
DENNIS VERBICARO

ALGORITMOS DE CONSUMO

DISCRIMINAÇÃO, DETERMINISMO E
SOLUÇÃO ONLINE DE CONFLITOS NA
ERA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

THOMSON REUTERS

REVISTA DOS
TRIBUNAIS™

Diretora de Conteúdo e Operações Editoriais
JULIANA MAYUMI ONO

Gerente de Conteúdo
ANDRÉIA R. SCHNEIDER NUNES CARVALHAES

Editorial: Aline Marchesi da Silva, Camilla Sampaio, Karolina de Albuquerque Araújo Martino e Quenia Becker

Analista de Conteúdo Editorial Júnior: Ana Carolina Francisco

Estagiários: Aline Pavanelli e João Victor Sales

Produção Editorial e Equipe de Conteúdo Digital
Gerente de Conteúdo
MILISA CRISTINE ROMERA

Especialistas Editoriais: Gabriele Lais Sant'Anna dos Santos e Maria Angélica Leite

Analista de Projetos: Jéssica Viana Bezerra

Analistas de Operações Editoriais: Dan'elle Castro de Moraes, Mariana Plastino Andrade e Patrícia Melhado Navarra

Analistas de Qualidade Editorial e ProView: Ana Paula Cavalcanti, Gabriel George Martins, Gabriela Cavalcante Lino, Maria Carolina Ferreira, Maria Cristina Lopes Araujo, Rodrigo Araujo e Victória Menezes Pereira

Estagiárias: Micnelle Kwan e Rebeca Crespo Rangel

Capa: Linotec

Lider de Inovações de Conteúdo para Print
CAMILLA FUREGATO DA SILVA

Gerente de Operações e Produção Gráfica
MAURICIO ALVES MONTE

Analistas de Produção Gráfica: Ana Paula de Araújo Evangeliista e Jéssica Maria Ferreira Bueno

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Verbicaro, Dennis
Algoritmos de consumo : discriminação, determinismo e solução online de conflitos na era da inteligência artificial / Dennis Verbicaro. -- São Paulo : Thomson Reuters Brasil, 2023.

Bibliografia.
ISBN 978-65-260-1919-1

1. Algoritmos 2. Consumidores 3. Direito à privacidade Brasil 4. Direito do consumidor -Brasil 5. Inteligência artificial 6. Proteção de dados 7. Responsabilidade social corporativa I. Título.

23-175193

CDU-34:381.6:004.8(81)

Índices para catálogo sistemático:

1. Brasil : Inteligência artificial : Direito do consumidor 34:381.6:004.8(81)
Cibele Maria Dias - Bibliotecária - CRB-8/9427

SUMÁRIO

DEDICATÓRIA.....	5
AGRADECIMENTOS	7
PREFÁCIO	9
AS PROFECIAS DE CASSANDRA E O PODER PREDITIVO DOS ALGORITMOS	17
LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS	21
INTRODUÇÃO.....	27
1. A QUARTA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL, IMERSÃO TECNOLÓGICA E VIGILÂNCIA PREDITIVA DO CONSUMIDOR.....	35
2. A PROTEÇÃO DE DADOS COMO DIREITO FUNDAMENTAL: PRINCÍPIOS ESPECÍFICOS.....	53
2.1. Conceitos estratégicos	65
3. PARA MUITO ALÉM DA PREDIÇÃO OU DA VIOLAÇÃO À PRIVACIDADE: ENTENDENDO A DISCRIMINAÇÃO ALGORÍTMICA	71
3.1. Discriminação algorítmica e casos práticos	77
3.2. Algoritmos misóginos, racistas e sexistas	82
3.3. A corrosão da individualidade também pela perda de controle das imagens na internet: a vulnerabilidade algorítmica agravando a vulnerabilidade comportamental do consumidor.....	97
3.4. Sexismo pornográfico.....	107
3.5. É preciso entender que a plataforma é, sim, responsável por seus algoritmos discriminatórios	111
3.6. Vulnerabilidade algorítmica? Pandemia, hiperconfiança e desafio à regulação algorítmica	115

4.	DETERMINISMO ALGORÍTMICO	119
4.1.	Construindo a ilusão de si mesmo: como os algoritmos geram a falsa noção de controle decisório do consumidor	139
4.2.	<i>Nudges, sludges</i> , incentivos e penalidades: uma ferramenta secreta do determinismo algorítmico	145
4.3.	Como um ambiente de trabalho hostil influencia o determinismo algorítmico e prejudica o consumidor	154
5.	CONCEBENDO UM MODELO ÉTICO NA GESTÃO ALGORÍTMICA DE DADOS PESSOAIS: É POSSÍVEL CONTROLAR O ALGORITMO?	165
5.1.	Tensões atuais e novos marcos normativos para a IA	174
5.2.	Ferramentas regulatórias para a transparência do sistema e <i>accountability</i>	186
5.3.	Incidentes de segurança da informação: como reagir?	209
5.4.	A concorrência como uma inimaginável aliada do consumidor	216
5.4.1.	A concorrência pode exercer um controle responsável em um processo eficaz de autorregulação das plataformas eletrônicas?	216
5.4.2.	Colusões algorítmicas, concentração e abuso no poder dominante na concorrência digital	223
5.4.3.	A bem-sucedida experiência da Comissão para Concorrência na União Europeia diante das Big Techs	234
5.5.	Análise do relatório de incidentes de segurança da <i>European Union Agency for Cybersecurity</i> (ENISA)	241
5.5.1.	Tendência a partir da análise estatística plurianual	243
6.	CONSUMO IDENTITÁRIO E RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: COMO A SOLUÇÃO ONLINE DE CONFLITOS PODE SER UM GRANDE TRUNFO DA MARCA NO COMÉRCIO ELETRÔNICO	247
6.1.	A influência dos <i>stakeholders</i> no modelo de consumo identitário	247
6.1.1.	Espécies de <i>stakeholders</i>	252
6.2.	Governança responsável: modelos preventivos de controle interno para conflitos de consumo	258
6.2.1.	Retratção humanizada: concorrência, identidade e fidelização dos consumidores	258
6.2.2.	Compliance	261
6.3.	<i>Consumer Online Dispute Resolution</i> (CODR) na solução de conflitos de consumo	262
6.3.1.	Um breve panorama mundial de acesso do consumidor à justiça e o surgimento das CODRs	274
6.3.1.1.	Inteligência artificial ou Inteligência cognitiva	282

6.3.2.	A solução online de conflitos de consumo no Brasil	291
6.3.3.	A inteligência artificial na identificação de problemas e solução de conflitos de consumo.....	299
6.3.4.	Compreendendo os limites morais e a definição de responsabilidade pelo uso da IA nas plataformas CODR	307
6.4.	Análise empírica do funcionamento da Plataforma Europeia de Resolução <i>Online</i> de litígios de consumo	320
CONCLUSÕES		327
BIBLIOGRAFIA		337