

Chatbots: novas soluções para as empresas, novos desafios para o legislador

Por RICARDO HENRIQUES



Advogado Principal da Abreu Advogados

Os chatbots não são um conceito novo, mas estão a tornar-se cada vez mais sofisticados no que podem fazer e na capacidade de imitar o comportamento humano online. Como indica o seu nome, um chatbot simula conversas humanas (“chat”) através de comandos de voz, texto ou ambos.

Muitos livros e filmes de ficção científica apresentam robôs ou interfaces que comunicam com os seus protagonistas. Entre os mais famosos estão o famoso Hal 9000 de 2001: Uma Odisseia no Espaço e, mais recentemente, J.A.R.V.I.S. no Ironmen. **No entanto, a história tem também exemplos reais de chatbot: o ELIZA, o primeiro programa para processamento de linguagem natural da história criado por Joseph Weizenbaum no laboratório de Inteligência Artificial do MIT em 1964 ou o A.L.I.C.E. criado na Lehigh University por Richard S. Wallace em 1995.**

Atualmente existem muitos outros exemplos, havendo um aumento significativo da utilização de chatbots nos últimos anos. Parte desse crescimento deve-se a empresas como Facebook, Microsoft, Oracle e IBM terem disponibilizado uma série de ferramentas para facilitar o desenvolvimento de chatbots. Essa disponibilidade de ferramentas reduziu drasticamente o custo de criação e manutenção destes programas. Esta popularidade foi também potenciada pela proliferação de smartphones e ligações de internet de alta velocidade. **Por outro lado, a utilização dos mesmos em mobile messengers, como o Facebook Messenger e o Skype, tornou-os também mais conhecidos do público, na medida em que as pessoas interagem com os chatbots sem terem de aprender uma nova interface para além das aplicações de mensagens com que estão familiarizadas.** Para as empresas que tentam chegar a uma nova geração de utilizadores, torna-se uma opção interessante.

Os chatbots são utilizados por diferentes empresas para estimular conversação, assim promovendo os produtos e serviços dessas empresas, aumentando a ligação destas com o consumidor e tentando melhorar a experiência do utilizador. **Várias empresas utilizam chatbots como agentes virtuais de atendimento ao cliente, atendendo à capacidade destes para lidar com questões repetitivas, como a devolução e troca de produtos.** As marcas estão também cada vez mais a utilizar chatbots para fins promocionais, para enviar links de publicidade a potenciais consumidores, o que permite mais exposição à marca e oportunidades de publicidade mais pessoal

do que o típico email.

Existem dois tipos principais de chatbots: os generalistas e os especialistas. Os generalistas são capazes de interagir com o utilizador sobre assuntos diversos, como o Google Assistant, Amazon Alexa, Microsoft Cortana, Apple Siri. Os chatbots especialistas são criados para interagir com o utilizador num determinado assunto ou exercer uma função específica, como por exemplo os chatbots de companhias aéreas que realizam check-in ou de sites de hotéis que reservam quartos.

Sempre que surge uma tecnologia disruptiva esta traz consigo uma série de questões de ordem jurídica. É o caso dos carros autónomos, dos drones e da inteligência artificial, desde logo nos chatbots. Os chatbots representam uma miríade de problemas legais e de riscos que precisam ser considerados por aqueles que os utilizam. Desde os termos e condições de utilização às questões das indústrias reguladas (ex.: ficaram famosos alguns chatbots na área da prestação de serviços jurídicos como o DoNotPay para a gestão de reclamações de multas de estacionamento, sendo questionável a sua admissibilidade noutras jurisdições), passando pelo tema incontornável da proteção de dados pessoais desde a conceção e por defeito, ao acesso a segredos de negócio ou a propriedade intelectual e não esquecendo a questão de conteúdos difamatórios (recorde-se o exemplo famoso do chatbot Tay da Microsoft que teve de ser desligado rapidamente após a sua ativação em resultado dos tweets inesperados que começou a publicar), entre outros.

Um outro tema que tem sido frequentemente discutido é o da definição da responsabilidade por erros cometidos pelos chatbots. Por mais inteligentes que sejam, é quase certo que cometerão erros. Se um chatbot enviar alguém para o aeroporto no horário errado e fizer essa pessoa perder o seu voo, quem responsabilizar? E como deve um chatbot reagir perante pedidos dos utilizadores que infrinjam a lei? Se o chatbot satisfizer esse pedido, quem será responsável? O consumidor ou a empresa que desenvolveu o chatbot? Deverá o chatbot reportar esse pe-

“Existem dois tipos principais de chatbots: os generalistas e os especialistas. Os generalistas são capazes de interagir com o utilizador sobre assuntos diversos, como o Google Assistant, Amazon Alexa, Microsoft Cortana, Apple Siri”

dido às autoridades? Será que algum dia fará sentido uma total autonomização da responsabilidade do chatbot da empresa que o criou?

Como sempre, haverá um período de incerteza regulatória à medida que a lei recupera o atraso em relação aos desenvolvimentos tecnológicos dos chatbots e de outros produtos de inteligência artificial e vai criando regras sobre como os regular as várias questões legais que vão surgindo. ●