



PESQUISA

A Responsabilidade Civil Pelo Uso de Dados na Indústria da Moda

Civil Liability For The Use Of Data In The Fashion Industry

Responsabilidad Civil Por el Uso de Datos en la Industria de la Moda

Aline Ferreira Pedro¹, Yann Paranaguá Selle², Patricia Ribeiro Serra Vieira^{3}*

Como citar este artigo:

Pedro AF, Selle YP, Vieira PRS. A Responsabilidade Civil Pelo Uso de Dados na Indústria da Moda. Rev Prop. Intelec. Online. 2019/2020 set./fev.; 2(2):111-116.

ABSTRACT

The article characterizes the emergence and massification of the use of Artificial Intelligence (AI) and examples of software applications are used that employ AI in the fashion industry and identify the applicable jurisprudence and legal provisions for data protection regarding the consumption of textile products through digital applications. The Constitution of the Federative Republic of Brazil, the current Civil Code, the Consumer Defense Code, the Brazilian Civil Framework of Internet and the General Data Protection Law ensure that human dignity cannot be violated. Those who violate this guarantee are held responsible for the use of data collected using AI.

Keywords: Artificial intelligence, Brazilian civil rights framework for the internet, Human dignity, Consumer relationship.

¹ Mestre em Propriedade Intelectual e Inovação pela Academia do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), membro do Grupo de Pesquisa em Propriedade Intelectual da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) e técnica em Propriedade Industrial do INPI.

² Graduando em Direito e membro do Grupo de Pesquisa em Propriedade Intelectual da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO).

³ Doutora em Direito Civil pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e Mestre em Direito Constitucional e Teoria do Estado pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC/RJ). Desembargadora do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro (TJERJ) e professora titular da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), onde desenvolve projetos de ensino e pesquisa, respectivamente, sobre os temas Responsabilidade civil constitucional: a objetivação da responsabilidade civil no Direito Brasileiro e Propriedade Intelectual, com atuação nos cursos de graduação e mestrado. Membro fundador da Academia Brasileira de Direito Civil (ABDC) e honorário do Instituto dos Advogados do Brasil (IAB). Vice-presidente da Comissão de Formação e Aperfeiçoamento de Magistrados (COMAM) e responsável pela disciplina Parte Geral do Direito Civil do Curso de Especialização em Direito Público e Privado, ambos da Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro (EMERJ). Vice-presidente do Grupo de Estudos sobre Direito Civil do Instituto dos Magistrados do Brasil (IMB – triênio 2019-22).

RESUMO

Este artigo trata do surgimento e da massificação do uso da inteligência artificial (IA), recorrendo a aplicações de softwares que utilizam IA na indústria da moda e identificando os dispositivos legais e a jurisprudência aplicável para a proteção de dados, quando do consumo de produtos têxteis por meio de aplicações digitais. A Constituição da República Federativa Brasileira, o Código Civil vigente, o Código de Defesa do Consumidor, o Marco Civil da Internet e a Lei Geral de Proteção de Dados garantem a inviolabilidade da dignidade da pessoa humana, responsabilizando aquele que viola essa garantia quando da utilização dos dados coletados por meio de IA.

Palavras-chave: Inteligência artificial, Marco civil da internet, Dignidade da pessoa humana, Relação de consumo.

RESUMEN

Este artículo aborda el surgimiento y el uso generalizado de la Inteligencia Artificial (IA), utilizando aplicaciones de *software* que usan IA en la industria de la moda e identificando dispositivos legales y jurisprudencia aplicable para la protección de datos cuando se consumen productos textiles. a través de aplicaciones digitales. La Constitución de la República Federativa de Brasil, el Código Civil vigente, el Código de Protección al Consumidor, el Marco Civil de Internet y la Ley General de Protección de Datos garantizan la inviolabilidad de la dignidad de la persona humana, responsabilizando a quienes violen esta garantía al usarla. de los datos recopilados a través de IA.

Palabras clave: Inteligencia artificial, Marco civil de internet, Dignidad de la persona humana, Ratio de consumo.

INTRODUÇÃO

I.Marco teórico da inteligência artificial (IA)

Termo criado por John McCarthy em 1956, a inteligência artificial busca simular em máquinas a capacidade humana de raciocínio, podendo ser aplicada nos mais diversos campos, desde a medicina e o mercado financeiro até a comunicação digital e a moda. Ela é útil, por exemplo, tanto no direcionamento personalizado de propaganda quanto na geração de rotas logísticas.

A IA ganhou popularidade com a DARPA (DefenseAdvancedResearchProjectsAgency) e, entre seus estudiosos, há aqueles que acreditam que ela só pode operar de modo lógico e racional, não sendo capaz de raciocinar por si mesma (comumente chamada de *IA fraca*), e aqueles que creem que a máquina age de forma criativa, à semelhança da pessoa humana (a denominada *IA forte*). Esta última concepção (humanizada da máquina) é a defendida por Alan Turing (1950).

A teoria a respeito da IA faz parte da base para a ciência da computação, sendo utilizada para gerar a interface homem-computador. A IA é a fonte para os estudos e aplicações relacionados ao *aprendizado de máquina* (*machinelearning*), em que ela consegue reagir a estímulos externos independentemente da ação humana, propondo-se a solucionar problemas variados de forma autônoma, como também substituir o homem em alguns de seus afazeres

até habituais. É a partir dos anos 2000 que a IA passou a apresentar uma tendência de crescimento dentro do campo de estudos da computação.

Os programas de computador relacionados à IA são protegidos pela Lei no 9.610/1998 (Lei de Direitos Autorais), em seu art. 7º, e pela Lei no 9.279/1996 (Lei de Propriedade Industrial), em seu art. 8º, vedado o que dispõe o art. 10.

A IA também suscita grandes discussões sobre privacidade, pois, para que possa se desenvolver, é necessário alimentá-la com dados relevantes, tendo inclusive acesso a dados privados de usuários desses programas. A privacidade é protegida pela Constituição da República Federativa Brasileira, em seu art. 5º, inciso X, e pelo art. 7º da Lei no 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD), que cuida do tratamento dos dados pessoais disponibilizados. Já o art. 6º dessa mesma lei trata dos princípios a serem seguidos por aqueles que cuidam do tratamento dos dados das pessoas.

O direito à privacidade também se insere no ordenamento jurídico brasileiro nos artigos 20 e 21 do Código Civil; sendo certo, inclusive, que qualquer modalidade de lesão a direito subjetivo constitucional à dignidade humana resultará em dano moral.

Os programas que se utilizam da IA se enquadram no art. 5º, inciso VII, do Marco Civil da Internet. No entendimento de Teffé et al. (2017), “provedores de aplicação de internet podem ser compreendidos como a pessoa que fornece um conjunto de funcionalidades que são acessadas por meio de um terminal conectado à internet e *aparentam* englobar os tradicionalmente chamados provedores de conteúdo [...] e de hospedagem”.

Logo, os guardiães da IA assumem responsabilidades na forma dos artigos 19, 20 e 21 do Marco Civil da Internet. Já o artigo 41 da LGPD trata do encarregado pelo tratamento dos dados utilizados pela IA; e os artigos 42 a 45 da mesma lei cuidam da responsabilidade civil pelos danos causados pela violação à LGPD.

II.Marco de IA na moda e breve histórico de uso

No ano 2000, a International Business Machines (IBM) possuía quatro linhas de estudo de IA em seu centro de pesquisa, entre elas a *Vision* (Apte et al.). Os pesquisadores tentavam criar uma IA capaz de reconhecer padrões visuais, com foco em padrões faciais para sistemas de segurança e navegação de vídeo. Também foram desenvolvidos “métodos para reconhecer objetos mesmo quando eles estivessem parcialmente encobertos” (Apte et al., 2000, p.54, tradução livre). Sua aplicabilidade inicial dava-se na criação de “sistemas de visão para aplicações que vão de biometria, passando a navegação de vídeo até reconhecimento automático de objetos em supermercados” (Apte et al., 2000, p. 54, tradução livre).

Na indústria da moda, todas as IAs utilizadas precisam

do padrão de reconhecimento visual, logo a *AI Vision* foi fundamental, pois permitiu o desenvolvimento da tecnologia necessária para esse setor. Com essa ferramenta tornou-se possível identificar padrões corporais do usuário de modo que o sistema de IA indique a roupa mais adequada ao cliente. Também é através dela que os programas de IA reconhecem e catalogam cores, estampas, tipos de vestimentas e, dessa forma, podem montar um cenário de tendências para as empresas de previsão de moda. A relação de uma inteligência artificial visual e o mundo da moda é patente, visto que moda consiste na materialização de um ideal de beleza estética, ou seja, do belo.

Aponta-se que, do ano 2000 até hoje, a capacidade das IAs visuais foi melhorada. E, em razão disso, diversas sociedades empresárias lançaram suas soluções de IA no mercado da moda a partir da metade da década de 2010.¹

Alguns usos de IA na indústria da moda ainda se encontram em fase de testes, como é o caso do provador virtual da empresa norte-americana Amazon (Hess, 2018). Essa ferramenta permite visualizar como a roupa fica no corpo do cliente, sem a necessidade de ir à loja para experimentá-la. Outra tecnologia ainda em desenvolvimento pela Amazon é a *Generative Adversarial Network* (GAN), que possibilita que a IA crie peças de vestuário a partir da análise e busca de tendências mais procuradas na internet (Hess, 2018).

Contudo, existem duas tecnologias já disponíveis no mercado, a *previsão de tendências de moda e a análise do estilo de roupa do cliente*. A previsão de tendências de moda é realizada através do processamento de um banco de imagens volumoso e, a partir do mesmo, a IA apresenta suas sugestões de estampas, peças e cortes de roupa e cores. A Tommy Hilfiger é um exemplo de marca de roupa que tem utilizado tal serviço, ofertado pela IBM através de sua IA denominada IBM Watson (Cunha, 2018).

Como já sinalizado, a tecnologia de IA de análise de estilo do usuário está disponível no mercado norte-americano via dispositivo Echo Look, da Amazon. Este dispositivo possui integração com aplicativo para smartphone e utiliza o assistente pessoal Alexa para auxiliar na escolha do melhor *look*. O aparelho tira fotos do usuário e mantém um registro das combinações de roupa que o cliente veste. Kleina (2017) detalha seu funcionamento:

O Echo Look ainda dá palpites no seu vestuário com a opção “StyleCheck”. Usando machine learning com base nas fotos que você subiu e nas tendências atuais da moda (com direito a opiniões de especialistas), ele ajuda você a escolher entre duas possibilidades de visual ou a recomendar novos estilos ou até marcas.

Depreende-se, a partir de Bruno (2017, p. 87), que o uso de IA na indústria da moda é uma tendência internacional e transformadora que se impõe às indústrias de confecção brasileiras, incluindo o design de moda. Porém, de acordo com Knight (2017, tradução livre), ainda há muito pela frente antes de a IA lançar tendências de consumo:

Designers de moda provavelmente ainda não deveriam se preocupar. Oates e outros apontam que pode levar um longo tempo antes de a máquina poder inventar uma tendência de moda. “Pessoas inovam em áreas como música, moda e cinema”, ele diz. “O que nós não vimos é uma genuína nova música ou estilo de moda que foi gerado por um computador e realmente as pessoas se identificaram”.

III. Aspectos relevantes da responsabilidade no campo da IA

O Decreto nº 8771/2016 trata da proteção de dados pessoais. Em seu artigo 14, define que o dado pessoal diz respeito à informação relacionada à pessoa natural identificada ou identificável, inclusive números identificativos, dados locais ou identificadores eletrônicos.²

Nos moldes em que foi instituído, por compatibilizar em si a responsabilidade civil subjetiva e a objetiva, o sistema de responsabilização civil faz refletir sobre uma aplicação mais efetiva frente aos marcos legal e teórico afeitos ao tema. Nesse contexto, tem-se como relevante ainda a Lei nº 12.965/2014, denominada Marco Civil da Internet.

A lei em referência trouxe um rol de dispositivos legais que têm profundo impacto nas relações virtuais e no âmbito do dito Direito Digital brasileiro. O seu art. 1º, por exemplo, consagra a funcionalidade da norma, a partir de princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da rede, e traça diretrizes para atuação do Poder Público. Para a sua efetividade, tem como base a liberdade de expressão. É justamente aí que a responsabilidade civil mostra o seu papel relevante, porquanto serve de limitador aos abusos cometidos no ambiente virtual, por vezes, de forma pessoal, até mesmo pelo uso da IA.

Veja-se, por exemplo, o caso da Hering. Em sua loja conceito de São Paulo, a companhia dispõe de um sistema de reconhecimento facial e sensor que capta o interesse do consumidor por peças penduradas nas araras. E, por conta dessa maçarota, foi instada pelo Idec (Instituto de Defesa do Consumidor) para explicar o que faz com os dados identificadores da clientela (em especial, o de

¹ Kaufman (2018) ao se referir ao uso de IA no mercado em geral diz que: “A partir de 2010, a IA ‘invadiu’ nossas vidas nos aplicativos de uso cotidiano.”

² Na legislação brasileira, já se tinha uma definição de dado pessoal no artigo 40, inciso IV, da Lei de Acesso à Informação. SOUZA, Carlos Afonso; LEMOS, Ronaldo; BOTTINO, Celina. Marco Civil da Internet. Jurisprudência comentada. São Paulo: Thomson Reuters, Revista dos Tribunais, 2017, p. 21.

reconhecimento facial), visto, sobretudo, temer a prática de direcionamento de ofertas e o mau uso de dados, em violação ao direito de *liberdade de escolha, à informação clara e adequada, à segurança e à privacidade* das pessoas circulantes na loja.⁶

A posição jurisprudencial predominante se dá no sentido de que a responsabilização civil de qualquer sociedade empresária provedora de dados pessoais, notícias, imagens, dentre outros, só se efetiva, por conta do dever de informação, se ela for notificada, previamente, para retirada do conteúdo desabonador. Ou ainda do uso irregular de programas e/ou aplicativos, violadores de produções intelectualmente protegidas. Como assevera a ministra do Superior Tribunal de Justiça (STJ) Nancy Andrighi, no Recurso Especial 1.694.405/RJ:

(...)

2. A jurisprudência deste Superior Tribunal de Justiça afirma que, anteriormente à publicação do Marco Civil da Internet, basta a ciência inequívoca do conteúdo ofensivo, sem sua retirada em prazo razoável, para que o provedor se tornasse responsável. Precedentes.

3. A regra a ser utilizada para a resolução de controvérsias deve levar em consideração o momento de ocorrência do ato lesivo ou, em outras palavras, quando foram publicados os conteúdos infringentes: (i) para fatos ocorridos antes da entrada em vigor do Marco Civil da Internet, deve ser obedecida a jurisprudência desta corte; (ii) após a entrada em vigor da Lei 12.965/2014, o termo inicial da responsabilidade solidária do provedor de aplicação, por força do art. 19 do Marco Civil da Internet, é o momento da notificação judicial que ordena a retirada de determinado conteúdo da internet.

4. A ordem que determina a retirada de um conteúdo da internet deve ser proveniente do Poder Judiciário e, como requisito de validade, deve ser identificada claramente.

5. O Marco Civil da Internet elenca, entre os requisitos de validade da ordem judicial para a retirada de conteúdo infringente, a “identificação clara e específica do conteúdo”, sob pena de nulidade, sendo necessário, portanto, a indicação do localizador URL. (REsp 1.694.405/RJ, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 19/6/2018, DJe 29/6/2018).

Do mesmo modo, põe-se o entendimento do ministro Luis Felipe Salomão (STJ), ao analisar o Recurso Especial 1.512.647/MG, quando da apuração de circunstância lesiva a direito autoral, em destaque: “No caso em apreço, caso o provedor de internet permaneça inerte após provocado, não poderá ser responsabilizado por dano já concretizado, mas exclusivamente por danos para os quais concorreu com sua inércia”.

Nesse diapasão, vale o registro quanto ao tratamento diferenciado, na doutrina e lei civil acerca das responsabilidades subjetiva e objetiva, tal como se explicita. Para a caracterização da responsabilidade subjetiva, mostra-se imprescindível a comprovação da prática culposa, a partir do exame do comportamento do agente, a fim de identificar se agiu com negligência, imprudência ou imperícia, ou até mesmo com dolo, em que há o intuito de provocar efetivamente o dano. Como se verifica, a palavra culpa é utilizada em sentido amplo, *lato sensu*, para indicar não somente a culpa *stricto sensu*, mas também o dolo. No atual Código Civil brasileiro, a responsabilidade subjetiva está prevista no artigo 186.

Em face da teoria clássica, a culpa era o motivador da responsabilidade. Esta teoria também chamada de teoria da culpa, ou subjetiva, pressupõe o qualificador culpa como fundamento da responsabilidade civil. Em não havendo culpa, nas circunstâncias em que ela se vê aplicável, a responsabilidade civil não se configura. A prova da culpa do agente passa a ser também pressuposto essencial do dano indenizável.

Todavia, em inúmeras e variadas situações cotidianas, a vítima se vê diante de um intransponível obstáculo para o emprego daquele qualificador de conduta, qual seja, a comprovação da *culpa* do agente à reparação do dano. Isso porque o desenvolvimento industrial e os conflitos de massa impulsionaram novas situações que não abarcadas pela conduta culposa.

Dessa forma, doutrinadores passaram a desenvolver e a sustentar a ideia de uma responsabilidade objetiva, baseada na teoria do risco. No Brasil, a aplicação dessa modalidade ocorre em situações previamente definidas em lei ou quando estiver envolvida atividade cuja própria natureza seja considerada de risco para os direitos de terceiros, conforme previsão expressa do parágrafo único do art. 927, do Código Civil.

Importante destacar que, para a caracterização da responsabilidade objetiva, exige-se uma análise minuciosa

⁶ O Globo. Defesa do Consumidor. “Hering terá de explicar o que faz com dados de reconhecimento facial de clientes. Câmeras fazem o reconhecimento facial dos consumidores e captam suas reações às peças expostas nas araras. Enquanto isso, sensores identificam, através de emissão de ondas de calor, quais as preferências dos clientes ao circular pela loja. Toda essa tecnologia permite a marca fazer um perfil da sua clientela e personalizar as ofertas. O que pode parecer, num primeiro momento, ficção científica, é a tecnologia empregada pela Hering na loja conceito inaugurada no Morumbi Shopping, em São Paulo, e o motivo da notificação do Instituto de Defesa do Consumidor (Idec) à empresa. A preocupação do instituto é o que será feito com os dados coletados, com quem serão compartilhados, pois há um grande potencial de risco à privacidade dos clientes das lojas. A empresa tem dez dias para responder. Caso o retorno seja insuficiente ou deixe claro que não há proteção adequada ao consumidor, o Idec vai estudar quais medidas serão necessárias, incluindo a possibilidade de ação judicial”. Disponível em: <https://m.oglobo.globo.com/economia/defesa-do-consumidor...com-dados-de-reconhecimento-facial-de-clientes-23482114>. Acesso em: 28 mar. 2019.

da situação concreta, uma vez que não há um rol taxativo de todas as atividades perigosas existentes, cabendo aos magistrados, caso a caso, inferi-las.

Denota-se, então, ser o sistema jurídico brasileiro dualista. A despeito dessa constatação, diversos são os dispositivos legais em que se vislumbra a aplicação da teoria objetiva, quais sejam: no caso da responsabilidade de sociedades empresárias por produtos postos em circulação (artigo 931, CC); da responsabilidade por fato de terceiro (artigo 932, CC); por coisas lançadas de prédio ou decorrentes de edificações em ruínas (artigos 937 e 938, CC); ou por fato de animal (artigo 936, CC). O Código de Defesa do Consumidor adota expressamente, em seu art. 14, *caput*, por exemplo, a teoria objetiva para definir a responsabilidade dos fornecedores de serviços ou produtos postos no mercado em casos de acidentes de consumo por falha.

Do exposto, é inegável que há, no sistema legal de responsabilidade civil, mecanismo à judicialização de danos resultantes da manipulação desacertada de dados pessoais, imagens ou atentatórios à privacidade das pessoas.⁴

CONCLUSÃO

A liberdade de expressão na internet não pode ser ilimitada. Ela deve coexistir com um sistema legal de responsabilização civil centrado na preservação da dignidade da pessoa humana e na efetivação da solidariedade social.

Tal como instituída no parágrafo único do artigo 927, do Código Civil brasileiro, por ser aberta e operável, no âmbito de uma ocasional demanda, a cláusula geral de responsabilidade civil objetiva é instrumento viável para abarcar casos que envolvam a IA. É cediço, portanto, que todo aquele que desenvolve atividade de forma habitual e considerada de risco aos direitos de terceiros responderá independentemente da ocorrência de ato culposos de sua parte; sendo certo, nesse contexto, que a sua mera falha legitimará a investida judicial.

Salienta-se a importância da promulgação da Lei nº 13.709/2018, ou Lei Geral de Proteção de Dados, na definição da responsabilidade sobre a guarda e o tratamento de dados pessoais, tendo conferido maior proteção ao titular dos dados disponibilizados em provedores. A LGPD entrará em vigor em agosto de 2020. A Autoridade Nacional de Proteção de Dados, órgão da administração pública do governo federal responsável por zelar, implementar e fiscalizar o efetivo cumprimento da LGPD foi criado pela Lei no 13.853/2019.

Desse modo, a legislação brasileira tem avançado no sentido de garantir a proteção da dignidade da pessoa, responsabilizando aquele que viola essa garantia quando da utilização de dados coletados inclusive por meio de IA.

REFERÊNCIAS

- APTE, Chidanand; MORGENSTERN, Leora; HONG, Se June. "AI at IBM Research". IEEE Intelligent Systems and their Applications, vol. 15, n. 6, nov/dez, 2000, p. 51-7
- ARTIFICIAL Intelligence. In: The Stanford Encyclopedia of Philosophy. Disponível em <<https://plato.stanford.edu/entries/artificial-intelligence/>>. Acesso em: 13 nov. 2019.
- BRASIL. Lei Nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm>. Acesso em: 9 dez. 2018.
- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 9 dez. 2018.
- BRASIL. Lei Nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm>. Acesso em: 9 dez. 2018.
- BRASIL. Lei Nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm>. Acesso em: 09 Dez. 2018.
- BRASIL. Lei Nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9610.htm>. Acesso em: 9 dez. 2018.
- BRANCO, Sérgio. Memória e esquecimento na internet. Rio de Janeiro: Arquipélago Editorial Ltda., 2017.
- BRUNO, Flavio da Silveira. A quarta revolução industrial do setor têxtil e de confecção: a visão de futuro para 2030. 2 ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.
- CAVALIERI FILHO, Sérgio. Programa de responsabilidade civil. 12 ed. São Paulo: Atlas, 2015.
- CUNHA, Renato. "Como a inteligência artificial da IBM é aplicada no mundo da moda". In: Stylo Urbano, mar. 218. Disponível em: <<http://www.stylourbano.com.br/como-a-inteligencia-artificial-da-ibm-e-aplicada-no-mundo-da-moda/>>. Acesso em: 14 jun. 2018.
- HESS, Francieli. "Inteligência artificial na moda – Tecnologia da Amazon pode revolucionar a forma como criamos, produzimos e compramos roupas". In: Fashion Bubbles, jan. 2018. Disponível em: <<http://www.fashionbubbles.com/tecnologia/inteligencia-artificial-na-moda-tecnologia-da-amazon-pode-revolucionar-a-forma-como-criamos-produzimos-e-compramos-roupas/>>. Acesso em: 14 jun. 2018.
- KAUFMAN, Dora. "As tecnologias de inteligência artificial no universo da moda". In: Sebrae Inteligência Setorial, maio 2018. Disponível em: <<https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/>

⁴ A Lei no 12.965/2014 (MCI) "não é uma lei de proteção de dados pessoais. Sendo assim, ela não trata de todo o conjunto de temas que usualmente são dispostos em uma lei com essa pretensão. (...). No plano infraconstitucional, pode-se encontrar diversas leis que tratam da proteção da privacidade do indivíduo. O artigo 21 do CC inclui o direito à privacidade no rol de direitos da personalidade, enquanto outras leis tratam de forma mais direta da proteção das informações pessoais, como é o caso do CDC, da Lei de Cadastro Positivo, da Lei de Acesso à Informação e do próprio Marco Civil da Internet". SOUZA, Carlos Afonso et al., p. 19-20."

produtos/noticias-de-impacto/as-tecnologias-de-inteligencia-artificial-no-universo-da-moda/5af2070e0c632319008fa3f0>. Acesso em: 14 jun. 2018.

KLEINA, Nilton. “Echo Look: novo assistente da Amazon quer ajudar você a se vestir melhor”. In: Tecmundo, abr. 2017. Disponível em:

<<https://www.tecmundo.com.br/alexa/116129-echo-look-novo-assistente-amazon-quer-ajudar-voce-vestir-melhor.htm>>. Acesso em: 3 jul. 2018.

KNIGHT, Will. “Amazonhasdeveloped na AI fashion designer”. In: MIT Technology Review, ago. 2017. Disponível em:

<<https://www.technologyreview.com/s/608668/amazon-has-developed-an-ai-fashion-designer/>>. Acesso em: 3 jul. 2018.

LOPES, Giovana Figueiredo Peluso. Inteligência Artificial e Pessoaalidade. Trabalho de conclusão de curso - Faculdade de Direito, Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, p.30. 2017.

McCARTHY, John et. al. “A Proposal for The Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence”. 1955. Disponível em:

<<http://www-formal.stanford.edu/jmc/history/dartmouth/dartmouth.html>>. Acesso em: 9 dez. 2018.

RUSSELL, Stuart; NORVIG, Peter. Inteligência artificial. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

SEARLE, John. Mente, cérebro e ciência. Lisboa: Biblioteca de Filosofia Contemporânea, 2000.

SOUZA, Carlos Afonso; LEMOS, Ronaldo; BOTTINO, Celina. Marco Civil da Internet. Jurisprudência comentada. São Paulo: Thomson Reuters, Revista dos Tribunais, 2017.

STJ, 2ª Seção, REsp 1.512.647/MG, rel. Min. Luis Felipe Salomão, j. 13.05.2015, DJe 05.08.2015.

STJ, 3ª Turma, REsp 1.694.405/RJ, Rel. Ministra Nancy Andrighi, j. 19.6.2018, DJe 29.6.2018.

TEFFÉ, Chiara et. al. “Bloqueio de Aplicações”. In: Marco Civil da Internet, Jurisprudência comentada. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017.

TURING, Alan. “ComputingMachineryandIntelligence”. Mind, vol. 49, n. 236, 1950, p. 433-60. Disponível em: <<http://phil415.pbworks.com/f/TuringComputing.pdf>>. Acesso em: 9 dez. 2018.

Recebido em: 09/2019

Revisões requeridas: 01/2020

Aprovado em: 03/2020

Publicado em: 05/2020

***Autor Correspondente**

Nome: Patricia Ribeiro Serra Vieira
Avenida Rui Barbosa, nº430, apto. 1.201
Flamengo, Rio de Janeiro, RJ, Brasil
E-mail: serravieira@uol.com.br
Telefone: +55 21 99994-2503