

IA no atendimento ao cliente: desafios jurídicos e proteção ao consumidor

16/08/2024

A utilização de inteligência artificial no atendimento ao cliente está transformando a interação entre empresas e consumidores. O ritmo de adaptação dos envolvidos nas relações consumeristas e contratuais com a implementação do uso de *chatbots*, algoritmos de recomendação e a proteção de dados diante da automatização do atendimento e a velocidade de evolução da legislação para garantir uma proteção adequada aos consumidores deve ser considerada.

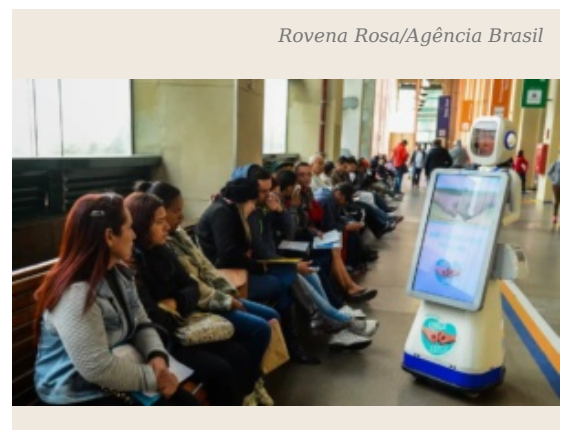
A revolução tecnológica, impulsionada pela IA, tem transformado profundamente diversos setores, tais como: serviços financeiros, comércio eletrônico, personalização de conteúdo, consultoria e suporte e até mesmo telemedicina. No campo das relações consumeristas, o atendimento ao cliente não é uma exceção e com isso a tecnologia tem alterado significativamente o formato das relações jurídicas.

As empresas, com a IA, passaram a obter uma interação mais personalizada com os consumidores do que antes, com a “mera tecnologia” quando a era digital era focada exclusivamente na internet. As implementações trazidas pela IA possibilitam celeridade nos procedimentos e com o uso devido, geram segurança às demandas.

Com o advento de *chatbots*, assistentes virtuais e algoritmos de recomendação, as empresas estão aprimorando a eficiência e a personalização de suas interações com os consumidores. Esses sistemas são capazes de lidar com uma variedade de consultas, desde questões simples até problemas mais complexos, 24 horas por dia, sete dias por semana.

Além disso, algoritmos de recomendação personalizam as interações com base nas preferências e nos comportamentos passados dos consumidores, aumentando a relevância e a precisão das ofertas e sugestões. No entanto, esses avanços trazem à tona desafios jurídicos significativos que afetam a proteção ao consumidor, como responsabilização e armazenamento de dados.

Dentre as comunicações programadas e esperadas, têm-se que a coleta e o processamento de dados pessoais são uma parte fundamental da personalização proporcionada pela IA. No entanto, isso traz à baila questões cruciais sobre a proteção de dados e a privacidade dos consumidores. A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil e o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (GDPR) na União Europeia impõem exigências rigorosas sobre como os dados dos consumidores devem ser coletados, armazenados e utilizados. As empresas devem garantir que suas práticas estejam em conformidade com essas regulamentações e que os



consumidores sejam informados de maneira clara sobre como seus dados estão sendo utilizados.

A forma de comunicação e a acessibilidade de tais informações estão cada vez mais acessíveis, uma vez que, para além do cumprimento de determinações jurídicas, os próprios consumidores passaram a cobrar e preferir o consumo de empresas transparentes, firmando assim a conexão necessária para uma boa relação de consumo.

Responsabilidade

Em um cenário de prevenção, a definição da responsabilidade pelo tratamento incorreto de informações ou pela falha na prestação de serviços — se é da empresa desenvolvedora, da empresa usuária ou do próprio sistema — é fundamental para o cenário jurídico e deve ser claramente especificada previamente.

Em que pese a notável implementação dos sistemas com IA, a autonomia do consumidor pode ser comprometida quando decisões são tomadas com base em algoritmos sem a devida intervenção humana. É crucial garantir que os consumidores tenham a opção de interagir com um atendente humano se preferirem e que possam dar ou retirar seu consentimento para a utilização de IA.

Para tanto, o Decreto nº 11.034, de 5 de abril de 2022, que Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, Código de Defesa do Consumidor (CDC), estabelece diretrizes e normas sobre o serviço de atendimento ao consumidor (SAC) e traz para o ordenamento ajustes necessários ante o cenário que vivemos de inteligência artificial.

A cada novo posicionamento, as legislações e as empresas trazem para as relações jurídicas a necessidade de adotarem os princípios de segurança, privacidade, resolutividade da demanda, transparência, eficiência, eficácia e boa-fé.

Práticas comerciais desleais

A imposição de escolhas e a falta de alternativas podem ser consideradas práticas comerciais desleais e podem ser desafiadas legalmente. Em virtude disto, se antes o cenário de comunicação existia apenas em atendimento pessoal ou via SAC, com a pluralidade de canais de comunicação, inclusive redes sociais, imprescindível se faz que em toda comunicação, com o sem o uso de IA, haja o devido tratamento e segurança dos dados.

Os dados pessoais do consumidor serão coletados, armazenados, tratados, transferidos e utilizados exclusivamente nos termos do disposto na [Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018](#),

Spacca



Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

Para uma empresa garantir a conformidade regulatória e ser reconhecida e indicada pelos consumidores, sua atuação de forma preventiva com a devida adequação às exigências é o melhor caminho. Implementar políticas internas robustas e realizar auditorias regulares pode ajudar a garantir a conformidade com as leis de proteção de dados e privacidade.

As empresas devem fornecer informações claras sobre como seus sistemas de IA funcionam dentro dos limites de segurança e quais dados são coletados. Quanto mais o consumidor souber do cuidado e do cumprimento da empresa frente às determinações legais, mais será procurada e indicada. A indicação pela confiabilidade segue sendo uma das formas de maior alcance de clientes.

Concluimos que a inteligência artificial está reformulando o atendimento ao cliente de maneiras profundas e inovadoras, mas também traz desafios jurídicos significativos que precisam ser abordados para proteger adequadamente ambas as partes das relações contratuais. As empresas devem estar cientes das implicações legais de suas práticas de IA e tomar medidas proativas para garantir a conformidade regulatória, a transparência e a autonomia do consumidor.

Com o uso cristalino de uma abordagem equilibrada, direta, acessível e responsável, que considere tanto os benefícios quanto os riscos da inteligência artificial, será possível maximizar as vantagens tecnológicas enquanto se assegura a proteção dos direitos dos consumidores. Entender que não há mais possibilidade de retrocesso tecnológico e que ainda vêm mais inovações pela frente é a chave para que nos adaptemos e usemos da melhor forma o que a IA tem para oferecer.

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2024-ago-16/impactos-da-inteligencia-artificial-no-atendimento-ao-cliente-desafios-juridicos-e-protecao-ao-consumidor/>