

## **SISTEMAS DE RECONHECIMENTO FACIAL E A CRIAÇÃO DE PERFIS DE CONSUMO NO BRASIL: UMA ANÁLISE À LUZ DA PROTEÇÃO JURÍDICA DO CONSUMIDOR**

**ALEXANDRE CORRÊA DE OLIVEIRA<sup>1</sup>**  
**FERNANDO COSTA DE AZEVEDO<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – oliveiraalec@outlook.com

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas - fernando.azevedo@ufpel.edu.br

### **1. INTRODUÇÃO**

Esta pesquisa, desenvolvida no Programa de Pós-graduação em Direito da Universidade Federal de Pelotas, em nível de mestrado, insere-se na linha de pesquisa de Direito e Vulnerabilidade Social. Mais especificamente, integra o projeto Consumo e Vulnerabilidade: a proteção jurídica dos consumidores na sociedade contemporânea", especificamente no tópico proteção jurídica dos consumidores na era digital: informação e responsabilidade por danos.

A sociedade atual é hiperconectada, os indivíduos produzem dados a todo momento e observa-se um desenvolvimento exponencial de tecnologias de inteligência artificial. Nesse cenário, o consumo não serve apenas para satisfazer necessidades metabólicas para a manutenção da vida humana. A aquisição de produtos e serviços também é utilizada para a satisfação de desejos, demonstração de posição social e pertencimento a determinados grupos ou culturas específicas (BAUMAN, 2008).

Diante disso, os fornecedores utilizam técnicas cada vez mais avançadas para entender os desejos dos consumidores. A lógica atual não se limita a ofertar um determinado produto ou serviço para atender as necessidades dos consumidores, mas buscar angariar informações e identificar vulnerabilidades que possam ser exploradas (MARQUES; MUCELIN, 2022).

É Nesse contexto que emerge o uso de tecnologias de reconhecimento facial como mecanismos de perfilização do consumidor. Com o aprimoramento dos sistemas de Inteligência artificial e o vasto volume de dados produzidos pelos usuários de produtos e serviços, essa tecnologia tem a capacidade de reconhecer faces, emoções e de construir perfis de consumo com alta precisão.

No Brasil, tanto a proteção do consumidor quanto dos dados pessoais são direitos fundamentais assegurados pela Constituição. Além disso, o ordenamento jurídico brasileiro dispõe um robusto arcabouço infraconstitucional para tutelar os dados pessoais e os direitos dos consumidores, por meio do Código de Defesa do Consumidor (CDC) e da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Adicionalmente, o PL 2338/23, que dispõe sobre o desenvolvimento, fomento e o uso ético e responsável da Inteligência Artificial no Brasil, encontra-se em tramitação no Congresso Nacional. Aprovado no final de 2024 no Senado Federal, o projeto está atualmente em discussão na Comissão Especial sobre Inteligência Artificial (BRASIL, 1988, 1990, 2018, 2023).

Dessa forma, a presente dissertação busca investigar a utilização de dados faciais com fins mercadológicos, diante da vulnerabilidade do consumidor e responder a seguinte pergunta: qual a compatibilidade do uso de reconhecimento facial para a perfilização nas relações de consumo com a Constituição Federal de 1988 e o sistema infraconstitucional de proteção do consumidor?

Para isso, este trabalho tem como objetivo geral analisar, com base na Constituição Federal de 1988 e no sistema infraconstitucional de proteção do consumidor, a vulnerabilidade dos consumidores, frente a utilização de reconhecimento facial para perfilização nas relações de consumo. Já os objetivos específicos são: compreender a vigilância nas relações de consumo e o uso de tecnologias inteligência artificial e de reconhecimento facial neste contexto; examinar a vulnerabilidade dos consumidores, a perfilização e a discriminação algorítmica devido à coleta de dados faciais; e verificar a compatibilidade do uso de reconhecimento facial para perfilização nas relações de consumo com a Constituição Federal de 1988 e com o sistema infraconstitucional de proteção do consumidor.

## **2. METODOLOGIA**

A pesquisa é desenvolvida com abordagem qualitativa, buscando uma visão aprofundada dos temas estudados e adota o método dedutivo, partindo de premissas gerais para analisar questões particulares (MACHADO, 2017).

Quanto as técnicas de pesquisa estão sendo utilizadas a bibliográfica, para a compreensão de conceitos, do estado atual do conhecimento e dos apontamentos doutrinários nas áreas de interesse; e a documental, para a análise de legislações, decisões administrativas e documentos sem tratamento prévio, permitido verificar como os dispositivos legais são aplicados na prática (GIL, 2002).

## **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Esta pesquisa, aprovada em banca de qualificação em março de 2025, encontra-se em fase de elaboração. A estruturação dos capítulos foi realizada e a construção teórica de cada seção do trabalho está em andamento.

O trabalho está dividido em 3 capítulos, cada um com 2 subcapítulos. Essa divisão foi concebida com base nos objetivos específicos, visando responder à pergunta de pesquisa.

O primeiro capítulo visa apresentar os conceitos fundamentais que permeiam a análise jurídica subsequente. Nele, são abordados a vigilância para coletar dados, e a conceituação de inteligência artificial e dos sistemas de reconhecimento facial.

Conforme leciona ZUBOFF (2021), um dos principais objetivos das empresas, no que ela denomina 'capitalismo de vigilância', é coletar o máximo de informações possível, transformando tudo em dados passíveis de análise que possam aprimorar a cadeia de fornecimento, gerando assim, mais lucro.

A inteligência artificial amplifica a velocidade e a forma como os dados biométricos capturados são processados. Devido à evolução da inteligência artificial, é possível programar sistemas capazes de aprender de forma automatizada a partir dos dados disponibilizados, processo conhecido como aprendizado de máquina (KNEUSEL, 2023). Atualmente, já se observa, também, o aprendizado profundo, um aprimoramento do processo anterior, onde os algoritmos são dispostos em camadas que se assemelham à estrutura do cérebro humano, dando origem as redes neurais de aprendizado profundo (deep learning networks) (KAUFMAN, 2022).

Assim, surgem os sistemas tecnológicos de reconhecimento facial, capazes de utilizar inteligência artificial para converter características humanas em dados e

processá-los para buscar pessoas, identificar padrões ou expressões faciais (LYNCH, 2020).

No segundo capítulo aborda-se temas como a vulnerabilidade do consumidor e a discriminação algorítmica em relação ao reconhecimento facial.

A relação de consumo, definida pela ligação entre consumidor, fornecedor e um produto ou serviço por intermédio de um contrato de consumo, é, por natureza, desigual, reconhecendo-se o consumidor como vulnerável e merecedor de proteção especial do ordenamento jurídico (AZEVEDO, 2023).

Assim, busca-se compreender as situações envolvendo o uso de reconhecimento facial e inteligência artificial que possam agravar a vulnerabilidade dos consumidores.

Um dos grandes pontos suscitados diz respeito às chamadas discriminações algorítmicas, que podem ser tanto amplificações ou desdobramentos de discriminações já existentes no mundo analógico, como de gênero ou raça, quanto novas situações, como diferenciações de preço ou bloqueios de oferta com base nos perfis dos usuários.

Por fim, o último capítulo busca analisar os limites jurídicos para o uso de reconhecimento facial no Brasil.

Os sistemas de reconhecimento facial utilizam dados biométricos. Destaca-se que a proteção dos dados pessoais é um direito fundamental e que essa espécie de dados é considerada sensível pela Lei Geral de Proteção de Dados, merecendo uma proteção ainda mais acentuada (BRASIL, 1988, 2018)

Com isso, a parte final do trabalho dedica-se a analisar a compatibilidade da utilização do reconhecimento facial para a formação de perfis de consumidores com o ordenamento jurídico brasileiro e a adequação do Projeto de Lei que visa regular a inteligência artificial ao tema abordado. Para tanto, são examinados exemplos recentes da aplicação dessa tecnologia no Brasil à luz das legislações nacionais, incluindo seu uso em totens publicitários para avaliar a reação a anúncios, em lojas para analisar o comportamento de clientes, em estádios de futebol para associar o reconhecimento a perfis e documentos pessoais na compra de ingressos e acesso a partidas, bem como em análises de imagens em redes sociais e na aquisição de dados das íris de indivíduos (BRASIL, 2023).

#### 4. CONCLUSÕES

Até o momento, foram identificados problemas cruciais relacionados à falta de informação clara ao consumidor sobre a coleta e tratamento de dados faciais, à opacidade de algoritmos e sistemas, e a desafios para impedir vieses discriminatórios. Esses achados preliminares destacam a complexidade em garantir a compatibilidade do uso do reconhecimento facial com a proteção do consumidor no Brasil. Diante desses desafios, o estudo deste tema revela-se fundamental e urgente para o aprimoramento da proteção dos consumidores na era digital.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, Fernando Costa de. **Relação jurídica de consumo**: elementos para uma teoria geral. Indaiatuba, SP: Editora Foco, 2023.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: A transformação das pessoas em mercadoria. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Ed, 2008.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Emendas Constitucionais de Revisão. Brasília, DF: Casa Civil, Subchefia para assuntos jurídicos, 1988. Disponível em:  
<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm)>  
Acessado em: 15 ago. 2025.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Casa Civil, Subchefia para assuntos jurídicos. Disponível em:  
<[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm)>. Acessado em: 15 ago. 2025.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). DF: Casa Civil, Subchefia para assuntos jurídicos, 2018. Disponível em:  
[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm).  
Acessado em: 15 ago. 2025.

BRASIL. Senado Federal. **PL 2.338/2023**. Dispõe sobre o uso da inteligência Artificial. Disponível em: <  
<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=9347593&ts=1742240889254&disposition=inline>>. Acessado em: 15 ago. 2025.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

KAUFMAN, Dora. **Desmistificando a inteligência artificial**. São Paulo: Autêntica Editora, 2022. E-book. p.8. ISBN 9786559281596. Disponível em:  
<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559281596/>>.  
Acesso em: 15 fev. 2025.

KNEUSEL, Ronald T. **Como a Inteligência Artificial Funciona**: Da Magia à Ciência. Tradução: Cibelle Ravaglia. 1 ed. São Paulo, SP: Novatec Editora, 2023.

LYNCH, Jennifer. **Face Off**: Law Enforcement Use of Face Recognition Technology. Electronic Frontier Foundation, 2020. Disponível em:  
<[https://www.eff.org/files/2020/04/20/face-off-report-2020\\_1.pdf](https://www.eff.org/files/2020/04/20/face-off-report-2020_1.pdf)>. Acesso em: 08 fev. 2025.

MACHADO, Máira Rocha (Org.). **Pesquisar empiricamente o Direito**. São Paulo: Rede de estudos empíricos em direito. 2017.

MARQUES, Claudia Lima.; MUCELIN, Guilherme. Vulnerabilidade na era digital: um estudo sobre os fatores de vulnerabilidade da pessoa natural nas plataformas, a partir da dogmática do Direito do Consumidor. **civilistica.com**, v. 11, n. 3, p. 1-30, 25 dez. 2022.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância**: A luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro, RJ: editora Intrínseca, 2021.