

Por Marcos Catalan

Despidas do colorido que vivifica a ousadia fundida a figuras como Ada Lovelace, privadas da genialidade socialmente reprimida de prodígios como Alan Turing, desnudadas de qualquer dimensão impregnada à criatividade imantada a espíritos inquietos como o de Isaac Asimov e, certamente, sem a empatia e generosidade que tantos, equivocadamente, afirmam caracterizar o povo brasileiro [\[1\]](#), as linhas adiante esboçadas limitam-se a tentar estimular o(a) leitor(a) a meditar sobre alguns dos problemas vivenciados, hodiernamente, pelos consumidores no Brasil.

Elas buscam, ainda, com alguma chance de acerto, acerca de dilemas que virão a ser experimentados, em um futuro bastante próximo, em razão da crescente, irreprimível e incontrolável fusão de sistemas de inteligência artificial aos movimentos que impulsionam o consumo de seguros no Brasil, e, ainda, quiçá, a refletir sobre como o Direito brasileiro se propõe a resolver, ao menos, parte destas questões.

[Leia aqui na íntegra.](#)

Fonte: Consultor Jurídico, em 24.02.2021