

SUMÁRIO

PREFÁCIO	11
----------------	----

PARTE I REGULAÇÃO, ESTADO E DIREITOS FUNDAMENTAIS

1. <i>ETHICS WASHING, ETHICS BASHING</i> E A REGULAÇÃO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL DOS ESTADOS UNIDOS	15
BRUNA AZZARI PUGA e NATHALIA PENHA CARDOSO DE FRANÇA	
Introdução	15
1. Normativas de Inteligência Artificial nos Estados Unidos	16
2. <i>Ethics washing</i> e <i>ethics bashing</i> : dilemas justecnológicos frente à filosofia moral	20
3. A legislação estadunidense e a ética	22
Considerações finais	24
Referências.....	26
2. FISCALIZAÇÃO TRIBUTÁRIA E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO BRASIL: A NOVA FRONTEIRA DA RELAÇÃO ENTRE FISCO E CONTRIBUINTE?	29
LETÍCIA MENEGASSI BORGES	
Introdução	29
1. Escopo dos deveres tributários instrumentais (obrigações acessórias).....	31
2. Aplicações da inteligência artificial na administração tributária: o caso do sistema de seleção aduaneira por aprendizado de máquina (SISAM)...	37
3. Alguns problemas oriundos do uso de ia pelo fisco brasileiro	43
Considerações finais	47
Referências.....	48
3. SISTEMAS DE RECONHECIMENTO FACIAL E OS RISCOS À PRESUNÇÃO DE INOCÊNCIA	51
JOÃO PAULO SALES	
Introdução	51

1.	Compreendendo conceitos elementares: Entre Inteligência Artificial, Algoritmos e <i>Machine Learning</i>	52
2.	O que são sistemas de reconhecimento facial?	54
3.	Os impactos à presunção de inocência.....	56
3.1.	Direito de ser livre de qualquer estigmatização	57
3.2.	Direito de ser considerado confiável.....	58
3.3.	Ônus da prova	60
	Conclusão	62
	Referências.....	64
4.	OS BOTS A SERVIÇO DOS DIREITOS HUMANOS	67
	DIOGO RAIS e GIOVANNA GUILHEM DE ARAUJO	
1.	Introdução.....	67
2.	Começando do começo: o que são bots?	68
3.	A promoção dos “bots do bem” como objetivo	70
4.	Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU e sua possível intersecção com o uso dos “bots do bem”	71
5.	Objetivo e Metodologia	74
6.	Resultados encontrados.....	75
5.	Conclusão	80
	Bibliografia consultada	80
5.	MODERAÇÃO DE CONTEÚDO FRENTE AOS NOVOS DESAFIOS TECNOLÓGICOS	83
	GIOVANA AIELLO SOARES DA COSTA e MATEUS LUIZ WEBER	
1.	Introdução.....	83
2.	Contexto e características da moderação de conteúdo.....	84
3.	O papel da moderação de conteúdo frente ao combate às <i>fake news</i>	86
4.	Aspectos legais da moderação de conteúdo	91
	Conclusão	93
	Referências bibliográficas	94
6.	NOVOS ASPECTOS DA PERSONALIDADE E A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: PESSOA ELETRÔNICA (E-PERSON), PESSOA HUMANA HÍBRIDA (REAL E VIRTUAL) E A OBJETIFICAÇÃO DA PESSOA NO CYBERESPAÇO	97
	FERNANDO DE OLIVEIRA DOMINGUES LADEIRA	
	Introdução	97
1.	Diferença ontológica entre homem e pessoa	101

2.	Desenvolvimento teórico da personalidade jurídica	103
3.	Personalidade eletrônica e responsabilidade civil: uma garantia de reparação	106
4.	Responsabilidade moral	107
5.	Pessoa híbrida e a objetificação das pessoas: o paradoxo da inteligência artificial	112
6.	A extensão da pessoa real no mundo virtual	114
	Conclusão	116
	Bibliografia.....	117

PARTE II

MERCADO, PROTEÇÃO E PRIVACIDADE DE DADOS

7.	ARTISTA VISUAL DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (AIVA) E SEU IMPACTO NO DIREITO DE AUTOR	121
	BRUNO LAGANÁ FALQUEIRO	
	Introdução	121
	I. Inteligência artificial.....	122
	II. Inteligência artificial na doutrina de direito autoral.....	126
	III. AIVA	130
	IV. AIVA como compositora.....	134
	V. AIVA e o plágio	136
	VI. Discussão.....	138
	Conclusão	142
	Bibliografia.....	143
8.	MARKETPLACES ONLINE: IMPACTOS NA SOCIEDADE, DESAFIOS JURÍDICOS E A POLÊMICA EM TORNO DA RESPONSABILIDADE PELO CONTEÚDO GERADO POR TERCEIROS	147
	HUMBERTO CHIESI FILHO e DIOGO RAIS	
	1. Introdução.....	148
	2. Funcionamento dos marketplaces e impactos na sociedade	148
	3. Desafios jurídicos a respeito da responsabilidade por conteúdos infratores	151
	3.1. Classificação e responsabilização dos provedores de acordo com suas atividades	152
	3.2. A polêmica envolvendo o art. 19 do Marco Civil da Internet	154
	3.3. Entendimentos correlatos em outros países	159

3.4.	Possibilidade do estabelecimento de processos e sistemas para exclusão de conteúdos ilícitos.....	161
	Conclusão.....	162
	Referências.....	163
9.	O PRINCÍPIO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL EXPLICÁVEL E A PROTEÇÃO DE DADOS.....	167
	JULIANA ABRUSIO	
1.	Introdução.....	167
2.	Vieses Discriminatórios e o Caráter ‘Caixa Preta’.....	169
3.	Direito à Explicação.....	172
4.	Princípio da inteligência artificial explicável.....	175
	Conclusão.....	180
	Referências.....	181
10.	DIREITO À PRIVACIDADE E RISCOS INERENTES À IMPLEMENTAÇÃO DE TECNOLOGIAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA POLÍCIA OSTENSIVA.....	185
	MARCO AURÉLIO BARBERATO GENGHINI	
	Introdução.....	185
1.	Quarta emenda à constituição do Estados Unidos: o teste de razoável expectativa de privacidade e os modelos de proteção da privacidade a partir das decisões da suprema corte.....	190
1.1.	O modelo probabilístico (<i>probabilistic model</i>).....	195
1.2.	O modelo dos fatos privados (<i>private facts model</i>).....	199
1.3.	O modelo da lei positiva (<i>positive law model</i>).....	201
1.4.	O modelo político (<i>policy model</i>).....	204
2.	Estratégias de gerenciamento dos riscos à privacidade na elaboração das futuras políticas públicas.....	206
	Conclusão.....	210
	Referências.....	211
11.	APLICAÇÃO DE SISTEMAS DE RECONHECIMENTO FACIAL NAS CIDADES INTELIGENTES E A QUESTÃO DA PRIVACIDADE.....	215
	IGOR BADEN POWELL	
	Introdução.....	215
I.	Tecnologias e cidades: de cidades digitais a cidades inteligentes.....	219
II.	Inteligência artificial.....	223

a.	Inteligência Artificial e <i>Machine Learning</i>	223
b.	Tecnologia de reconhecimento facial.....	229
III.	Cidades e reconhecimento facial: adeus, privacidade	231
a.	Usos do Reconhecimento Facial em Cidades Inteligentes	232
b.	Desafios decorrentes do uso do Reconhecimento Facial	234
IV.	Marco Legal	239
a.	A Lei Geral de Proteção de Dados	239
b.	Regulamentos sobre Inteligência Artificial	242
	Conclusões	245
12.	DA PRIVACIDADE DO CONSUMIDOR NO ÂMBITO DA <i>INTERNET DAS COISAS</i>	247
	GABRIEL OLIVEIRA DE ÁGUIAR BORGES	
	Introdução	247
1.	Da privacidade à autodeterminação informativa	248
2.	A relação de consumo enquanto contrato existencial	252
3.	A internet das coisas e a vulnerabilidade acentuada do consumidor usuário da inteligência artificial.....	256
	Conclusão	261
	Referências.....	262