

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, CONSUMO E RESPONSABILIDADE JURÍDICA: ANÁLISE DO CASO DA VIA QUATRO DO METRO DE SÃO PAULO

ARTIFICIAL INTELLIGENCE, CONSUMPTION AND LEGAL RESPONSIBILITY: ANALYSIS OF THE CASE OF VIA QUATRO METRO OF SÃO PAULO

<https://doi.org/10.55839/2318-8650RevParRPv33n1pa173-199>

Gustavo Silveira Borges¹

Mauricio da Cunha Savino Filó²

Henrique Lapa Lunardi³

¹ Doutor em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS (CAPES 6), tendo realizado Pós-Doutorado em Direito pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS (CAPES 6), com bolsa de pesquisa PNPd/CAPES. Mestre em Ciências Criminais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS (CAPES 5). Especialista em Ciências Penais pela PUCRS). Pós-graduado pela Escola da Magistratura do Rio Grande do Sul - AJURIS. Graduado em Ciências Jurídicas e Sociais pela PUCRS. Atualmente, é Professor da Graduação em Direito e Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Direito na Universidade do Extremo Sul Catarinense (PPGD/UNESC). É Coordenador e Professor da Especialização em Direito Civil e Processo Civil da UNESC. Pesquisador Permanente do Programa de Pós-Graduação em Direito (PPGD/UNESC), vinculado à Linha de Pesquisa Direitos Humanos, Cidadania e Novos Direitos e à Área de Concentração Direitos Humanos e Sociedade. Membro associado do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito (CONPEDI). Membro do Instituto Brasileiro de Estudos de Responsabilidade Civil (IBERC). Membro titular da Rede Brasileira de Pesquisa Jurídica em Direitos Humanos (UNESC, UNIRITTER, UNIJUÍ, UFMS, PUC-CAMPINAS, UNIT, UNICAP, CESUPA, UFPA) Parecerista em diversas revistas científicas nacionais e internacionais. Pesquisador do Núcleo de Pesquisas em Direitos Humanos e Cidadania (NUPEC/UNESC). Líder do Grupo de Pesquisa "Direitos Humanos e Novas Tecnologias", sediado na mesma instituição, certificado no CNPq. Avaliador do Curso de Instituições e do curso de Direito pelo INEP/MEC. Membro de bancas examinadoras de Concurso Público. Participa como Consultor (Policy Advisor) no Supremo Tribunal Federal (STF), do Programa de Combate à Desinformação e como Consultor (Policy Advisor) no Tribunal Superior Eleitoral (TSE), na Assessoria Especial de Enfrentamento à Desinformação (AEED), do Programa de Enfrentamento à Desinformação, no âmbito da Justiça Eleitoral, como líder com o Grupo de Pesquisa "Direitos Humanos e Novas Tecnologias". Consultor da Associação dos Magistrados Brasileiros (AMB), do Centro de Pesquisas Judiciais (CPJ) e da Escola Nacional da Magistratura (ENM) em parceria com a UNESCO. Integrante do "Comitê Nacional PopRuaJud para a promoção de Políticas Públicas Judiciais de atenção às Pessoas em Situação de Rua" no Conselho Nacional de Justiça (CNJ). Pesquisador Visitante (Visiting Researcher) do Centre for Socio-Legal Studies da Universidade de Oxford (Oxford Faculty of Law). Tem experiência no Direito, com atuação de pesquisa acadêmica nas áreas: Direitos Humanos e Novas Tecnologias; Desinformação; Metaverso; Inclusão Digital; Novos Direitos e Proteção dos Vulneráveis. E-mail: gustavoborges@hotmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9673-4321>.

² Doutor em Direito pelo Programa de Pós-Graduação em Direito (PPGD) da Universidade Federal de Santa Catarina (2018). Possui Mestrado em Direito pela Universidade Presidente Antônio Carlos - PPGD - UNIPAC (2010), possui Graduação (2004) e Pós-Graduação lato sensu em Direito Processual pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (IEC, 2004). Lecionou na Universidade Presidente Antônio Carlos de 2009 até 2011/1. Leciona desde agosto de 2011, na Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC). Atualmente é Membro do Núcleo Docente Estruturante, sendo que leciona Teoria Geral do Processo e Prática Processual Administrativa. Possui certificado de conhecimento da língua italiana, emitido pela Università per Stranieri Perugia (2006). Advogado. E-mail: mauriciosavino@hotmail.com

³ Graduado em Direito pela Universidade do Sul de Santa Catarina (2010) e Pós-Graduado em Direito Tributário Latu sensu. Atua como professor da Graduação e Pós-Graduação latu sensu na Escola Superior de Criciúma - Esucri. Gestor e Coordenador da unidade de Criciúma da rede de ensino Damásio

RESUMO

O presente estudo tem por objetivo analisar a responsabilização jurídica da concessionária Via Quatro do metro de São Paulo, que passou a coletar dados pessoais dos consumidores sem o devido consentimento. O problema deste artigo está na seguinte indagação: a utilização conjunta de inteligência artificial e placas interativas, aliadas a coleta de dados pessoais, são capazes de interferir no poder de escolha do consumidor? Para o desenvolvimento da pesquisa, buscou-se no primeiro capítulo compreender a necessidade de defesa do consumidor na sociedade da informação; no segundo capítulo verificou-se a influência da inteligência artificial no poder de escolha. No terceiro capítulo de desenvolvimento, analisou-se a responsabilização jurídica pela ausência de consentimento na coleta de dados pessoais no caso da via quatro do metro de São Paulo. Foi possível verificar como essas práticas empresariais indesejadas e excessivas podem configura assédio de consumo, indicando a necessidade de normas constitucionais e infra legais capazes de regular essa relação. Concluiu-se, em linhas gerais que o dever de diligência e padrões éticos se mostram como indispensáveis para a limitação dos agentes empresariais, bem como constituem-se como padrões relevantes para a configuração da responsabilidade civil dos agentes. Quanto à metodologia empregada, a análise dos resultados está composta na base lógica dedutiva, enquanto que as técnicas de pesquisa foram bibliográfica e documental.

PALAVRAS-CHAVE: Direitos humanos; Sociedade de consumo; Inteligência artificial; Consumidor; Vulnerabilidade.

ABSTRACT

This study aims to analyze the legal responsibility of the concessionaire Via Quatro of the São Paulo metro, which started to collect personal data from consumers without proper consent. The problem with this article is the following question: are the combined use of artificial intelligence and interactive boards, combined with the collection of personal data, capable of interfering in the consumer's power of choice? For the development of research, the first chapter sought to understand the need for consumer protection in the information society; in the second chapter, the influence of artificial intelligence on the power of choice was verified. In the third development chapter, legal accountability for the absence of consent in the collection of personal data was analyzed in the case of track four of the São Paulo metro. It was possible to verify how these unwanted and excessive business practices can constitute consumer harassment, indicating the need for constitutional and infra-legal rules capable of regulating this relationship. In general, it was concluded that the duty of care and ethical standards are shown to be indispensable for limiting business agents, as well as being relevant standards for the configuration of agents' civil liability. As for the methodology used, the analysis

Educacional S/A. Advogado militante na área de direito e processo tributário e do Trabalho. Participou ativamente na organização de simpósios nacionais e internacionais de direito, seminários e palestras de relevância nacional. Atualmente é discente do Programa de Pós-graduação em Direito da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC. E-mail: henrique_lapa@hotmail.com

of the results is composed on the deductive logical basis, while the research techniques were bibliographic and documentary.

Keywords: Human rights; Consumer society; Artificial intelligence; Consumer; Vulnerability.

1 INTRODUÇÃO

A atual sociedade vive um momento amplamente conectado, pois suas interações virtuais protagonizam novas relações sociais. Sistemas e comandos dirigidos pela inteligência artificial (IA) são comumente utilizados em espaços privados, empresariais e públicos, cuja interação se torna cada vez mais presente em nosso cotidiano. A globalização, fato firmemente concretizado com o movimento neoliberal, catalisou esse panorama que culminou com o desenvolvimento de novas tecnologias empregadas para fomentar a geração de riqueza, protagonizando o consumo e principalmente a construção da informação.

Nesse ambiente hiperconectado⁴, verifica-se que as pessoas passam a ser representadas por dados, rotinas de compras e gastos, onde essas amostras são sua reanimação em um novo plano de existência, e a informação passa a ser a principal moeda corrente. Essa nova forma de onerar as relações sociais, vale-se da possibilidade de multiplicar o consumo a partir das informações pessoais e privadas do usuário ou consumidor, dirigindo a publicidade por meio das mídias sócias intermediadas pelo uso de inteligência artificial.

O manuseio da tecnologia aliada à crescente necessidade do consumidor em adquirir produtos em maior quantidade e velocidade, criou um ambiente propulsivo para a disseminação das novas tecnologias e do uso da inteligência artificial, quando, então, a tecnologia tomará decisões que poderão sugerir questionamentos éticos e a responsabilidade civil dos interessados⁵. Esse cenário agrava a reconhecida e presumida

⁴ O termo hiperconectividade está hoje atrelado às comunicações entre indivíduos (*PERSON-TO-PERSON*, P2P), indivíduos e máquina (*HUMAN-TO-MACHINE*, H2M) e entre máquinas (*machine-to-machine*, M2M) valendo-se, para tanto, de diferentes meios de comunicação. Magrani, 2018, p. 21)

⁵ “A utilização de dados pessoais para alimentar os novos sistemas de inteligência artificial e a sua utilização para tomar decisões proporcionam uma acurácia bastante significativa para um número crescentes de aplicações. Isto abre espaço para, ao menos, dois temas centrais para os debates sobre autonomia e direitos fundamentais nos próximos anos: os efeitos que a utilização desses sistemas causará para a pessoa e sua autonomia pessoal, bem como a necessidade de qualificar a natureza desses instrumentos e sistemas de inteligência artificial. Nesse debate, a necessidade de que sejam proporcionadas soluções que preservem os direitos fundamentais, dentro de um quadro de intenso desenvolvimento tecnológico e mesmo de questionamento de alguns institutos centrais do ordenamento jurídico, sugere a necessidade de recorrer à

hipossuficiência do consumidor, elevando essa característica a um status de hipervulnerabilidade. A cadeia de consumo, baseada em necessidades efêmeras e fugazes da sociedade pós-moderna, que utilizam do consumo compensatório e de um ambiente virtual a fim de alcançar uma sensação de felicidade e de saciedade momentânea, fica ainda mais prejudicada quando os direitos humanos da privacidade e da intimidade restam infringidos. Tão rápidas, diárias e avassaladoras são essas mudanças que o Direito não consegue dar respostas efetivas na mesma velocidade em que surgem os conflitos.

Nesse cenário efêmero e com largas conexões, nota-se que o indivíduo passa a reclamar a proteção da privacidade, notadamente por se tratar de um direito fundamental de primeira grandeza, reconhecido como direito de personalidade, com caracteres de indisponibilidade, intransmissibilidade, inalienabilidade e imprescritibilidade. A privacidade não raras vezes é desrespeitada pela ausência de consentimento do consumidor no uso ou venda de seus dados pessoais, bem como pela utilização deles para compor uma base de dados que orienta os atos autônomos da inteligência artificial. Em verdade tão rápidas, diárias e avassaladoras são as mudanças sem que o Direito consiga dar respostas efetivas na mesma velocidade do surgimento dos conflitos.

São muitos os exemplos do uso de dados sem o consentimento do consumidor, mas nesse trabalho será analisada especialmente a instalação de portas interativas na plataforma da concessionária ViaQuatro do metro de São Paulo, que passou a coletar dados pessoais dos consumidores sem o devido consentimento. A tecnologia instalada reconhece a presença humana e identifica a quantidade de pessoas que passam e olham para tela. A sagacidade da tecnologia, é que o sensor é posicionado acima de uma propaganda publicitária, buscando captar a emoção, gênero e aspectos pessoais da persona posicionada em frente ao sensor⁶. A discussão que se instaura refere-se aos direitos do consumidor frente a responsabilidade jurídica ocasionada pela utilização de dados sem consentimento, a partir de inteligência artificial. Tais reflexões pretendem responder, por fim, à seguinte indagação: a utilização conjunta de inteligência artificial e placas interativas, aliadas a coleta de dados pessoais, são capazes de interferir no poder de escolha do consumidor? Portanto, este trabalho tem por objetivo geral o de identificar,

ética como instrumento capaz de encaminhar soluções que, eventualmente, e se for o caso, possam consolidar-se em alternativas legislativas posteriormente” (DONEDA et al., 2018, p. 03).

⁶ Inicial ação Civil Pública (IDEC – INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Ação civil pública com pedido de tutela de urgência**. São Paulo, ago. 2018. Disponível em: <https://idec.org.br/sites/default/files/acp_viaquatro.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2021.

a partir da interação entre as categorias inteligência artificial e consumo, a responsabilidade jurídica frente a situações em que há manipulação no poder de escolha do consumidor, a partir da análise de caso do ViaQuatro do metro de São Paulo.

Para cumprir este objetivo geral, apresentam-se os seguintes objetivos específicos: (i) compreender a necessidade de defesa do consumidor na sociedade da informação; (ii) verificar a influência da inteligência artificial no poder de escolha; (iii) analisar a responsabilização jurídica pela ausência de consentimento na coleta de dados pessoais no caso da via quatro do metro de São Paulo.

Desenvolver-se-á o presente estudo por intermédio de pesquisa bibliográfica nos referenciais pertinentes, bem como de pesquisa documental, na legislação aplicável. Utilizou-se, na escrita, o procedimento dedutivo, bem como, para a apresentação, o formato monográfico.

2 A SOCIEDADE DO CONSUMO E DA INFORMAÇÃO: A NECESSIDADE DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

A sociedade contemporânea, também conhecida como pós-moderna ou industrial, carrega consigo um duplo pressuposto tácito: vive-se a sociedade do consumo ou da informação.

Na contemporaneidade, portanto, existe evidência de que o consumo deve fruir em abundância, em decorrência da criação multiplicada de objetos e serviços, dando origem a uma ciência que estuda as relações estabelecidas entre os bens e o homem (BAUDRILLARD, 1995, p. 15). Subentende-se que toda a multiplicidade de objetos, de serviços, e de materiais colocados à disposição do consumidor, deve ser explorada à exaustão, de modo a esvaziar todas as possibilidades de seu uso. Essa realidade é própria de uma sociedade de consumo contemporânea, na qual a regra é a aquisição de produtos de consumo rápido e efêmero, voltados ao luxo ou ao mero deleite, extrapolando a visão clássica da satisfação de suas necessidades básicas.

A Sociedade da Informação, por sua vez, é lastreada na criação, circulação e oneração da informação, consubstanciada em um novo ambiente que proporciona novas interações humanas (PEZZELLA; GHISI, 2015, p.11), com nítidos reflexos nos diversos subsistemas sociais (econômico, jurídico, familiar, político), provocando alterações significativas no cotidiano (LOSANO, 2011, p. 25). Nesse processo, ao utilizar-se dos

dispositivos colocado a sua disposição, a pessoa humana se transmuda em um ser representado pela informação, conhecido por dados, números, rotinas de compras e gastos, na forma de textos, imagens, sons e dados registrados, onde dados são sua vivificação em um novo plano de existência (PEZZELLA; GHISI, 2015, p. 11), cuja manipulação pode ser benéfica ou nefasta.

Diante dessa realidade, o indivíduo passa a reclamar a proteção da privacidade, notadamente por se tratar de um direito fundamental de primeira grandeza, reconhecido como direito de personalidade, com caracteres de indisponibilidade, intransmissibilidade, inalienabilidade e imprescritibilidade. A privacidade não raras vezes é desrespeitada pela ausência de consentimento do consumidor no uso ou venda de seus dados pessoais, bem como pela utilização deles para compor uma base de dados que orienta os atos autônomos da inteligência artificial. Em verdade tão rápidas, diárias e avassaladoras são as mudanças sem que o Direito consiga dar respostas efetivas na mesma velocidade do surgimento dos conflitos.

Na perspectiva dialética, a tecnologia incorpora a sociedade, e esta, por sua vez, faz uso da tecnologia, como mesmo expressa Lévy (1999), utilizando-se da metáfora bélica⁷. Nessa ótica, não se observa um sequela das novas tecnologias da informação sobre a sociedade. Ambas complementam-se e se desenvolvem, justamente porque o ambiente social não é um recipiente vazio, mas que suporta os inputs das novas tecnologias (GHISI; PEZZELLA, 2013, p. 248). Nessa linha é que Lévy, ao falar sobre a técnica, explica:

“Não somente as técnicas são imaginadas, fabricadas e reintegradas durante seu uso pelos homens, como também é o próprio uso intensivo de ferramentas que constitui a humanidade como tal (junto com a linguagem e as instituições sociais complexas).” (LÉVY, 1999, p. 21)

Orientado por essa relação é que Lévy (1999) continua afirmando a interdependência da sociedade, da cultura, e da tecnologia, ao afirmar que é “impossível separar o humano de seu ambiente material, assim como dos signos e das imagens por meio dos quais ele atribui sentido à vida e ao mundo” (LÉVY, 1999, p. 22), demonstrando que não há um simples impacto das tecnologias na sociedade, mas sim um processo intermitente de evolução. (GHISI; PEZZELLA, 2013, p. 248).

⁷ A tecnologia seria algo comparável a um projétil (pedra, obus, míssil?) e a cultura ou a sociedade a um alvo vivo (Lévy, 1999, p.21)

Ciente de toda a tecnologia, bem da forma como interfere na sociedade contemporânea, indispensável ressaltar a necessidade de defesa do consumidor, o que deve, indispensavelmente, perلustrar uma perspectiva constitucional, com enfoque nos direitos humanos.

O direito à privacidade esta inscrito no conjunto dos direitos fundamentais, e como tal é também componente dos direitos humanos, admitidos como direitos que cabem ao ser humano pelo simples fato de assim se constituir (BOBBIO, 1992, p. 17), comumente compreendidos como aqueles direitos inerentes ao ser humano, mas não necessitam estar necessariamente positivados para serem reconhecidos ou fruídos pela pessoa humana.

A toda evidência, os direitos humanos despontam com intuito universalista, sem fronteiras, reclamando sua validade em qualquer parcela de tempo e espaço, justificados em que são direitos humanos pelo só e simples fato do seu destinatário, o ser humano, existir (GHISI; PEZZELLA, 2013, p. 245). Nesse passo, Sarlet (2010, p. 29) compreende a ideia de transnacionalidade e validade universal dos direitos humanos, como concepção política, afirmando que:

Em que pese sejam ambos os termos (‘direitos humanos’ e ‘direitos fundamentais’) comumente utilizados como sinônimos, a explicação corriqueira, e diga-se de passagem, procedente para a distinção é de que o termo ‘direitos fundamentais’ se aplica àqueles direitos do ser humano reconhecidos e positivados na esfera do direito constitucional positivo de determinado Estado, ao passo que a expressão ‘direitos humanos’ guardaria relação com os documentos de direito internacional, por referir-se àquelas posições jurídicas que se reconhecem ao ser humano como tal, independentemente de sua vinculação com determinada ordem constitucional, e que, portanto, aspiram à validade universal, para todos os povos e tempos, de tal sorte que revelam um inequívoco caráter supranacional (internacional) (SARLET, 2010, p. 29).

Concebendo, portanto, que a privacidade é um dos direitos fundamentais, nota-se que a sua defesa é uma prioridade, inclusive, em uma sociedade amplamente conectada como a contemporânea. A sociedade pós-moderna em que vivemos é ladeada por um ambiente de novas tecnologias que coletam dados privados e pessoais para verdadeiramente inventariar de forma criptografada nossos hábitos e costumes.

Nesse contexto constitucional, na esteira da valorização de questões sociais e humanas, há algumas décadas, despontou e fortaleceu-se no Brasil e em outros países a preocupação com os direitos e a proteção do consumidor no mercado. Fenômeno que deu

azo à formação do Direito do Consumidor, e retrata, desde a Constituição Federal de 1988, indubitável direito fundamental. Da mesma forma – ainda que de maneira mais recente, é verdade –, aliam-se a esses direitos também à noção de direitos humanos, não necessariamente pela letra de quaisquer textos normativos, mas pela substancialidade que o ato de consumir representa hoje na vida humana.

Esse processo do nascimento de direitos novos referentes ao homem, ainda que favorecido pelos ideais da cultura liberal-burguesa, e pela teoria do jus racionalismo, deve-se em grande parte as transformações da sociedade (WOLKMER, 2013, p. 124). Assim, que para BOBBIO (2004) o desenvolvimento e a evolução social estão diretamente vinculados com o nascimento, ampliação e a universalização dos "novos" direitos. Essa multiplicação histórica dos "novos" direitos processou-se, no dizer de Bobbio, por três razões:

- a) porque aumentou a quantidade de bens considerados merecedores de tutela;
- b) porque foi estendida a titularidade de alguns direitos típicos a sujeitos diversos do homem; c) porque o próprio homem não é mais considerado como ente genérico, ou homem em abstrato, mas é visto na especificidade ou na concreticidade de suas diversas maneiras de ser em sociedade, como criança, velho, doente, etc. (BOBBIO, 2004,33)

Todavia, é inegável que no Brasil a preocupação com os direitos dos consumidores – e o Direito do Consumidor como um todo – é considerada relativamente nova. Este entendimento é plenamente justificável, haja vista o ingresso do Código de Defesa do Consumidor (CDC) no ordenamento ter-se dado (apenas) em 1990. É fato que as noções de proteção da relação de consumo e de garantia de uma qualidade (e segurança) mínima aos consumidores sempre foi tratada a partir de uma perspectiva meramente individual. Todavia, principalmente em virtude das transformações implicadas pela industrialização, é que o assunto ganhou maior relevância, passando a refletir matéria de interesse mundial.

O consumo, após a industrialização e a superabundância de mercadorias a disposição do consumidor, bem como pelo contínuo estímulo (inclusive pela aplicação da inteligência artificial) passou a ser uma obrigatoriedade e uma função do cidadão, sob pena de desumanização do sujeito.

Nesse contexto, ainda na esfera infraconstitucional, o Código de Defesa do Consumidor é o direito básico daquele que adquire mercadoria ou serviços, o qual expressamente garante a “proteção de suas informações pessoais, nos termos da Lei nº

12.527, de 18 de novembro de 2011” (art. 6º, IV, do Código de Defesa dos Direitos do Usuário dos Serviços Públicos). A mencionada *lei de Acesso à Informação*, define que “informação pessoal” é “aquela relacionada à pessoa natural identificada ou identificável”, também dispondo que o tratamento de informações pessoais deve ser feito de forma transparente, e qualquer transferência a terceiros apenas poderá ser realizada caso estipulada por previsão legal ou com consentimento expresso do titular dos dados⁸.

A LGPD harmonizou essas legislações esparsas e definiu um conceito jurídico para dados pessoais no direito brasileiro, bem como definiu o importante conceito jurídico de “tratamento de dados pessoais”. Conforme a legislação, o tratamento é.

[...] toda operação realizada com dados pessoais, como as que se referem a coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração (BRASIL, 2018).

Nota-se, pela análise da legislação acima descrita, que a Lei de Dados Pessoais no Brasil estrutura-se a partir uma matriz principiológica⁹, admitindo o conceito de consentimento enquanto “manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada” (Lei 13.709/2018, Art. 5º, XII). O referido ordenamento consagra um regime específico para

⁸ Art. 31 da Lei de Acesso à informação (LAI).

⁹ “I - finalidade: realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades; II - adequação: compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas ao titular, de acordo com o contexto do tratamento; III - necessidade: limitação do tratamento ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos em relação às finalidades do tratamento de dados; IV - livre acesso: garantia, aos titulares, de consulta facilitada e gratuita sobre a forma e a duração do tratamento, bem como sobre a integralidade de seus dados pessoais; V - qualidade dos dados: garantia, aos titulares, de exatidão, clareza, relevância e atualização dos dados, de acordo com a necessidade e para o cumprimento da finalidade de seu tratamento; VI - transparência: garantia, aos titulares, de informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes de tratamento, observados os segredos comercial e industrial; VII - segurança: utilização de medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou difusão; VIII - prevenção: adoção de medidas para prevenir a ocorrência de danos em virtude do tratamento de dados pessoais; IX - não discriminação: impossibilidade de realização do tratamento para fins discriminatórios ilícitos ou abusivos; X - responsabilização e prestação de contas: demonstração, pelo agente, da adoção de medidas eficazes e capazes de comprovar a observância e o cumprimento das normas de proteção de dados pessoais e, inclusive, da eficácia dessas medidas”.

a obtenção de consentimento pelo titular dos dados pessoais, fortalecendo assim a autonomia dos indivíduos perante a coleta de suas informações pessoais¹⁰.

Dentre outras situações, o “princípio do consentimento” – enquanto elemento fundamental para a proteção de dados pessoais – da mesma forma contempla a inviolabilidade e sigilo do fluxo de suas comunicações pela internet, o não fornecimento a terceiros de seus dados pessoais, bem como a exposição de informações claras e completas sobre coleta, uso, armazenamento, tratamento e proteção de seus dados pessoais (BRASIL, 2014), assegurando da mesma forma a “autodeterminação informativa”.

Esse argumento sedimenta-se na necessidade de defesa dos direitos constitucionais da privacidade e da intimidade do consumidor refere-se à necessidade de transparência na relação de consumo na era virtual. Como já mencionado, Marques (2020) ressalta a evidente “opacidade das lógicas de inteligência artificial no consumo” na era digital, descrevendo que:

“Uma classe refinada de técnicas de IA está revolucionando o modo como os fornecedores estão conduzindo o mercado. Por meio dessas técnicas, analisam-se tendências, buscam-se previsões, quantificam-se incertezas, antecipam-se necessidades e informa-se aquilo que se considera relevante às ações produtivas, sugerindo-se, inclusive, cursos de ação e de comportamento. Aos fornecedores, traduz-se em uma espécie de insumo, o qual promete mais eficiência e menores custos na produção, distribuição e comercialização de produtos e serviços. É o emprego dessa tecnologia que, de um lado, permite a esses agentes econômicos controlar estoques, preços e quantidades de transações e, por outro, oferecer bens de consumo e estipular condições contratuais específicas a determinados consumidores, de modo a, por vezes, obstaculizar ou restringir o acesso ao consumo quando os sistemas de IA tomam decisões por meio de lógicas opacas”. (MARQUES, 2020)

Dessa forma, quando se observa a inexistência de divulgação dos critérios técnicos e informações sobre a forma de processamento dos dados privados e sensíveis, verificam-se inúmeras distorções de mesma proporção. A partir desses dados, inclusive, é possível identificar a possibilidade de nutrir sistemas de inteligência artificial, cujos algoritmos podem influenciar o direito de escolha do consumidor, como será a seguir discutido.

¹⁰ “Art. 8º O consentimento previsto no inciso I do art. 7º desta Lei deverá ser fornecido por escrito ou por outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular. (...)§ 2º Cabe ao controlador o ônus da prova de que o consentimento foi obtido em conformidade com o disposto nesta Lei. § 3º É vedado o tratamento de dados pessoais mediante vício de consentimento. (...)”

3 A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E SUA INFLUÊNCIA NO PODER DE ESCOLHA

A globalização vem sendo descrita como um instrumento para a efetivação da igualdade, e as novas tecnologias como caminho para a inclusão e manutenção de uma sociedade de consumo. Cláudia Lima Marques e Bruno Miragem (2014, p. 11), indicam que o pós-modernismo é um fenômeno contemporâneo à globalização, em que se verifica a formação de uma sociedade de consumo e de produção em massa:

(...) sociedade de serviços, sociedade da informação, altamente acelerada, globalizada e desmaterializada. Esta circunstância produz novas realidades e novas perguntas para o direito. Mas também oferece a oportunidade que se produzam novas respostas.

Todavia, ainda que a multinacionalização e a internet representem verdadeiras conexões das lacunas que existem entre as pessoas e países, ambas podem ameaçar a privacidade, a intimidade, direitos humanos e os direitos do consumidor.

Essa ameaça pode ser tanto pela coleta incorreta dos dados sensíveis do consumidor, como pela manipulação dos dados privados do cidadão, a partir da relação entre algoritmo¹¹, inteligência artificial e o ser humana. A relação pode ser crítica, porque todo algoritmo precisa de uma inserção, um *input* para funcionar. A problemática, portanto, decorre do fato de que essa interação humana pode carregar infrações éticas do operador, o que, evidentemente, contamina um algoritmo pretensamente neutro (TEFFÉ, 2020, p. 310). Muitos são os exemplos das anomalias criadas pela falta de fatores éticos, como o recurso do *Google Fotos* que identificou pessoas negras como sendo gorilas (HARADA, 2015), ou mesmo no caso da Tay¹², que em algumas horas emitiu declarações racistas, antissemitas, sexistas, conspiratórias e revisionistas no Twitter, as quais poderiam até mesmo ser qualificadas penalmente como injúrias raciais, crimes de incitação ao ódio e discriminação racial.¹³

¹¹Um algoritmo pode ser definido como um conjunto de regras que definem uma sequência de operações. Conjuntos de algoritmos podem ser usados para diversos fins, como o desenvolvimento de modelos de previsão de cenários e comportamentos. Ou, ainda, um conjunto de instruções matemáticas ou regras que, especialmente se dadas a um computador, ajudarão a calcular uma resposta para um problema.

¹²Inteligência Artificial da Microsoft

¹³Em fevereiro de 2017, a Microsoft lançou Tay, sua inteligência artificial criada para interagir com os internautas de maneira totalmente autônoma. Somente algumas horas após sua estreia no Twitter, Tay emitiu declarações racistas, antissemitas, sexistas, conspiratórias e revisionista. Aqui, quem seria

Da mesma forma como os sistemas autônomos de inteligência artificial coletam nossos dados, espontaneamente podem sugerir novas conclusões, e por isso serem utilizados para gerar lucro. Fato é que a indústria conhece o poder dos dados, como explica FRAZÃO:

A exploração de algoritmos para tais fins encontra-se no contexto de um mercado multibilionário, cuja proposta é a de substituir as decisões humanas, consideradas naturalmente falhas e enviesadas, pelas escolhas algorítmicas, vistas como mais eficientes, objetivas e imparciais. Grandes empresas investem fortemente nesse segmento, não somente para ajudar clientes e consumidores – aí incluindo o próprio governo – em suas escolhas, como também para orientar seus próprios processos decisórios internos. (FRAZÃO, 2018)

A obtenção de lucro torna-se exponencial quando o fornecedor se utiliza dessa ferramenta a fim de influenciar o poder de escolha do cidadão, com o objetivo claro da obtenção de lucro, incentivando o consumo. HARARI (ano) é categórico ao afirmar que *“Se tiverem dados biométricos e capacidade computacional suficientes, sistemas de processamento de dados externos poderão intervir em todos os seus desejos, todas as suas decisões e opiniões. Poderão saber exatamente quem é você.”* (AUTOR, 2018, p.).

Conhecer o consumidor dá a indústria dados objetivos para a tomada de decisões mais assertivas, o que os torna muito valiosos. Nossos dados, quando utilizados e manipulados para meios escusos, podem influenciar nosso poder de escolha, sem que ao menos seja possível perceber essa interação. HARARI debate esse tema, e descreve como se dá essa interpelação:

Mesmo se você for, e continuar a se esconder de si mesmo e de seus colegas de turma, não conseguirá se esconder da Amazon, do Alibaba e da polícia secreta. Quando estiver navegando na internet, assistindo a vídeos no YouTube ou lendo mensagens nas suas redes sociais, os algoritmos vão discretamente monitorá-lo, analisá-lo e dizer à Coca-Cola que, se ela quiser lhe vender alguma bebida, melhor seria usar o anúncio com o sujeito sem camisa, e não o da garota sem camisa. Você nem vai saber. Mas eles saberão, e essa informação valerá bilhões. (HARARI, 2018, p.)

Esse exemplo refere-se a um ato de consumo mezinho¹⁴, mas que evidentemente pode tomar maior proporção. A partir do uso das plataformas digitais, nossos hábitos estão constantemente sendo monitorados e transformados em números.

responsável pelo erro inumano de Tay (algoritmo de inteligência artificial): o designer, o usuário, o proprietário ou o chatbot? (SOULEZ, 2018, p. 83).

¹⁴ Refere-se a sua linguagem figurada, expressando “simples” ou “comum”

Ao ver um filme, ou ouvir uma música, o aplicativo sabe nossa preferência e, não raro, sugere próximas mídias para consumo com misteriosa precisão. Ao fazer pesquisas na internet, confiamos nas respostas apresentadas pelo aplicativo de pesquisa, sem questionar se o que se apresenta são todas as respostas possíveis ou apenas àquelas que tem afinidade com os hábitos de consumo ou pesquisas anteriores.

Essas tecnologias estão em franca evolução. Hoje, inclusive, é possível detectar e monitorar emoções humanas com base nos movimentos dos olhos e dos músculos faciais. Este é exatamente o caso que se estuda no presente artigo. Ao saber quais cenas nos fizeram rir, e quais nos deixaram inconformados, poderão orientar as novas políticas das empresas. O problema está, no entanto, em sermos hackeados como menciona HARARI:

À medida que cientistas chegam a uma compreensão mais profunda de como humanos tomam decisões, a tentação de se basear em algoritmos provavelmente vai aumentar. Hackear a tomada de decisão por humanos não só fará os algoritmos de Big Data serem mais confiáveis; ao mesmo tempo, fará com que os sentimentos humanos sejam menos confiáveis. À medida que governos e corporações obtêm sucesso ao hackear o sistema operacional humano, ficaremos expostos a uma enxurrada de manipulações guiadas com precisão. Pode ficar tão fácil manipular nossas opiniões e emoções que seremos obrigados a nos basear em algoritmos do mesmo modo que um piloto, ao sofrer um ataque de tontura, tem de ignorar o que seus sentidos estão lhe dizendo e depositar toda a sua confiança nos aparelhos. (2018 , p)

O fato é que um novo paradigma se aproxima. A partir do momento em que percebemos que a IA pode indicar o melhor caminho, ou a correta solução de um problema, começamos a confiar a tomada de decisão a um algoritmo também para nos dizer o que devemos estudar, qual profissão seguir, com quem casar ou em quem votar. *“Já estamos nos tornando, hoje em dia, minúsculos chips dentro de um gigantesco sistema de processamento de dados que ninguém compreende a fundo”* (HARARI, 2018). Mesmo em sociedades supostamente livres, algoritmos podem ganhar autoridade, porque aprenderemos, por experiência, a confiar a eles cada vez mais tarefas, e aos poucos, perdermos nossa aptidão para tomar decisões por nós mesmos.

A crítica e o debate sobre a tomada de decisão e a influência da tecnologia nesse processo é indispensável, porque conforme baseamos nossas decisões a uma programa, e consideramos que ela é mais assertiva, podemos concluir ao mesmo tempo que os sentimentos humanos são menos confiáveis. Um exemplo dessa prática é a forma como confiamos a mobilidade urbana a um aplicativo de celular. Ao buscar um destino,

automaticamente confiamos a nossa direção ao *waze*¹⁵ ou *google maps*¹⁶, acreditando que a rota descrita é a mais rápida, sem ao menos imaginar que o caminho indicado necessariamente passe por um patrocinador relevante, ou que o mesmo possa estar nos levando por um caminho arriscado ou inexistente. Em março de 2012, por exemplo, três turistas japoneses decidiram viajar para uma pequena ilha ao largo da costa na Austrália e caíram com o carro direto no oceano Pacífico¹⁷.

Um exemplo da potencial utilização de dados pessoais para fins escusos, refere-se aos fatos envolvendo a eleição presidencial americana de 2016 e do Brexit (Reino Unido), tornando público o envolvimento da empresa britânica Cambridge analytica como potencial manipuladora do processo político por meio da inteligência artificial.

Em 2016 a campanha de Donald Trump contratou os serviços da empresa Cambridge Analytica para fazer seu marketing político. A mencionada empresa mapeou o perfil psicológico no big five das regiões eleitorais americanas, através de informações do perfil psicológico dos eleitores, de sua localização, seus hábitos de consumo entre outros. Baseados nesse perfil criaram uma campanha de marketing usando microtargeting tentando influenciar a decisão de votos dos eleitores (PRIMI, 2018, p. 94). O caso se inicia com a criação de um aplicativo que operava no Facebook, o *thisisyourdigitallife*, com o objetivo de desenvolver pesquisas acadêmicas. Para isto, o app coletava informações privadas dos perfis de 270 mil usuários, com seu consentimento, o que até então era permitido e estava de acordo com os termos de uso do Facebook. O escândalo veio a público em março de 2018, quando Christopher Wylie¹⁸, concedeu depoimentos à imprensa, revelando que os perfis foram colhidos para fins de manipulação política na esfera pública conectada (MAGRANI, 2018, p.18)

A partir dessa visão, nota-se, portanto, um potencial causador de dano ao cidadão, com a possível responsabilização do operador pela captação irregular e consequente inserção de dados sem critérios éticos. O que se questiona, portanto, é se a construção de

¹⁵ O Waze desenvolve soluções práticas que possibilitam às pessoas fazer escolhas melhores, como pegar a rota mais rápida, sair na hora certa e dividir caronas diariamente. Disponível em <<https://www.waze.com/pt-BR/about>> Acesso em: 01 out. 2020.

¹⁶ Aplicativo de smartfone que auxilia a mobilidade urbana. Disponível em <<https://www.google.com/intl/pt-BR/maps/about/>>. Acesso em: 01 out. 2020.

¹⁷ Disponível em <<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2012/03/turistas-japoneses-acabam-com-o-carro-em-mar-aberto-por-causa-de-erro-em-gps.html>>. Acesso em: 01 out. 2020.

¹⁸ Personagem que trabalhava para obter dados de usuários no Facebook e repassar para a empresa Cambridge Analytica (contratada internacionalmente por diversos políticos em tempos eleitorais)

algoritmos objetivos, de forma acrítica, baseadas voluntariamente nas informações coletadas das pessoas, poderia estar sujeito a erro, uma vez que representa um parâmetro pouco confiável das verdadeiras preferências das pessoas.

Como será demonstrado nos tópicos a seguir, a utilização das “Portas Interativas” pela Via Quatro implica em tratamento de dados pessoais e falha em cumprir com os requisitos mínimos de legalidade criados pelo direito brasileiro, uma vez que a interação independe do consentimento do consumidor.

4 ANÁLISE DO CASO DA VIA QUATRO DO METRO DE SÃO PAULO E A RESPONSABILIZAÇÃO JURÍDICA PELA AUSÊNCIA DE CONSENTIMENTO NA COLETA DE DADOS PESSOAIS

Atentos a necessidade de defesa dos direitos do consumidor em um cenário hiperconectado, e da flagrante possibilidade da inteligência artificial influenciar nosso poder de escolha, busca-se analisar o caso da ViaQuatro do metro de São Paulo, que por meio da instalação de portas interativas na plataforma de acesso, coleta dados pessoais dos consumidores sem o seu devido consentimento.

Na ocasião, a mencionada concessionária anunciou à instalação de portas de plataforma interativas, cujo foco era a identificação de emoção (raiva, alegria, neutralidade), gênero e faixa etária das pessoas posicionadas em frente ao sensor. Cientes dessa situação, o IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor), promoveu Ação Civil pública matriculada sob n. 1090663-42.2018.8.26.0100¹⁹, com o intuito de, entre outros requerimentos, a cessão da coleta de dados dos consumidores por meio das “portas interativas digitais”²⁰.

¹⁹ Até a data da submissão deste artigo, o processo encontra-se concluso para sentença. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cpopg/show.do?processo.codigo=2S000WSPS0000&processo.foro=100&processo.numero=1090663-42.2018.8.26.0100&uuidCaptcha=sajcaptcha_1186c4ef39a64175889051825408ddc9>. Acesso em 17 fev. 2021.

²⁰ Com o manejo da citada demanda, buscam comprovar que a conduta ilegal da Ré: (i) viola o direito básico do usuário de serviços públicos a “proteção de suas informações pessoais, nos termos da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011” (art. 6º, IV, do Código de Defesa dos Direitos do Usuário dos Serviços Públicos); (ii) descumpre os parâmetros definidos pelo art. 10 da Lei 13.709/2018; (iii) descumpre o direito básico do consumidor de proteção contra práticas abusivas nos termos do art. 6º, IV, do CDC; (iv) consiste em prática abusiva, nos termos do art. 39, V do CDC, pois exige do consumidor vantagem manifestamente excessiva; (v) desobedece a obrigação dos fornecedores de informar aos consumidores de forma clara sobre os preços de produtos e serviços ofertados (artigos 6º e 31, do CDC); e (vi) a proibição de imposição de cumprimento de obrigações excessivamente onerosas pelos consumidores que ensejem vantagens manifestamente excessivas para os fornecedores (arts. 6º, V, 39, V, e 51, §1º, I a III); (vii) descumpre o direito constitucional de proteção de imagem (art. 5º, CF) e viola o artigo 20 do Código Civil; (viii) infringe o direito de crianças e adolescentes pela coleta de dados pessoais.

A controvérsia assenta-se na “adesão compulsória” do consumidor aos termos de uso da tecnologia implementada pela concessionária ViaQuatro. Nota-se que a empresa sequer disponibiliza aos passageiros a opção de anuir com a extração e manipulação de seus dados por um sistema dotado de IA, cujo funcionamento e finalidades são opacos e obscuros. A situação é agravada tanto pela inexistência de transparência, como pelo local da coleta de dados, ou seja, a empresa coleta os dados em local público e de trânsito imprescindível para muitos dos passageiros, tornando a população refém de uma pesquisa de mercado.

Por mais que os sistemas de reconhecimento tenham sido aplicados com mais frequência nos últimos anos, a sua concepção remonta a década de 50 (cinquenta). O sistema começou a ser desenvolvido por Woody Bledsoe, professor da Universidade do Texas, em Austin, que trabalhou para fazer avanços nos campos do raciocínio automatizado e da inteligência artificial:

No início de sua carreira, Woody se empolgou na tentativa de dar às máquinas uma capacidade humana específica, relativamente não celebrada, mas perigosamente poderosa: a capacidade de reconhecer rostos. Lance sabia que o trabalho de seu pai nessa área - as primeiras pesquisas sobre tecnologia de reconhecimento facial - havia atraído o interesse das agências mais secretas do governo dos Estados Unidos. Os principais financiadores de Woody, na verdade, parecem ter sido empresas de fachada para a CIA. Lance tinha acabado de incinerar as evidências dos primeiros esforços de Washington para identificar pessoas individualmente em uma escala massiva e automatizada?²¹ (RAVIV, 2020, p. 01). (tradução livre)

Hoje, o reconhecimento facial se tornou um recurso de segurança preferido para telefones, laptops, passaportes e aplicativos de pagamento, que promete revolucionar o negócio de publicidade direcionada e agilizar o processo de consumo do cidadão. Seguindo a evolução da tecnologia e a sua respectiva regulamentação, em 2012 fora registrada a patente do trabalho “Representação unificada de rostos para reconhecimento individual em vídeos de vigilância e sistema de super-resolução de logotipos de veículos” (*Unified face representation for individual recognition in surveillance videos and vehicle logo super-resolution system*²²) (IDEC, 2018), no bojo do qual se observa que “a expressão facial desempenha um papel significativo na comunicação humana, além de

²¹ The Secret History of Facial Recognition Sixty years ago, a sharecropper’s son invented a technology to identify faces. Then the record of his role all but vanished. Who was Woody Bledsoe, and who was he working for?. (RAVIV, 2020).

²² Tradução livre: Representação unificada de rosto para reconhecimento individual em vídeos de vigilância e sistema de super-resolução de logotipo de veículo

ser considerada a pista mais importante na psicologia da emoção”²³ (tradução livre) (UNITED STATES, 2016).

Os pesquisadores da tecnologia da Universidade de Califórnia descrevem a possibilidade de identificação única de uma pessoa por técnicas de “ancoragem” e identificação de emoções por análise geométrica de elementos específicos do rosto de uma pessoa (IDEC, 2018), ao relatar que:

“Uma técnica que algoritmos de última geração usam é a "2-D affine transformation". Um número de “pontos de ancoragem” faciais é definido, cujo movimento é relativamente estável durante as expressões faciais. Esses pontos de ancoragem incluem localizações dos olhos, cantos internos e externos dos olhos e a ponta do nariz. Por exemplo, também é possível definir um local de destino correspondente para cada ponto de ancoragem. Uma vez, os pontos de ancoragem são detectados, a matriz de transformação afim poderia ser computada minimizando a soma ou o erro de quadrado mínimo da localização detectada e da localização de destino dos pontos de ancoragem. Essa transformação afim é aplicada posteriormente a toda a imagem da face para concluir a etapa de registro. (...). As técnicas de registro baseadas em transformação de imagem no plano não alteram a geometria ou a aparência dos traços faciais; portanto, a informação específica da pessoa é retida. (...). As abordagens baseadas em geometria rastreiam a geometria dos pontos de referência ao longo do tempo e usam suas relações geométricas ou dinâmicas como o recurso. Se os locais dos pontos de referência faciais forem normalizados e somente a quantidade de mudança de local for considerada como o recurso, ele se enquadrará na categoria de um recurso independente de pessoa”²⁴ (tradução livre).

Atentos a essa tecnologia, torna-se necessário conceber se as imagens digitais de rostos do consumidor configuram ou não dados pessoais nos termos da legislação europeia. Essa análise fora desenvolvida por intermédio do trabalho "*Facial recognition systems and their data protection risks under the General Data Protection Regulation*", elaborado por R. Coseraru (2017) da Universidade de Tilburg, Holanda. (IDEC, 2018).

²³Unified Face Representation for Individual Recognition in Surveillance Videos and Vehicle Logo Super-Resolution System, US 2016/0217319 A1, parágrafo 45. (UNITED STATES, 2016).

²⁴ Texto original: “One technique that state-of-the-art algorithms use is 2-D affine transformation. A number of facial “anchor points” are defined whose motion is relatively stable during facial expressions. Such anchor points include eye locations, inner and outer eye corners, and the tip of the nose. For example, one could also define a corresponding target location for each anchor point. Once, the anchor points are detected, the affine transformation matrix could be computed by minimizing the Sum or the least square error of detected location and target location of the anchor points. This affine transform is subsequently applied to the entire face image to complete the registration step”. Unified Face Representation for Individual Recognition in Surveillance Videos and Vehicle Logo Super-Resolution System, US 2016/0217319 A1, parágrafo 45. Disponível em: <<https://patentimages.storage.googleapis.com/c2/ac/3d/edb04fb5d90aa1/US20160217319A1.pdf>> Acesso em: 27.out. 2020.

Ao revisitar os documentos técnicos da *Article 29 Working Party*²⁵, verifica-se que:

“O Grupo de Trabalho menciona que, quando uma imagem digital contém o rosto de um indivíduo que é claramente visível e permite que esse indivíduo seja identificado, ele será considerado um dado pessoal. Consequentemente, há algumas circunstâncias que devem ser levadas em conta quando deve ser decidido se uma imagem digital é dados pessoais ou não. Nesse sentido, a qualidade da imagem ou o ponto de vista particular podem ser importantes. Por exemplo, as imagens de indivíduos que são tiradas de longe ou que são borradas, geralmente não são consideradas dados pessoais. Para que seus rostos sejam detectados e para que sejam identificados, os titulares de dados devem olhar para frente e preencher a área dos Sistemas de Reconhecimento Facial. (...) Além disso, por padrão, um modelo de referência é da mesma forma dados pessoais, desde que ele incorpore características particulares da face de um indivíduo que possam estar associadas àquele indivíduo e guardadas para uma comparação futura, identificação ou fins de autenticação” (tradução livre). (COSERASU, 2017)

As conclusões do trabalho foram resultado do estudo de um caso semelhante ao da Via Quatro do metro de São Paulo, publicado pela Autoridade de Proteção de Dados Pessoais da Holanda (IDEC, 2018). Na referida análise, uma determinada empresa havia instalado mecanismo de “outdoors digitais” (*Normenkader digital billboards*), dotados de câmeras que obtêm as reações dos sujeitos em espaços públicos. Após denúncias, e considerando a inexistência de consentimento do cidadão, a Autoridade local notificou a empresa para que interrompesse a coleta de dados pessoais, baseando-se no Regulamento Geral de proteção de dados (GDPR). A nota oficial esclarece que:

“As pessoas só podem ser observadas através de câmeras em outdoors sob determinadas condições. Após denúncias de transeuntes preocupados, a Autoridade da Holanda para a Proteção de Dados Pessoais (AP) deu mais explicações para a indústria sobre as regras de proteção de dados pessoais neste ponto. Observar pessoas através de uma câmera em outdoors geralmente é um processamento de dados pessoais. Quase sempre a permissão dos transeuntes é necessária para cumprir a legislação de privacidade. A Autoridade de Dados Pessoais apela à indústria para tomar medidas para cumprir a lei de proteção de dados pessoais. (...) Se as pessoas parecem reconhecíveis, existe um processamento de dados pessoais. Isso significa que a legislação europeia de proteção de dados pessoais (GDPR) se aplica. Um operador deve ter uma base legal para processar esses dados. (...). Na prática, isso significa que um operador do sistema de outdoors digitais deve ter o consentimento do transeunte para poder processar seus dados. De acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, esse consentimento deve atender a várias condições. Por exemplo, o consentimento deve ser informado e específico. Deve ficar claro quais dados alguém dá permissão e para qual propósito específico os dados são usados pelo anunciante. Um operador de exibição

²⁵O Grupo de Trabalho do Artigo 29(tradução livre)é conhecido como instrumento de coordenação das Autoridades de Proteção de Dados Pessoais dos Estados-membro da União Europeia.a partir de 25 de maio de 2018, o Grupo de Trabalho do Artigo 29.º deixou de existir e foi substituído pelo Conselho Europeu para a Proteção de Dados (EDPB) (EUROPEN COMMISSION, 2018).

pode, por exemplo, fazer isso solicitando uma autorização específica através de uma etapa intermediária com um código QR ou um aplicativo”²⁶

Como no Brasil também se exige o consentimento como condição para o processamento de dados pessoais, nota-se a interpretação da Autoridade Holandesa de Proteção de Dados Pessoais constitui-se em um importante precedente. Aliada a Lei 13.709/2018 e ao direito fundamental à proteção de dados pessoais do consumidor, verifica-se que a proteção do consumidor frente a essa tecnologia, prescinde do necessário diálogo com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais da União Europeia para maximizar a teia de proteção.

Nota-se, portanto, a evidente possibilidade de identificação de uma pessoa a partir de seus “pontos de ancoragem” e dados biométricos, bem como que o arcabouço normativo que regula a proteção de dados pessoais no Brasil é claro a demonstrar que a ausência de consentimento para a coleta de dados sensíveis (dados biométricos) também implica em grave violação do Código de Defesa do Consumidor. Nesse norte, cabe analisar a responsabilidade civil decorrente da coleta de dados pessoais a partir do CDC e Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), sob a ótica de infração da privacidade e intimidade do consumidor.

Inicialmente poder-se aplicar os axiomas da responsabilidade objetiva, na forma do parágrafo único do art. 927 do Código Civil, tal como àquelas estabelecidas pelo fato da coisa ou pelo risco. É o que defende David Vladeck (2014, p. 128-129), que formula uma solução, na linha da teoria do fato do produto, *“por meio da presunção de existência de um defeito na IA, comprovada pela própria ocorrência do dano. Isto é, conclui-se que tanto a IA era defeituosa que o dano ocorreu”* (MULHOLLAND, 2019, p.341). Com isso, “o fornecedor da IA – no caso, o agente que explora a tecnologia – seria obrigado a reparar o dano, pois estaria na melhor posição para arcar com as perdas, fundamentando-se esse argumento no princípio da solidariedade social e do risco da atividade” (MULHOLLAND, 2019, p. 341).

Há também autores que sugerem a aplicação da teoria do *deep pocket* que, em linhas gerais, prescreve que os agentes por trás de atividades consideradas perigosas deveriam compensar os danos causados à sociedade a partir dos lucros obtidos. Dessa maneira, o agente que tiver a melhor capacidade para gerir os riscos dessas atividades

²⁶Autoriteit Persoonsgegevens, AP informeert branche over norm camera’s in reclamezuilen, 26 de junho de 2018. Disponível em: <<https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/nieuws/ap-informeert-branche-over-norm-camera%E2%80%99s-reclamezuilen>>. Acesso em 13.08.2020

perigosas, deverá atuar como uma espécie de garantidor delas, o que se operaria preferencialmente por meio de um seguro obrigatório de responsabilidade civil (ČERKA; GRIGIENĖ; SIRBIKYTĖ, 2015, p. 386). Vale lembrar, ademais, que quando se tratar de relação de consumo, pode-se analisar a responsabilidade civil objetiva sob a ótica do Código de Defesa do Consumidor, em que o dano causado pela Inteligência Artificial pode ser enquadrado como vício ou fato do produto ou do serviço (VLADECK, 2014, p. 128-129). Alguns defendem até que deveria ser adotada como premissa a presunção de que qualquer dano causado pela IA seria necessariamente resultado de uma falha humana *res ipsa loquitur*²⁷, fosse ela uma falha de projeto, de fabricação, de montagem ou de informação acerca da segurança e do uso apropriado do produto (PIRES, 2017, p. 250).

Com a inserção da Inteligência Artificial, a mencionada postura do administrador será essencial, pois, como aponta Frazão, “em qualquer circunstância de delegação de suas competências para sistemas de inteligência artificial, as decisões ou atos serão imputados ao administrador e o sujeitarão à responsabilidade pessoal” (FRAZÃO, 2019, p. 495), já que foi ele quem encampou aquela decisão como se fosse sua.

O artigo 1.016 do Código Civil traz a cláusula geral de responsabilidade civil de administradores²⁸, mostrando que o administrador não é pessoalmente responsável pelos atos que pratica no exercício regular de sua gestão, que são considerados como atos da sociedade e, portanto, a ela imputáveis. Todavia, ele responderá pessoalmente em dois casos: quando agir dentro de suas atribuições ou poderes, com culpa ou dolo, ou se agir com violação da lei ou do estatuto social²⁹. Entende-se que a disposição do artigo 158 é de ordem pública e tem como destinatária da tutela toda a sociedade e não apenas a companhia ou seus acionistas. O fim dessa responsabilidade é prevenir e obstar a

²⁷ Segundo dicionário jurídico norte-americano, a expressão latina pode ser definida como “the thing speaks for itself”. Afirmar-se que: “Na lei de responsabilidade civil, um princípio que permite aos demandantes se encontrarem seu ônus da prova com o que é, com efeito, evidência circunstancial. O requerente pode criar uma presunção refutável de negligência por parte do réu, provando que o dano não seria normalmente ocorreram sem negligência, que o objeto que causou o dano estava sob o controle do réu, e que não há outras explicações plausíveis” (tradução livre). Disponível em: <https://www.law.cornell.edu/wex/res_ipsa_loquitur> Acesso em: 25.08.2020

²⁸ Art. 1.016. Os administradores respondem solidariamente perante a sociedade e os terceiros prejudicados, por culpa no desempenho de suas funções.

²⁹ Art. 158. O administrador não é pessoalmente responsável pelas obrigações que contrair em nome da sociedade e em virtude de ato regular de gestão; responde, porém, civilmente, pelos prejuízos que causar, quando proceder: I - dentro de suas atribuições ou poderes, com culpa ou dolo; II - com violação da lei ou do estatuto.

ocorrência de atos ilícitos e reparar os prejudicados dos danos causados.

CONCLUSÃO

Como se verificou, as pessoas estão inseridas no que – academicamente – se denomina de sociedade de consumo ou da informação, lastreada na criação, circulação e oneração da informação, consubstanciada em um novo ambiente que proporciona novas interações humanas, projetadas unicamente para fomentar o consumo compensatório em um ambiente virtual a fim de alcançar uma sensação de felicidade e de saciedade momentânea.

Essa experiência é ainda mais dinâmica quando se desenvolve a partir de um dispositivo eletrônico intuitivo, que por intermédio de aplicações de inteligência artificial tornam possíveis experiências de compra mais agradável. Essa relação com o *device*, no entanto, pode ser prejudicial e infringir os direitos do consumidor. A influência dos atos autônomos de Inteligência artificial é cada vez mais evidente motivo pelo qual se revela a necessidade de destinar especial atenção à salvaguarda legislativa capaz de coibir a sua má aplicação.

As infrações dos direitos constitucionais do consumidor ocorrem desde a coleta de dados sem consentimento, alcançando a manipulação destes dados sensíveis sem critérios éticos. Essa interação gera algoritmos que podem causar danos ao consumidos, o que mostra ser importante reavaliar os esquemas de imputação de responsabilidade e os regimes impostos às relações, de forma a incentivar a inovação e a aplicação da IA, como também promover a adequada reparação dos danos causados.

O artigo instiga o debate na seara da responsabilidade civil pelos danos causados a partir da utilização de sistemas dotados de Inteligência Artificial, principalmente quando decorrente da coleta ilegal dos dados pessoais. Apesar de não esgotar a análise, demonstrou-se riscos de autonomia a tais sistemas, de maneira a se evitar que a delegação decisória à máquina, aparentemente neutra, objetiva e impessoal, venha a esconder alguma deturpação de dados.

Como exposto, os algoritmos são os dados, os quais servir de verdadeiro combustível para essa revolução. A expansão da IA vem por vezes causando danos, os quais precisam de uma resposta do Direito que sejam efetivas e capazes de punir o

infrator, dando vida ao seu caráter pedagógico orientando os limites das novas práticas que envolvem essa tecnologia.

Nesse sentido, a partir dos conceitos demonstrados, pode-se compreender que se está diante de uma sociedade do consumo e da informação, onde é necessário a defesa do consumidor.

Mostrou-se que não há como ignorar que as recentes transformações econômicas e sociais pelas quais a sociedade mundial e brasileira vem passando, com os efeitos da globalização, se, de um lado trazem inúmeros benefícios, como a conectividade mundial, a interação entre pessoas do mundo inteiro, com a globalização, de outro, geram incômodos e desestabilização para outras inúmeras pessoas, que perderam o controle da situação do seu próprio.

Ao fim, após se analisar a responsabilização jurídica pela ausência de consentimento na coleta de dados pessoais no caso da via quatro do metro de São Paulo, conclui-se que a utilização conjunta de IA e placas interativas são capazes de interferir no poder de escolha do consumidor, o que possibilita a responsabilização objetiva da empresa que esteja utilizando o algoritmo, nos moldes descritos nas leis que regulam os axiomas do consumidor.

REFERÊNCIAS

AUTORITEIT PERSOONSGEGEVENS, AP **informeert branche over norm camera's in reclamezuilen**, 26 de junho de 2018. Disponível em: <<https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/nieuws/ap-informeert-branche-over-norm-camera%E2%80%99s-reclamezuilen>>. Acesso em 16 fev. 2021.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Tradução de Artur Morão. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.

BENJAMIN, Antônio Herman; MARQUES, Claudia Lima. **A teoria do diálogo das fontes e seu impacto no Brasil**: uma homenagem a Erik Jayme. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 27, n. 115, p. 21-40, jan./fev. 2018.

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**; tradução Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

BORGES, Gustavo Silveira; LUNARDI, Henrique Lapa. A Relação de consumo e a inteligência artificial: reflexões acerca da vulnerabilidade do consumidor. In: PINTO; D.

J. A.; BASTOS, E. A. V.; ROVER, A. J. (coords.). **Direito, governança e novas tecnologias**. Florianópolis: CONPEDI, 2019. p. 125-144. Disponível em: <<http://conpedi.danilolr.info/publicacoes/048p2018/z54tvw1x/761n252zHAi4A7CR.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2021

BRASIL. **Constituição Da República Federativa Do Brasil De 1988**. Emendas Constitucionais de Revisão. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 15 fev. 2021.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, 11 de setembro de 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm>. Acesso em: 15 fev. 2021.

BRASIL. **Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011**. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. Brasília, 18 de novembro de 2011. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm>. Acesso em: 15 fev. 2021.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Brasília, 23 de abril de 2014. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm>. Acesso em: 15 fev. 2021.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, 14 de agosto de 2018. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm>. Acesso em: 15 fev. 2021.

COSERASU, R. **Facial recognition systems and their data protection risks under the General Data Protection Regulation**, University of Tilburg, Master's Thesis. September, 2017, p. 45-46. Disponível em: <<https://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=143731>>. Acesso em: 01 out. 2020.

ČERKA, Paulius; GRIGIENĖ, Jurgita; SIRBIKYTĖ, Gintarė. **Liability for damages caused by Artificial Intelligence**. Computer Law & Security Review, Elsevier, v.31, n. 3, p. 376-389, 2015.

DONEDA, Danilo. **Considerações iniciais sobre os bancos de dados informatizados e o direito à privacidade**. 2000. Disponível em: <<https://egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/8196-8195-1-PB.htm>>. Acesso em 15 fev. 2021.

DONEDA, Danilo. **Da Privacidade à Proteção dos Dados Pessoais**. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

DONEDA, Danilo. et al. **Considerações iniciais sobre inteligência artificial, ética e autonomia pessoal**. Pensar, Fortaleza, v. 23, n. 4, p. 1-17, 2018.

FRAZÃO, Ana. **Algoritmos e inteligência artificial**. Jota, publicado em 15 de maio de 2018. Disponível em: <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/algoritmos-e-inteligencia-artificial-15052018>> Acesso em: 01 out. 2020.

GDPR EU. **Art. 6 GDPR: Lawfulness of processing**. [s.d.]b. Disponível em: <<https://gdpr.eu/article-6-how-to-process-personal-data-legally/>>. Acesso em: 15 fev. 2021.

GDPR EU. **Art. 1 GDPR: Subject-matter and objectives**. [s.d.]a. Disponível em: <<https://gdpr-info.eu/art-1-gdpr/>>. Acesso em: 15 fev. 2021.

GDPR EU. **GDPR checklist for data controllers**. [s.d.]d. Disponível em: <<https://gdpr.eu/checklist/>>. Acesso em: 15 fev. 2021.

GDPR EU. **General Data Protection Regulation (GDPR)**. [s.d.]c. Disponível em: <<https://gdpr.eu/tag/gdpr/>>. Acesso em: 15 fev. 2021.

GHISI, Silvano; PEZZELLA, Maria Cristina Cereser. Privacidade na sociedade da informação e o direito à “invisibilidade” nos espaços públicos. **Unoesc International Legal Seminar**, Chapecó, v. 2, n. 1, p. 243-262, 2013. Disponível em: <<https://portalperiodicos.unoesc.edu.br/uils/article/view/4042/2173>>. Acesso em: 15 fev. 2021.

GPANIA. **Orientações éticas para uma ia de confiança**. Bruxelas: Comissão Europeia, 2019. Disponível em: <<http://escola.mpu.mp.br/atividades-academicas/plano-de-atividades/inovaescola/curadoria/3-ciclo-de-debates/inteligencia-artificial-e-internet-das-coisas-oportunidades-e-desafios/ethicsguidelinesfortrustworthyai-ptpdf.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2021.

IDEC – INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Ação civil pública com pedido de tutela de urgência**. São Paulo, ago. 2018. Disponível em: <https://idec.org.br/sites/default/files/acp_viaquatro.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2021.

HARADA, Eduardo. **Fail épico: sistema do Google Fotos identifica pessoas negras como gorilas**. Tecmundo, publicado em 01 de julho de 2015. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/google-fotos/82458-polemica-sistema-google-fotos-identifica-pessoas-negras-gorilas.htm>> Acesso em: 01 out. 2020.

HARARI, Yuval Noah. **21 lições para o século 21**. Tradução Paulo Geiger. 1ª. ed. — São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LOSANO, Mario G. Sistema e estrutura no direito. **Do século XX à pós-modernidade**. v. 3. Tradução de Carlos Alberto Dastoli. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011.

MAGRANI, Eduardo José Guedes. **A Internet das Coisas: Privacidade e Ética na Era da Hiperconectividade**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, Departamento de Direito, 2018. Disponível em: <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/36942/36942.PDFXXvmi=dCmNeTeR7IinPxZFzSFtWfTISglh1juEGiTBxLIg5673M6i2ZxwWerF7J2oLIUp3ekEM7n4cubgiHzkxSeMkUU5WkQifhltC1hJpIWUwddPNz7lrm8Nh4SeoKxF2U9EVrolNhlAubn5iJxGS1xxfdm0L23HcHDE70sthO4N0sSjdr07Ox54cr5Zu8GHQkmxkPsCEXqF1kZeMZlBxrFbTLaoUQ7LctKwkeaZMBEOVE3JEpkDS1OMM0cIRkt4Of>>. Acesso em: 15 fev. 2021.

MARQUES, Claudia Lima. Inteligência artificial e “opacidade” no consumo: a necessária revalorização da transparência para a proteção do consumidor. In: SILVA, Rodrigo da Guia; TEPEDINO, Gustavo (coords). **O Direito Civil na era da inteligência artificial**. 1. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

MENDES, Laura Schertel. O diálogo entre o marco civil da internet e o código de defesa do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, n. 106, p. 37-69, jul./ago., 2016. Disponível em: <http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/bibli_boletim/bibli_bol_2006/RDCons_n.106.02.PDF>. Acesso em: 15 fev. 2021.

MENDES, Laura Schertel. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental**. São Paulo: Saraiva, 2014

MENDES, Laura Schertel; BIONI, Bruno. O Regulamento Europeu de Proteção de Dados Pessoais e a Lei Geral de Proteção de Dados brasileira: mapeando convergências na direção de um nível de equivalência. **Revista de Direito do Consumidor**, ano 28, v. 124, p. 157-180, jul./ago. 2019.

MAGRANI, Eduardo; SILVA, Priscilla; VIOLA, Rafael. **Novas perspectivas sobre ética e responsabilidade de Inteligência Artificial**. In: FRAZÃO, Ana;

MULHOLLAND, Caitlin (coords.). **Inteligência Artificial e Direito: ética, regulação e responsabilidade**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

MULHOLLAND, Caitlin. **Responsabilidade civil e processos decisórios autônomos em sistemas de Inteligência Artificial (IA): autonomia, imputabilidade e responsabilidade**. In: FRAZÃO, Ana; MULHOLLAND, Caitlin (Coord.). **Inteligência artificial e direito: ética, regulação e responsabilidade**. Editora Revista dos Tribunais, 2019.

PIRES, Thatiane Cristina Fontão; SILVA, Rafael Peteffi da. **A responsabilidade civil pelos atos autônomos da inteligência artificial: notas iniciais sobre a resolução do Parlamento Europeu**. *Rev. Bras. Polít. Públicas*, v. 7, n. 3, 2017.

PEZZELLA, Maria Cristina Cereser; GHISI, Silvano. **Sociedade da informação e o ciberespaço**. Joaçaba: Editora Unoesc, 2015.

SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos direitos fundamentais**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1998.

SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos direitos fundamentais**. 10. ed. rev. atual. e ampl. 2. Reimp. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2010.

SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos direitos fundamentais: uma teoria geral dos direitos fundamentais na perspectiva constitucional**. 11. ed. rev. atual. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2012.

SARLET, Ingo Wolfgang. **O princípio da dignidade da pessoa humana e os direitos fundamentais**. 2. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2015. p. 70.

TARGET. Disponível em: <<https://www.target.com/>>. Acesso em: 15 fev. 2021.

TEFFÉ, Chiara Spadaccini de; MEDON, Filipe. Responsabilidade civil e regulação de novas tecnologias: questões acerca da utilização de inteligência artificial na tomada de decisões empresariais. *Revista Estudos Institucionais*, v. 6, n. 1, p. 301-333, jan./abr. 2020.

TEFFÉ, Chiara Spadaccini. **Quem responde pelos danos causados pela IA?** Jota, publicado em 24 de outubro de 2017. Disponível em: <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/quem-responde-pelos-danoscausados-pela-ia-24102017>> Acesso em: 01 out. 2020

TEFFÉ, Chiara Spadaccini; MEDON, Filipe. **A utilização de inteligência artificial em decisões empresariais: notas introdutórias acerca da responsabilidade civil dos administradores**. In: FRAZÃO, Ana; MULHOLLAND, Caitlin (Coord.). *Inteligência artificial e direito: ética, regulação e responsabilidade*. Editora Revista dos Tribunais, 2019.

TEPEDINO, Gustavo. SILVA, Rodrigo da Guia. **O Direito Civil na era da inteligência artificial** [livro eletrônico] 1. ed. - São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

VLADECK, David; C. Machines. **without principals: liability rules and artificial intelligence**. *Washington Law Review*, v. 89, n. 117, 2014.

UNITED STATES. **Unified face representation for individual recognition in surveillance videos and vehicle logo super-resolution system**. jul., 2016. Disponível em:

<<https://patentimages.storage.googleapis.com/c2/ac/3d/edb04fb5d90aa1/US20160217319A1.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2021.

WOLKMER, Antônio Carlos. Introdução aos fundamentos de uma teoria geral dos “novos” direitos. **Revista Jurídica UNICURITIBA**, v. 2, n. 31, p. 121-148, 2013.

Disponível em: <<http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RevJur/article/view/593>>.
Acesso em: 15 fev. 2021.

Submetido em 22.02.2021.

Aceito em 16.08.2023.