazes de simular capacidades humanas, sendo que sua origem remonta aos anos 1950 e 1960, tendo passado por altos e baixos até o último grande avanço, que ocorreu devido ao aumento do poder computacional e da coleta massiva de dados.

A abordagem das redes neurais tem avançado significativamente nos últimos anos, impulsionada pela evolução de tecnologias de aprendizado por reforço a partir de *feedback* humano, ou em inglês *Reinforcement Learning from Human Feedback* (RLHF). Nesse tipo de tecnologia, o modelo, pré-treinado por meio da inserção massiva de dados, é alimentado pelos próprios usuários por meio da interação.

Tal modelo generativo reforça a ideia de que a revolução tecnológica da informação não se caracteriza apenas pela centralidade do conhecimento, mas também pela sua aplicação na geração constante de novos dispositivos, em um ciclo de realimentação que muitas vezes confunde tanto

usuários quanto criadores²³.

O modelo que se tornou mais conhecido de RLHF é o ChatGPT, desenvolvido pela OpenAI. O ChatGPT, cujo nome foi construído a partir do termo *Generative Pre-Trained Transformer*, é um modelo de aprendizado de máquina que já vem treinado com grande conjunto de textos e usa a aprendizagem não supervisionada para produzir respostas de linguagem escrita que são inesperadas e se assemelham às geradas por humanos. Desde que foi lançado, muito se tem discutido sobre as suas implicações éticas, porém, o debate tem sido ofuscado pelo exagero, especulação e medo, tanto na mídia quanto na indústria e na pesquisa ética em IA²⁴.

A IA generativa é uma tecnologia que permite que computadores criem conteúdo original em vários formatos, como texto, imagens, música e vídeos, diferentemente da IA convencional que é programada para executar tarefas específicas²⁵. No entanto, a IA generativa apresenta características únicas, tais como: opacidade, complexidade, dependência de dados e comportamento autônomo.

Tabela 1: Comparação entre IA convencional e IA generativa

	IA Convencional	IA Generativa
Abordagem	Baseada em regras	Baseada em aprendizado de máquina
Objetivo	Programada para seguir uma série de regras predefinidas e algoritmos para realizar tarefas específicas	Programada para criar algo novo a partir de um conjunto de dados de entrada
Exemplo(s)	Sistema de recomendação de filmes/séries no Netflix	ChatGPT-3 (OpenAI), DeepMind (Google)

Fonte: elaborado pelos autores (2023).

Embora a IA generativa possa oferecer vantagens competitivas cruciais para empresas e promover resultados social e ambientalmente benéficos, é importante destacar que sua aplicação e uso inadequados podem gerar riscos e violar direitos humanos²⁶. Portanto, torna-se essencial regular o uso da IA para garantir sua aplicação ética e responsável.

A formação das políticas governamentais de IA em escala global tem iniciado uma verdadeira competição entre países e suas políticas de estímulo à IA²⁷. Atualmente, existem três abordagens para regulação da IA: (i) abordagem baseada em princípios; (ii) abordagem baseada em riscos; (iii) abordagem baseada em direitos.

Em suma, a regulação baseada em princípios pode ser dedutiva (partindo dos direitos humanos) ou indutiva (partindo de regulações setoriais). A regulação baseada em riscos tem um foco maior no mercado e menor em direitos. E, por fim, a regulação baseada em direitos parte da ideia de que já existem direitos que podem ser adotados. Existe, ainda, a possibilidade de utilização de um modelo híbrido, mesclando uma parte de cada abordagem.

A União Europeia avaliou diferentes modelos para a regulação da IA levando em conta os impactos econômicos, sociais e nos direitos fundamentais. O modelo escolhido pela Comissão Europeia, que se encontra prescrito no *AI Act*, é um quadro regulamentar obrigatório apenas para sistemas de IA de risco elevado (abordagem baseada em riscos), com a possibilidade de fornecedores de sistemas de IA que não são de risco elevado seguirem um código de conduta voluntário²⁸.

Muitos especialistas acreditam que o *AI Act* é a proposta mais avançada e abrangente para a regulação “transversal” da IA podendo se tornar um requisito obrigatório para empresas em âmbito internacional, seguindo o exemplo do efeito “Bruxelas” da GDPR no tema de proteção de dados²⁹.

Com relação às proibições³⁰, o *AI Act* veda a manipulação subliminar e a exploração de vulnerabilidades em grupos específicos, como crianças e pessoas com deficiência, desde que causem danos psicológicos ou físicos³¹. No entanto, outras práticas manipuladoras não foram contempladas pelo *AI Act*, podendo ser cobertas por legislações existentes em proteção de dados,

defesa do consumidor e serviços digitais (a exemplo do *Digital Services Act* – DSA).

Por outro lado, os Estados Unidos têm adotado uma abordagem regulatória setorial em relação à IA, que visa promover a inovação e o crescimento dessa tecnologia, evitando ações regulatórias que possam prejudicá-la. Em vez de optar por uma regulação baseada em riscos ou direitos, os EUA parecem estar se concentrando na implementação de princípios orientadores e regulação setorial.

O exemplo disso é o modelo conhecido como *The Blueprint for an AI Bill of Rights*, que consiste em um conjunto de cinco princípios e práticas associadas para ajudar a orientar o design, uso e implantação de sistemas automatizados e proteger os direitos dos norte-americanos na era da IA.

Os princípios do *The Blueprint for an AI Bill of Rights* são: (i) você deve ser protegido contra sistemas inseguros ou ineficazes; (ii) você não deve enfrentar discriminação por algoritmos e os sistemas devem ser usados e projetados de forma equitativa; (iii) você deve estar protegido contra práticas abusivas de dados por meio de proteções integradas e deve ter o controle sobre como seus dados são usados; (iv) você deve saber que um sistema automatizado está sendo usado e entender como e porque ele contribui para os resultados que o afetam; (v) você deve poder optar por não participar, quando apropriado, e ter acesso a uma pessoa que possa considerar e solucionar rapidamente os problemas que você encontrar³².

A regulação brasileira sobre IA tem sido influenciada por padrões internacionais, incluindo a Recomendação 0449 da OECD³³, da qual o Brasil é signatário. Essa Recomendação estabelece cinco princípios fundamentados em valores complementares que devem guiar a gestão responsável da IA confiável, e incentiva todos os atores envolvidos com a IA a promovê-los e implementá-los. Os princípios são: (i) crescimento inclusivo, desenvolvimento sustentável e bem-estar; (ii) valores centrados no ser humano e justiça; (iii) transparência e explicabilidade; (iv) robustez, segurança e proteção; (v) e prestação de contas.

Contudo, embora o Brasil ainda não tenha aprovado seu projeto de lei de regulação da IA, o trabalho³⁴ da Comissão de Juristas instituída pelo Ato do Presidente do Senado n. 4, de 2022, destinada a subsidiar a elaboração de minuta de substitutivo para instruir a apreciação dos Projetos de Lei 5.051, de 2019, 21, de 2020, e 872, de 2021, parece ter adotado um modelo híbrido de regulação, baseado em riscos, direitos e procedimentos para concretização dos direitos.

Uma distinção crucial entre o modelo de regulação brasileiro, delineado no Projeto de Lei 2.338 de 2023, e o modelo europeu (*AI Act*), reside no fato de que, no Brasil, todo o desenvolvimento, implementação e uso de sistemas de IA estão sujeitos à regulação obrigatória, independentemente do nível de risco envolvido.

Ademais, o modelo brasileiro apresenta um capítulo específico dedicado aos direitos³⁵ das pessoas afetadas por sistemas de IA, bem como procedimentos para garantir a concretização desses direitos e uma categorização de riscos, indicando que a abordagem adotada no Brasil é híbrida em termos de regulação.

Entre todas as propostas de regulação de IA, é possível identificar alguns padrões internacionais que são comuns a todas elas, apesar de utilizarem abordagens distintas. Os modelos europeu, americano e brasileiro estabelecem padrões para garantia dos direitos fundamentais, exigência de transparência e explicabilidade, além de proibição de práticas discriminatórias.

A partir dos conceitos abordados anteriormente, analisaremos, no próximo capítulo, quais os impactos da IA generativa no consumo.

4. Impactos da Inteligência Artificial generativa no consumo: o panorama e os desafios

Nos capítulos iniciais, discutimos como a sociedade passou de um modelo econômico centrado na produção para um modelo baseado no consumo. Nesse sentido, a IA generativa, com suas capacidades de automatização de tarefas, processamento de grandes volumes de dados e geração de modelos preditivos, possui um enorme potencial para transformar vários aspectos do cotidiano humano, em particular, no âmbito do consumo.

A proposta deste capítulo, portanto, é abordar os impactos da IA generativa no consumo, a partir de suas características específicas: opacidade, complexidade, dependência de dados e comportamento autônomo (capacidade de criar resultados inéditos).

A opacidade e a falta de clareza dos algoritmos destacam a importância da transparência, que é o outro lado da mesma moeda. A transparência desempenha um papel crucial no mercado de consumo, uma vez que permite que os consumidores entendam como as decisões são tomadas e tenham maior controle sobre seus dados pessoais³⁶. Além disso, a transparência é um princípio fundamental da legislação de proteção de dados e do direito do consumidor, conforme previsto no artigo 4º do CDC (LGL\1990\40) e nos princípios da OEA.

O dever de transparência das plataformas de IA generativa está contemplado nos padrões internacionais de regulação, mediante instrumentos práticos, tais como: a prestação de informações aos usuários (artigo 13, *AI Act*)³⁷, ciência da utilização de um sistema automatizado (*The Blueprint for an AI Bill of Rights*)³⁸, adoção de medidas técnicas para viabilizar a explicabilidade dos resultados (artigo 20, inciso V, do Projeto de Lei 2.338, de 2023)³⁹.

Nesse contexto, é essencial buscar um paradigma no qual a transparência seja a prioridade, em respeito aos direitos fundamentais dos consumidores. Eles devem estar cientes de que suas vidas são influenciadas por decisões automatizadas, na medida do possível, a fim de garantir que essas decisões não violem seus direitos ou prejudiquem sua vida cotidiana⁴⁰.

Outra consequência da IA generativa no consumo, decorrente da característica opaca da tecnologia, é a prática de perfilação (em inglês: *profiling*), que “[...] corresponde à utilização de dados pessoais para categorizar preferências e interesses, usualmente com o intuito de obtenção de alguma vantagem.”⁴¹

A perfilação impacta os consumidores de três maneiras distintas: discriminação, desindividualização e assimetria de informações. Essas consequências tornam o consumidor mais vulnerável a práticas publicitárias, uma vez que o fornecedor tem acesso a informações que criam um desequilíbrio de poder entre as partes⁴². Essa situação é agravada pelo fato de que o fornecedor traçou o perfil do consumidor (discriminação e desindividualização), o que intensifica a sensação de violação de direitos humanos, em especial a privacidade.

Ao utilizar aplicativos de mídias sociais, por exemplo, as informações dos consumidores são coletadas e utilizadas na criação do chamado “*profile* do consumidor”, permitindo práticas abusivas de publicidade que constituem assédio ao consumidor⁴³. O consumidor se torna alvo de diversas ofertas de produtos por meio de vários canais, incluindo telemarketing, mensagens telefônicas e *e-mails*.

Destaca-se que a prática de perfilação de consumidores⁴⁴, que permite a tomada de decisões automatizadas, configura tratamento de dados pessoais pela LGPD devido à sua capacidade de identificar indivíduos⁴⁵. Portanto, necessário o diálogo das fontes entre o CDC (LGL\1990\40) e a LGPD, a fim de harmonizar a interpretação do sistema de proteção dos consumidores.

Ao criar um perfil social de uma pessoa a partir de seus dados pessoais, há três obrigações que devem ser cumpridas: a obrigação informacional, que consiste em informar a existência do perfil e garantir sua transparência; a obrigação anti-discriminatória, que proíbe a utilização de parâmetros de raça, gênero e orientação religiosa na construção do perfil; e a obrigação dialógica, que requer o engajamento em um processo de diálogo com as pessoas afetadas, explicando como a perfilação funciona, sua importância para determinados fins e como as decisões são tomadas⁴⁶.

O contra-argumento da indústria da tecnologia é que a perfilação na verdade se trata de personalização. Contudo, no capitalismo de vigilância, a “personalização” é uma estratégia exploratória que se utiliza das necessidades e inseguranças humanas para obter lucro. A busca por previsão comportamental individualizada visa garantir o suprimento contínuo de lucros, aproveitando-se da necessidade humana por reconhecimento, apoio e apreciação⁴⁷.

Logo, a perfilação aumenta a vulnerabilidade do consumidor. Um dos principais motivos da crescente vulnerabilidade técnica do consumidor é o tratamento dos dados pessoais e suas possíveis utilizações, como decisões automatizadas e perfilamento, realizadas por tecnologias avançadas, como IA generativa e algoritmos opacos, que estão presentes em quase todas as plataformas contemporâneas⁴⁸.

Além da perfilação e suas implicações na privacidade, outro impacto da IA generativa no consumo é a discriminação algorítmica por geolocalização, que se manifesta em duas práticas no âmbito do

consumo: *geo-pricing* e *geo-blocking*. A primeira consiste na diferenciação de preços de um mesmo produto ou serviço levando em consideração a geolocalização do consumidor, enquanto a segunda é a manipulação de disponibilidade de ofertas em razão da posição geográfica⁴⁹.

Um exemplo dessa prática ocorreu com a empresa Decolar.com, que foi multada em R\$ 7,5 milhões pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) do Ministério da Justiça por praticar *geo-pricing* e *geo-blocking*, mediante discriminação algorítmica com consumidores por conta de etnia e localização geográfica⁵⁰.

Estudo conduzido pela Consumers International e pela Mozilla, com apoio do Instituto Brasileiro de Direito do Consumidor – Idec⁵¹, revelou que o aplicativo de encontros Tinder Plus estava praticando *geo-pricing* em diversos países do mundo, principalmente em relação à idade. O algoritmo de precificação do aplicativo era influenciado por dados como geolocalização, gênero e orientação sexual, o que resultava em preços personalizados, ocultos e discriminatórios.

Na sociedade da informação, onde o processamento e transmissão de informação são as principais fontes de produtividade e poder, combinado com o padrão de hiperconsumo da sociedade pós-moderna, a influência da IA generativa sobre o consumo parece ter como objetivo a limitação da autonomia individual dos consumidores, em prol do lucro, visto que a autodeterminação representa uma ameaça para as receitas no capitalismo de vigilância⁵².

Nesse sentido, é crucial a implementação de mecanismos regulatórios que garantam a proteção dos direitos humanos, a transparência e a explicabilidade das tecnologias de IA generativa, além da proibição de práticas discriminatórias. Embora a inteligência artificial não seja orgânica ou humana, como visto, é imprescindível que a tecnologia não comprometa a nossa humanidade.

5. Conclusão

Com base na contextualização histórica do primeiro capítulo, concluímos que a IA é uma das tecnologias que surgiram no contexto da sociedade da informação e que tem grande potencial para impactar profundamente a forma como consumimos. Sob a perspectiva do consumo, a sociedade passou da economia de produção, ao capitalismo de consumo, culminando na atual era da sociedade do hiperconsumo.

A IA generativa é um dos pilares tecnológicos que tornam essa sociedade do hiperconsumo possível, e seu impacto no consumo deve ser analisado de forma crítica e consciente, a fim de que os desafios éticos impostos por essa tecnologia sejam devidamente abordados e, se necessário, regulados.

Desse modo, a regulação da IA generativa é fundamental para garantir que sua aplicação seja ética e responsável. Embora essa tecnologia ofereça vantagens competitivas para empresas e possa trazer benefícios sociais e ambientais, seu uso inadequado pode gerar riscos e violar direitos humanos.

Isso porque a IA generativa tem um enorme potencial para transformar vários aspectos do cotidiano humano, em particular no âmbito do consumo. No entanto, suas características específicas, como opacidade, complexidade, dependência de dados e comportamento autônomo, apresentam desafios que precisam ser enfrentados.

Verificou-se que os principais impactos da IA generativa no consumo tem relação com a redução da autonomia do consumidor, por meio de práticas como a perfilização e a discriminação algorítmica.

Para proteção dos consumidores perante o avanço da IA generativa, é fundamental que os padrões internacionais para garantia dos direitos fundamentais, exigência de transparência e explicabilidade, além de proibição de práticas discriminatórias, sejam, acima de tudo, concretizados por meio de instrumentos adequados.

Conclui-se que os impactos da IA generativa no consumo são decorrentes da redução da autonomia do consumidor, que tem sua capacidade de decisão diminuída em razão de discriminação, desindividualização e assimetria de informações.

6. Referências

ARVIGO, Maru. Reposicionando a interação humano-computador: “profiling” e discriminação algorítmica para além da inclusão. In: BRANCO, Sérgio; MAGRANI, Eduardo (Coords.). *Inteligência artificial: aplicações e desafios*. Rio de Janeiro: Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro – ITS/Obliq, 2002.

BORGES, Gustavo; FILÓ, Maurício da Cunha Savino. Consumo, publicidade e inteligência artificial: (necessários) limites à tecnologia persuasiva no constante assédio do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor* [Recurso Eletrônico], São Paulo, n. 136, jul.-ago. 2021. Disponível em: [https://dspace.almg.gov.br/handle/11037/41410]. Acesso em: 04.05.2023.

BORGES, Gustavo; FILÓ, Maurício da Cunha Savino. Inovação e consumo: limites e possibilidades regulatórias a partir da análise do caso Buser. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 131/2020, p. 241-269, set.-out. 2020. Disponível em: [https://revistadotribunais.com.br]. Acesso em: 11.05.2023.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2011. v. 1.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2002. v. 2.

CHAN, Anastasia. GPT-3 and InstructGPT: technological dystopianism, utopianism, and “Contextual” perspectives in AI ethics and industry. *AI and Ethics*, 2023. Disponível em: [https://doi.org/10.1007/s43681-022-00148-6]. Acesso em: 04.05.2023.

COOPER, Grant. Examining Science Education in ChatGPT: An Exploratory Study of Generative Artificial Intelligence. *Journal of Science Education and Technology*, 2023. Disponível em: [https://doi.org/10.1007/s10956-023-10039-y]. Acesso em: 04.05.2023.

EUROPEAN COMMISSION. *Proposal for a Regulation of The European Parliament and of the Council Laying Down Harmonised Rules on Artificial Intelligence (Artificial Intelligence Act) and Amending Certain Union Legislative Acts*. Disponível em: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52021PC0206]. Acesso em: 04.05.2023.

FALEIROS JÚNIOR, José Luiz de Moura; BASAN, Arthur Pinheiro. Discriminação algorítmica, profiling e geolocalização: uma análise dos impactos jurídicos do geo-pricing e geo-blocking. *Revista Jurídica Meritum*, v. 16, n. 3, set.-dez. 2021. Disponível em: [https://doi.org/10.46560/meritum.v16i3.7923]. Acesso em: 04.05.2023.

FALEIROS JÚNIOR, José Luiz de Moura; MEDON, Filipe. Discriminação algorítmica de preços, perfilização e responsabilidade civil nas relações de consumo. *Revista de Direito da Responsabilidade*, 2021. Disponível em: [https://revistadireitoresponsabilidade.pt/2021/discriminacao-algoritmica-de-precos-perfilizacao-e-responsabilidade-civil]. Acesso em: 04.05.2023.

FERNANDEZ, Elizabeth. AI Is Not Similar To Human Intelligence. Thinking So Could Be Dangerous. *Forbes*, 2019. Disponível em: [www.forbes.com/sites/fernandezelizabeth/2019/11/30/ai-is-not-similar-to-human-intelligence-thinking-so-could-be-dan]. Acesso em: 04.05.2023.

FLORIDI, Luciano. *The onlife manifesto: being human in a hyperconnected era*. Oxford: Springer Open, 2015.

FORBES. *O que é inteligência artificial generativa?* Disponível em: [https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/05/o-que-e-inteligencia-artificial-generativa/]. Acesso em: 04.05.2023.

IDEC. *Tinder pratica preços discriminatórios em diversos países, revela pesquisa*. Disponível em: [https://idec.org.br/noticia/tinder-pratica-precos-discriminatorios-em-diversos-paises-revela-pesquisa]. Acesso em: 04.05.2023.

LEE, Kai-Fu. *Inteligência artificial: como os robôs estão mudando o mundo, a forma como amamos*,

nos relacionamos, trabalhamos e vivemos. Trad. Marcelo Barbão. Rio de Janeiro: 2019.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MARQUES, Cláudia Lima. A proteção do consumidor de produtos e serviços estrangeiros no Brasil: primeiras observações sobre os contratos a distância no comércio eletrônico. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 41/2002, p. 39-64, jan.-mar. 2002. Disponível em: [<https://revistadostribunais.com.br>]. Acesso em: 11.05.2023.

MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. Serviços simbióticos ou inteligentes e proteção do consumidor no novo mercado digital. *Revista do advogado*, 2020. Disponível em: [<https://brunomiragem.com.br/artigos/012-Servicos-simbioticos-ou-inteligentes-e-protecao-do-consumidor-no-novo-me>]. Acesso em: 04.05.2023.

MARQUES, Claudia Lima; MUCELIN, Guilherme. Vulnerabilidade na era digital: um estudo sobre os fatores de vulnerabilidade da pessoa natural nas plataformas, a partir da dogmática do Direito do Consumidor. *Civilistica.com*. Rio de Janeiro, a. 11, n. 3, 2022. Disponível em: [<https://civilistica.com/vulnerabilidade-na-era-digital/>]. Acesso em: 04.05.2023.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. *Decolar.com é multada por prática de geo pricing e geo blocking*. Disponível em: [www.justica.gov.br/news/collective-nitf-content-51]. Acesso em: 04.05.2023.

OCDE. *Recommendation of the Council on Artificial Intelligence*. OECD/LEGAL/0449. Disponível em: [<https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0449#mainText>]. Acesso em: 04.05.2023.

PERROTTI, Paulo Salvador Ribeiro. *Inteligência artificial e machine learning: a regulação internacional sob os aspectos éticos, morais, sociais e econômicos*. Disponível em: [<https://ccbc.org.br/publicacoes/noticias-ccbc/inteligencia-artificial-e-machine-learning-a-regulacao-internacional-sob-os>]. Acesso em: 04.05.2023.

POLIDO, Fabricio Bertini Pasquot. Inteligência artificial entre estratégias nacionais e a corrida regulatória global: rotas analíticas para uma releitura internacionalista e Comparada (Artificial Intelligence Between National Strategies and the Global Regulatory Race: Analytical Routes for an International and Comparative Reappraisal). *Rev. Fac. Direito UFMG*, Belo Horizonte, n. 76, p. 229-256, jan.-jun. 2020. Disponível em: [<https://ssrn.com/abstract=3846600>]. Acesso em: 04.05.2023.

SCHWAB, Klaus. *A quarta revolução industrial*. Trad. Daniel Moreira Miranda. São Paulo: Edipro, 2016.

SENADO FEDERAL. *Relatório Final*. Comissão de Juristas instituída pelo Ato do Presidente do Senado nº 4, de 2022, destinada a subsidiar a elaboração de minuta de substitutivo para instruir a apreciação dos Projetos de Lei 5.051, de 2019, 21, de 2020, e 872, de 2021, que têm como objetivo estabelecer princípios, regras, diretrizes e fundamentos para regular o desenvolvimento e a aplicação da inteligência artificial no Brasil. Presidente: Ricardo Villas Bôas Cueva. Disponível em: [<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento/download/777129a2-e659-4053-bf2e-e4b53edc3a04>]. Acesso em: 04.05.2023.

SVENSSON, Jakob. *Artificial intelligence is an oxymoron*. AI & Society, 2023. Disponível em: [<https://doi.org/10.1007/s00146-021-01311-z>]. Acesso em: 04.05.2023.

UNITED STATES GOVERNMENT. The Blueprint for an AI Bill of Rights: Making Automated Systems Work for the American People. *White House Office of Science and Technology Policy*, 2022. Disponível em: [www.whitehouse.gov/ostp/ai-bill-of-rights]. Acesso em: 04.05.2023.

VILELA, Camila Maria de Moura. Inteligência artificial e big data: o processamento de dados como instrumento de uma inclusão sócio digital. In: BRANCO, Sérgio; MAGRANI, Eduardo (Coords.). *Inteligência artificial: aplicações e desafios*. Rio de Janeiro: Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro – ITS/Obliq, 2002.

WATSON, David. *The Rhetoric and Reality of Anthropomorphism in Artificial Intelligence*. Minds &

Machines, 2019. Disponível em: [<https://doi.org/10.1007/s11023-019-09506-6>]. Acesso em: 04.05.2023.

ZANATTA, Rafael. *Perfilização, discriminação e direitos: do Código de Defesa do Consumidor à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais*. Disponível em: [<http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.33647.28328>]. Acesso em: 04.05.2023.

ZUBOFF, Shoshana. *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira de poder*. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2021.

7. Legislação

SENADO FEDERAL. *Projeto de Lei 2338, de 2023*. Ementa: Dispõe sobre o uso da Inteligência Artificial. Disponível em: [<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233>]. Acesso em: 04.05.2023.

1 .BORGES, Gustavo; FILÓ, Maurício da Cunha Savino. Inovação e consumo: limites e possibilidades regulatórias a partir da análise do caso Buser. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 131/2020, p. 241-269, set.-out. 2020. Disponível em: [<https://revistadotribunais.com.br>]. Acesso em: 11.05.2023.

2 .MARQUES, Cláudia Lima. A proteção do consumidor de produtos e serviços estrangeiros no Brasil: primeiras observações sobre os contratos a distância no comércio eletrônico. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 41/2002, p. 39-64, jan.-mar. 2002. Disponível em: [<https://revistadotribunais.com.br>]. Acesso em: 11.05.2023.

3 .SCHWAB, Klaus. *A quarta revolução industrial*. Trad. Daniel Moreira Miranda. São Paulo: Edipro, 2016. p. 18.

4 .CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2011. v. 1. p. 67.

5 .CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2011. v. 1. p. 71.

6 .CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2011. v. 1. p. 71.

7 .SCHWAB, Klaus. *A quarta revolução industrial*. Trad. Daniel Moreira Miranda. São Paulo: Edipro, 2016. p. 18.

8 .CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2002. v. 2. p. 17.

9 .CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2011. v. 1. p. 65.

10 .FLORIDI, Luciano. *The onlife manifesto: being human in a hyperconnected era*. Oxford: Springer Open, 2015.

11 .LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Trad.

Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

12 .VILELA, Camila Maria de Moura. Inteligência artificial e big data: o processamento de dados como instrumento de uma inclusão sócio digital. In: BRANCO, Sérgio; MAGRANI, Eduardo (Coords.). *Inteligência artificial: aplicações e desafios*. Rio de Janeiro: Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro – ITS/Obliq, 2002. p. 62.

13 .SVENSSON, Jakob. Artificial intelligence is an oxymoron. *AI & Society*, 2023. Disponível em: [https://doi.org/10.1007/s00146-021-01311-z]. Acesso em: 04.05.2023.

14 .WATSON, David. The Rhetoric and Reality of Anthropomorphism in Artificial Intelligence. *Minds & Machines*, 2019. Disponível em: [https://doi.org/10.1007/s11023-019-09506-6]. Acesso em: 04.05.2023.

15 .LEE, Kai-Fu. *Inteligência artificial: como os robôs estão mudando o mundo, a forma como amamos, nos relacionamos, trabalhamos e vivemos*. Trad. Marcelo Barbão. Rio de Janeiro: 2019. p. 19.

16 .LEE, Kai-Fu. *Inteligência artificial: como os robôs estão mudando o mundo, a forma como amamos, nos relacionamos, trabalhamos e vivemos*. Trad. Marcelo Barbão. Rio de Janeiro: 2019. p. 19.

17 .FERNANDEZ, Elizabeth. AI Is Not Similar To Human Intelligence. Thinking So Could Be Dangerous. *Forbes*, 2019. Disponível em: [www.forbes.com/sites/fernandezelizabeth/2019/11/30/ai-is-not-similar-to-human-intelligence-thinking-so-could-be-dan]. Acesso em: 04.05.2023.

18 .FERNANDEZ, Elizabeth. AI Is Not Similar To Human Intelligence. Thinking So Could Be Dangerous. *Forbes*, 2019. Disponível em: [www.forbes.com/sites/fernandezelizabeth/2019/11/30/ai-is-not-similar-to-human-intelligence-thinking-so-could-be-dan]. Acesso em: 04.05.2023.

19 .LEE, Kai-Fu. *Inteligência artificial: como os robôs estão mudando o mundo, a forma como amamos, nos relacionamos, trabalhamos e vivemos*. Trad. Marcelo Barbão. Rio de Janeiro: 2019. p. 20.

20 .ZUBOFF, Shoshana. *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira de poder*. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2021.

21 .VILELA, Camila Maria de Moura. Inteligência artificial e big data: o processamento de dados como instrumento de uma inclusão sócio digital. In: BRANCO, Sérgio; MAGRANI, Eduardo (Coords.). *Inteligência artificial: aplicações e desafios*. Rio de Janeiro: Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro – ITS/Obliq, 2002. p. 59.

22 .COOPER, Grant. Examining Science Education in ChatGPT: An Exploratory Study of Generative Artificial Intelligence. *Journal of Science Education and Technology*, 2023. Disponível em: [https://doi.org/10.1007/s10956-023-10039-y]. Acesso em: 04.05.2023.

23 .CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2011. v. 1. p. 69.

24 .CHAN, Anastasia. GPT-3 and InstructGPT: technological dystopianism, utopianism, and “Contextual” perspectives in AI ethics and industry. *AI and Ethics*, 2023. Disponível em: [https://doi.org/10.1007/s43681-022-00148-6]. Acesso em: 04.05.2023.

25 .FORBES. *O que é inteligência artificial generativa?* Disponível em: [https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/05/o-que-e-inteligencia-artificial-generativa/]. Acesso em: 04.05.2023.

26 .EUROPEAN COMMISSION. *Proposal for a Regulation of The European Parliament and of the Council Laying Down Harmonised Rules on Artificial Intelligence (Artificial Intelligence Act) and Amending Certain Union Legislative Acts*. Disponível em: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52021PC0206]. Acesso em: 04.05.2023.

27 .POLIDO, Fabricio Bertini Pasquot. Inteligência artificial entre estratégias nacionais e a corrida regulatória global: Rotas analíticas para uma releitura internacionalista e Comparada (Artificial Intelligence Between National Strategies and the Global Regulatory Race: Analytical Routes for an International and Comparative Reappraisal). *Rev. Fac. Direito UFMG*, Belo Horizonte, n. 76, pp. 229-256, jan.-jun. 2020. Disponível em: [https://ssrn.com/abstract=3846600]. Acesso em: 04.05.2023.

28 .EUROPEAN COMMISSION. *Proposal for a Regulation of The European Parliament and of the Council Laying Down Harmonised Rules on Artificial Intelligence (Artificial Intelligence Act) and Amending Certain Union Legislative Acts*. Disponível em: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52021PC0206]. Acesso em: 04.05.2023.

29 .PERROTTI, Paulo Salvador Ribeiro. *Inteligência artificial e machine learning: a regulação internacional sob os aspectos éticos, morais, sociais e econômicos*. Disponível em: [https://ccbc.org.br/publicacoes/noticias-ccbc/inteligencia-artificial-e-machine-learning-a-regulacao-internacional-sob-o]. Acesso em: 04.05.2023.

30 .Para análise das proibições, veja o artigo 5º do *AI Act*: “[...] 1. Estão proibidas as seguintes práticas de inteligência artificial: a) A colocação no mercado, a colocação em serviço ou a utilização de um sistema de IA que empregue técnicas subliminares que contornem a consciência de uma pessoa para distorcer substancialmente o seu comportamento de uma forma que cause ou seja suscetível de causar danos físicos ou psicológicos a essa ou a outra pessoa; b) A colocação no mercado, a colocação em serviço ou a utilização de um sistema de IA que explore quaisquer vulnerabilidades de um grupo específico de pessoas associadas à sua idade ou deficiência física ou mental, a fim de distorcer substancialmente o comportamento de uma pessoa pertencente a esse grupo de uma forma que cause ou seja suscetível de causar danos físicos ou psicológicos a essa ou a outra pessoa; c) A colocação no mercado, a colocação em serviço ou a utilização de sistemas de IA por autoridades públicas ou em seu nome para efeitos de avaliação ou classificação da credibilidade de pessoas singulares durante um certo período com base no seu comportamento social ou em características de personalidade ou pessoais, conhecidas ou previsíveis, em que a classificação social conduz a uma das seguintes situações ou a ambas: i) tratamento prejudicial ou desfavorável de certas pessoas singulares ou grupos inteiros das mesmas em contextos sociais não relacionados com os contextos nos quais os dados foram originalmente gerados ou recolhidos, ii) tratamento prejudicial ou desfavorável de certas pessoas singulares ou grupos inteiros das mesmas que é injustificado e desproporcionado face ao seu comportamento social ou à gravidade do mesmo; d) A utilização de sistemas de identificação biométrica à distância em ‘tempo real’ em espaços acessíveis ao público para efeitos de manutenção da ordem pública, salvo se essa utilização for estritamente necessária para alcançar um dos seguintes objetivos: i) a investigação seletiva de potenciais vítimas específicas de crimes, nomeadamente crianças desaparecidas, ii) a prevenção de uma ameaça específica, substancial e iminente à vida ou à segurança física de pessoas singulares ou de um ataque terrorista, iii) a deteção, localização, identificação ou instauração de ação penal relativamente

a um infrator ou suspeito de uma infração penal referida no artigo 2º, n. 2, da Decisão-Quadro 2002/584/JAI do Conselho 62 e punível no Estado-Membro em causa com pena ou medida de segurança privativas de liberdade de duração máxima não inferior a três anos e tal como definidas pela legislação desse Estado-Membro. 2.A utilização de sistemas de identificação biométrica à distância «em tempo real» em espaços acessíveis ao público para efeitos de manutenção da ordem pública que vise alcançar um dos objetivos referidos no n. 1, alínea d), deve ter em conta os seguintes elementos: a)A natureza da situação que origina a possível utilização, em especial a gravidade, a probabilidade e a magnitude dos prejuízos causados na ausência da utilização do sistema; b) As consequências da utilização do sistema para os direitos e as liberdades de todas as pessoas afetadas, em especial a gravidade, a probabilidade e a magnitude dessas consequências. Além disso, a utilização de sistemas de identificação biométrica à distância «em tempo real» em espaços acessíveis ao público para efeitos de manutenção da ordem pública que vise alcançar um dos objetivos referidos no n. 1, alínea d), deve observar salvaguardas e condições necessárias e proporcionadas em relação a tal utilização, nomeadamente no respeitante a limitações temporais, geográficas e das pessoas visadas. 3.No tocante ao n. 1, alínea d), e ao n. 2, cada utilização específica de um sistema de identificação biométrica à distância 'em tempo real' em espaços acessíveis ao público para efeitos de manutenção da ordem pública está sujeita a autorização prévia concedida por uma autoridade judiciária ou por uma autoridade administrativa independente do Estado-Membro no qual a utilização terá lugar após apresentação de um pedido fundamentado em conformidade com as regras de execução previstas no direito nacional a que se refere o n. 4. Contudo, numa situação de urgência devidamente justificada, a utilização do sistema pode ser iniciada sem uma autorização e esta pode ser solicitada apenas durante ou após a utilização. A autoridade judiciária ou administrativa competente apenas deve conceder a autorização se considerar, com base em dados objetivos ou indícios claros que lhe tenham sido apresentados, que a utilização do sistema de identificação biométrica à distância 'em tempo real' em apreço é necessária e proporcionada para alcançar um dos objetivos especificados no n. 1, alínea d), conforme identificado no pedido. Ao decidir sobre o pedido, a autoridade judiciária ou administrativa competente tem em conta os elementos referidos no n. 2. 4.Um Estado-Membro pode decidir prever a possibilidade de autorizar total ou parcialmente a utilização de sistemas de identificação biométrica à distância «em tempo real» em espaços acessíveis ao público para efeitos de manutenção da ordem pública dentro dos limites e sob as condições enumeradas no n. 1, alínea d), e nos ns. 2 e 3. Esse Estado-Membro estabelece na sua legislação nacional as regras pormenorizadas aplicáveis ao pedido, à emissão e ao exercício das autorizações a que se refere o nº 3, bem como à supervisão das mesmas. Essas regras especificam igualmente em relação a que objetivos enumerados no n. 1, alínea d), incluindo quais das infrações penais referidas na subalínea iii) da mesma, as autoridades competentes podem ser autorizadas a usar esses sistemas para efeitos de manutenção da ordem pública. [...]” (EUROPEAN COMMISSION. *Proposal for a Regulation of The European Parliament and of the Council Laying Down Harmonised Rules on Artificial Intelligence (Artificial Intelligence Act) and Amending Certain Union Legislative Acts*. Disponível em: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52021PC0206]. Acesso em: 04.05.2023).

31 .EUROPEAN COMMISSION. *Proposal for a Regulation of The European Parliament and of the Council Laying Down Harmonised Rules on Artificial Intelligence (Artificial Intelligence Act) and Amending Certain Union Legislative Acts*. Disponível em: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52021PC0206]. Acesso em: 04.05.2023.

32 .UNITED STATES GOVERNMENT. The Blueprint for an AI Bill of Rights: Making Automated Systems Work for the American People. *White House Office of Science and Technology Policy*, 2022. Disponível em: [www.whitehouse.gov/ostp/ai-bill-of-rights]. Acesso em: 04.05.2023.

33 .OCDE. *Recommendation of the Council on Artificial Intelligence*. OECD/LEGAL/0449. Disponível em: [https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0449#mainText]. Acesso em: 04.05.2023.

34 .SENADO FEDERAL. *Relatório final*. Comissão de Juristas instituída pelo Ato do Presidente do Senado n. 4, de 2022, destinada a subsidiar a elaboração de minuta de substitutivo para instruir a apreciação dos Projetos de Lei 5.051, de 2019, 21, de 2020, e 872, de 2021, que têm como objetivo

estabelecer princípios, regras, diretrizes e fundamentos para regular o desenvolvimento e a aplicação da inteligência artificial no Brasil. Presidente: Ricardo Villas Bôas Cueva. Disponível em: [https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento/download/777129a2-e659-4053-bf2e-e4b53edc3a04]. Acesso em: 04.05.2023.

35 .Para análise dos direitos das pessoas afetadas por sistemas de IA, veja o artigo 5º do Projeto de Lei 2.338, de 2023: “[...] Art. 5º Pessoas afetadas por sistemas de inteligência artificial têm os seguintes direitos, a serem exercidos na forma e nas condições descritas neste Capítulo: I – direito à informação prévia quanto às suas interações com sistemas de inteligência artificial; II – direito à explicação sobre a decisão, recomendação ou previsão tomada por sistemas de inteligência artificial; III – direito de contestar decisões ou previsões de sistemas de inteligência artificial que produzam efeitos jurídicos ou que impactem de maneira significativa os interesses do afetado; IV – direito à determinação e à participação humana em decisões de sistemas de inteligência artificial, levando-se em conta o contexto e o estado da arte do desenvolvimento tecnológico; V – direito à não-discriminação e à correção de vieses discriminatórios diretos, indiretos, ilegais ou abusivos; e VI – direito à privacidade e à proteção de dados pessoais, nos termos da legislação pertinente. Parágrafo único. Os agentes de inteligência artificial informarão, de forma clara e facilmente acessível, os procedimentos necessários para o exercício dos direitos descritos no caput. [...]” (SENADO FEDERAL. *Projeto de Lei 2338, de 2023*. Ementa: Dispõe sobre o uso da Inteligência Artificial. Disponível em: [www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233]. Acesso em: 04.05.2023).

36 .MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. Serviços simbióticos ou inteligentes e proteção do consumidor no novo mercado digital. *Revista do advogado*, 2020. Disponível em: [https://brunomiragem.com.br/artigos/012-Servicos-simbioticos-ou-inteligentes-e-protecao-do-consumidor-no-novo-me]. Acesso em: 04.05.2023.

37 .EUROPEAN COMMISSION. *Proposal for a Regulation of The European Parliament and of the Council Laying Down Harmonised Rules on Artificial Intelligence (Artificial Intelligence Act) and Amending Certain Union Legislative Acts*. Disponível em: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52021PC0206]. Acesso em: 04.05.2023.

38 .UNITED STATES GOVERNMENT. *The Blueprint for an AI Bill of Rights: Making Automated Systems Work for the American People*. White House Office of Science and Technology Policy, 2022. Disponível em: [https://www.whitehouse.gov/ostp/ai-bill-of-rights]. Acesso em: 04.05.2023.

39 .SENADO FEDERAL. *Projeto de Lei 2338, de 2023*. Ementa: Dispõe sobre o uso da Inteligência Artificial. Disponível em: [www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233]. Acesso em: 04.05.2023.

40 .FALEIROS JÚNIOR, José Luiz de Moura; MEDON, Filipe. Discriminação algorítmica de preços, perfilização e responsabilidade civil nas relações de consumo. *Revista de Direito da Responsabilidade*, 2021. Disponível em: [https://revistadireitoresponsabilidade.pt/2021/discriminacao-algoritmica-de-precos-perfilizacao-e-responsabilidade-civil]. Acesso em: 04.05.2023.

41 .FALEIROS JÚNIOR, José Luiz de Moura; MEDON, Filipe. Discriminação algorítmica de preços, perfilização e responsabilidade civil nas relações de consumo. *Revista de Direito da Responsabilidade*, 2021. Disponível em: [https://revistadireitoresponsabilidade.pt/2021/discriminacao-algoritmica-de-precos-perfilizacao-e-responsabilidade-civil]. Acesso em: 04.05.2023.

42 .ARVIGO, Maru. Reposicionando a interação humano-computador: “profiling” e discriminação algorítmica para além da inclusão. In: BRANCO, Sérgio; MAGRANI, Eduardo (Coords.). *Inteligência*
Página 15

artificial: aplicações e desafios. Rio de Janeiro: Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro – ITS/Obliq, 2002. p. 16.

43 .BORGES, Gustavo; FILÓ, Maurício da Cunha Savino. Consumo, publicidade e inteligência artificial: (necessários) limites à tecnologia persuasiva no constante assédio do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor* [Recurso Eletrônico], São Paulo, n. 136, jul.-ago. 2021. Disponível em: [https://dspace.almg.gov.br/handle/11037/41410]. Acesso em: 04.05.2023.

44 .Segundo Zanatta, o processo de perfilização “[...] envolve, ao menos, seis etapas: (i) registro de dados, (ii) agregação e monitoramento de dados, (iii) identificação de padrões nos dados, (iv) interpretação de resultados, (v) monitoramento dos dados para checar resultados e (vi) aplicação de perfis (*profiles*)” ZANATTA, Rafael. *Perfilização, Discriminação e direitos: do Código de Defesa do Consumidor à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais*. Disponível em: [http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.33647.28328]. Acesso em: 04.05.2023.

45 .MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. Serviços simbióticos ou inteligentes e proteção do consumidor no novo mercado digital. *Revista do advogado*, 2020. Disponível em: [https://brunomiragem.com.br/artigos/012-Servicos-simbioticos-ou-inteligentes-e-protecao-do-consumidor-no-novo-me]. Acesso em: 04.05.2023.

46 .ZANATTA, Rafael. *Perfilização, Discriminação e direitos: do Código de Defesa do Consumidor à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais*. Disponível em: [http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.33647.28328]. Acesso em: 04.05.2023.

47 .ZUBOFF, Shoshana. *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira de poder*. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2021. p. 308.

48 .MARQUES, Claudia Lima; MUCELIN, Guilherme. Vulnerabilidade na era digital: um estudo sobre os fatores de vulnerabilidade da pessoa natural nas plataformas, a partir da dogmática do Direito do Consumidor. *Civilística.com*. Rio de Janeiro, a. 11, n. 3, 2022. Disponível em: [https://civilistica.com/vulnerabilidade-na-era-digital/]. Acesso em: 04.05.2023.

49 .FALEIROS JÚNIOR, José Luiz de Moura; BASAN, Arthur Pinheiro. Discriminação algorítmica, profiling e geolocalização: uma análise dos impactos jurídicos do geo-pricing e geo-blocking. *Revista Jurídica Meritum*, v. 16, n. 3, set.-dez. 2021. Disponível em: [https://doi.org/10.46560/meritum.v16i3.7923]. Acesso em: 04.05.2023.

50 .MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. *Decolar.com é multada por prática de geo pricing e geo blocking*. Disponível em: [www.justica.gov.br/news/collective-nitf-content-51]. Acesso em: 04.05.2023.

51 .IDEC. *Tinder pratica preços discriminatórios em diversos países, revela pesquisa*. Disponível em: [https://idec.org.br/noticia/tinder-pratica-precos-discriminatorios-em-diversos-paises-revela-pesquisa]. Acesso em: 04.05.2023.

52 .ZUBOFF, Shoshana. *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira de poder*. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2021. p. 290.