

VULNERABILIDADE INFORMACIONAL E CONSENTIMENTO NA ERA LGPD.

A FACILIDADE DO CONSENTIMENTO E SEUS RISCOS NA ERA DIGITAL

INFORMATION VULNERABILITY AND CONSENT IN THE LGPD ERA.

THE EASE OF CONSENT AND ITS RISKS IN THE DIGITAL AGE

**RONALDO GABRIEL DE SALLES JUNIOR
RODRIGO SONCINI DE OLIVEIRA GUENA**

RESUMO

Desde o surgimento da internet, os contratos virtuais tornaram-se cada vez mais comuns, estando presentes em diversos tipos de negócio, desde lojas de roupas até faculdades que dão aulas de forma completamente digital. No Brasil, os contratos digitais são exatamente o que o nome sugere, ou seja, "contratos digitais", cujo a única distinção é a utilização de assinatura digital, a qual é fundamentada pela Medida provisória 2.200-2/2001, a qual instruiu a infraestrutura de chaves públicas brasileiras, e também pela Lei 14.063/2020 (Brasil, 2020). Embora digitais, eles ainda são tão válidos quanto os contratos físicos, desde

que sigam as diretrizes da legislação brasileira. Em 2018, foi sancionada a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), e entrou em vigor em 2020. A LGPD foi inspirada em uma norma europeia de proteção de dados e tem como objetivo proteger os direitos fundamentais de liberdade, privacidade e livre formação da personalidade. Além disso, ela se aplica a qualquer pessoa, seja física ou jurídica, que trate dados digitais, de forma física ou digital. Embora existam mecanismos de defesa contra cláusulas abusivas, como o Código de defesa do consumidor (CDC) e Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Os termos abusivos ainda são comuns, muitas vezes "camuflados" em meio a uma enorme quantidade de informações, às quais estão escritas de uma forma muito técnica, trazendo assim uma extrema dificuldade para que as pessoas tente ler e compreender o que estão assinando, além de que, hoje em dia o simples clique em um botão de "aceito" se caracteriza como uma assinatura, fazendo com que pessoas acabem literalmente "dando" suas informações e aceitando termos absurdos.

LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS. PRIVACIDADE. CONSENTIMENTO.
CÓDIGO DE PROCESSO DO CONSUMIDOR (CPC).

ABSTRACT: In recent years, technology has advanced rapidly, bringing many benefits. However, these developments are not always positive. An example of this are "digital contracts", which you "agree to" without really knowing what you are dealing with. This may lead you to provide personal information without realizing it due to unfair terms. Many companies and websites use long, complex contracts that are written in a way that is difficult to understand. This ends up making it difficult for people to understand in general and, indirectly, you can often benefit without you even realizing it. In addition to unfair clauses, these contracts often have some type of exemption from liability. These clauses tend to favor companies, giving them an advantage over "victims", who often have no other option than to accept the conditions to access the service or product. Despite the implementation of the General Data Protection Law (LGPD), which has been in force since 2020, problems related to digital contracts are still causing abusiveness in their clauses. Many consumers are unaware of what they are accepting. This research aims to point out and contribute to users' awareness of the risks associated with digital contracts and the importance of reading and understanding the terms and conditions before accepting, promoting more informed and proactive behavior on the part of users, in order to ensure the protection of your rights.

KEYWORDS: LGPD (GENERAL DATA PROTECTION LAW). PRIVACY. CONSENT.

INTRODUÇÃO

A revolução tecnológica promovida pela internet transformou profundamente as relações contratuais, sobretudo no âmbito do consumo. A cada clique em "Li e concordo com os termos e condições", milhares de usuários formalizam contratos digitais, muitas vezes sem sequer compreenderem o conteúdo que estão aceitando. Tal prática, embora legitimada formalmente, suscita discussões sobre a validade do consentimento manifestado de forma automatizada, principalmente diante da assimetria informacional e da linguagem excessivamente técnica desses contratos.

O presente trabalho tem como objetivo analisar a fragilidade do consentimento digital, problematizando sua validade jurídica no contexto dos contratos eletrônicos de adesão. A pesquisa investiga se o clique é de fato uma expressão autônoma da vontade ou apenas uma simulação formal de consentimento, condicionada por estruturas tecnológicas e comportamentos induzidos.

Para isso, adota-se uma abordagem qualitativa, com base em revisão bibliográfica, legislação vigente, doutrina especializada e casos concretos.

METODOLOGIA

Este estudo utiliza uma abordagem qualitativa, de natureza teórico-dedutiva, fundamentada em revisão bibliográfica e análise documental. Foram analisadas obras doutrinárias nacionais e internacionais, decisões judiciais relevantes e legislações específicas como Lei Geral de Proteção de Dados e o Código De defesa do Consumidor. A seleção bibliográfica baseou-se na atualidade, pertinência temática e representatividade dos autores no campo jurídico. A jurisprudência foi extraída de tribunais superiores e cortes internacionais com destaque para casos que discutem o consentimento digital.

A escolha metodológica fundamenta-se na necessidade de compreender os impactos jurídicos da simulação de consentimento no ambiente digital e de problematizar as lacunas normativas existentes. Optou-se por uma abordagem teórica justamente por se tratar de um tema ainda em consolidação, que demanda sistematização crítica do ordenamento vigente e de suas interpretações. O método dedutivo permite partir de premissas gerais — como os princípios constitucionais da dignidade e da liberdade — para interpretar dispositivos específicos e seus efeitos nas relações de consumo online.

1. CONTRATOS ELETRÔNICOS E O CONSENTIMENTO PRESUMIDO

1.1 A formação do contrato no meio digital

O contrato eletrônico é aquele firmado por meio digital, sem a necessidade de presença física entre as partes. Conforme Doneda (2019), a assinatura eletrônica é suficiente para garantir a validade jurídica do ato, desde que atendidos os requisitos de autenticidade, integridade e manifestação de vontade. No entanto, é justamente essa manifestação de vontade que se encontra em xeque no contexto da sociedade hiperconectada.

Ao contrário dos contratos tradicionais, os contratos eletrônicos são quase sempre contratos de adesão. Não há negociação individualizada das cláusulas, tampouco diálogo entre as partes. O consumidor simplesmente se depara com os “termos de uso” ou “política de privacidade”, muitas vezes em janelas que bloqueiam o acesso ao serviço até que ele clique em “aceito”. O tempo médio que uma pessoa leva para aceitar um contrato digital é inferior a 10 segundos, o que revela a superficialidade com que esse procedimento é realizado.

Além disso, o contrato eletrônico é frequentemente estruturado com base em fluxos automatizados de aceitação, o que faz com que a manifestação da vontade não passe de um clique — sem qualquer leitura, reflexão ou opção real de escolha. Trata-se de uma presunção de consentimento, mais do que de um consentimento propriamente dito.

1.2 COERÇÃO TECNOLÓGICA E PRESSÃO COMPORTAMENTAL

A prática comum de apresentar contratos longos, redigidos em linguagem técnica e com caixas de aceitação previamente marcadas, transforma o consentimento em um ato mecânico, fragilizando a autonomia do consumidor. Essa situação configura o que alguns doutrinadores chamam de "coerção tecnológica", ou seja, um ambiente em que o consumidor não possui alternativa real, sendo levado a aceitar condições impostas sem reflexão crítica. Nesse contexto, o consentimento perde seu valor jurídico e passa a ser um mero instrumento formal para legitimar condutas empresariais desequilibradas.

Além dos termos contratuais, o próprio ambiente digital é construído com elementos de engenharia comportamental. Muitas plataformas usam mecanismos como urgência artificial (“restam apenas 2 unidades!”), obstáculos à recusa (“você realmente quer sair sem aproveitar esta oferta?”) e caminhos mais fáceis para aceitar do que para rejeitar. Esses elementos afetam a liberdade de escolha do consumidor, gerando um comportamento que, embora voluntário em aparência, é induzido e condicionado.

Nesse sentido, é fundamental que o direito reconheça as particularidades da manifestação de vontade no ambiente digital e avance para além da formalidade do clique. O contrato eletrônico deve ser analisado não apenas pela ótica da forma, mas sobretudo pela substância da vontade — que, muitas vezes, está ausente ou distorcida pela própria arquitetura da escolha imposta ao usuário.

2. A LGPD E A FRAGILIDADE DO CONSENTIMENTO INFORMADO

2.1 EXIGÊNCIAS LEGAIS E PRÁTICAS EMPRESARIAIS

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), em vigor desde 2020, instituiu novos parâmetros para a proteção da privacidade no Brasil, estabelecendo que o tratamento de dados deve estar fundado em bases legais legítimas. Dentre essas bases, destaca-se o consentimento, previsto no art. 7º, I, como um dos fundamentos para a coleta e uso de informações pessoais. O art. 5º, XII, define consentimento como a "manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada".

Contudo, o distanciamento entre o que diz a lei e o que se observa na prática é notável. Muitos termos de uso e políticas de privacidade são redigidos em linguagem técnica, densa e inacessível para o público médio. Essa opacidade dificulta a real compreensão por parte dos titulares, que acabam consentindo sem entender o que estão autorizando. Para Bruno Bioni (2020), o simples clique em um botão de aceite não pode ser confundido com o exercício de uma vontade autêntica, pois “consentimento, no âmbito da proteção de dados, não se reduz à forma; ele exige conteúdo e contexto”.

Danilo Doneda (2019) também chama atenção para a necessidade de que o consentimento seja uma decisão informada, tomada a partir do conhecimento real sobre os riscos envolvidos. Quando esse conhecimento é comprometido por textos confusos, interfaces manipulativas ou ausência de alternativas, o que se tem é uma simulação de consentimento — um ato apenas aparente, que não reflete uma verdadeira escolha.

Outro problema recorrente é o uso abusivo do consentimento como cláusula geral para justificar todo tipo de tratamento de dados. Muitas plataformas apresentam contratos que exigem a aceitação de termos amplos, genéricos e irrestritos, impedindo o consentimento granular (por finalidades específicas), tal como exige o princípio da necessidade. Além disso, há casos em que o não consentimento impossibilita o acesso ao serviço, o que contraria o caráter facultativo do consentimento, conforme previsto no art. 8º, § 4º da LGPD (BRASIL, 2020).

A prática de embutir cláusulas que permitem o compartilhamento de dados com terceiros ou sua transferência internacional, sem informações claras e mecanismos eficazes de controle por parte do titular, também infringe diretamente os princípios da transparência e da autodeterminação informativa. Segundo Lilian Mitsunaga (2021), “a complexidade das redes digitais impõe ao titular uma vulnerabilidade informacional estrutural, o que exige um novo modelo de consentimento, mais protetivo e efetivamente controlável”.

Portanto, embora a LGPD represente um avanço normativo, sua efetividade depende da forma como o consentimento é operacionalizado pelas empresas. O cumprimento formal da exigência legal, sem garantir a substância da escolha livre e consciente, esvazia a proteção pretendida pela lei. O desafio, nesse sentido, é alinhar a prática contratual digital com os princípios da

legislação, garantindo que o consentimento não seja apenas um requisito formal, mas um verdadeiro exercício da autonomia do titular de dados.

2.2 A ATUAÇÃO DA ANPD E A EFETIVIDADE NORMATIVA

A ANPD tem publicado guias orientativos para esclarecer boas práticas e exigir o cumprimento dos princípios da LGPD, mas a fiscalização ainda é incipiente. O desafio é transformar as boas intenções da lei em efetiva proteção ao consumidor digital, exigindo não apenas consentimento formal, mas consentimento real, consciente e com possibilidade concreta de recusa.

2.3 O PARADOXO DA AUTONOMIA NO AMBIENTE DIGITAL

Embora o consentimento seja um dos fundamentos da autodeterminação informativa, no contexto digital sua natureza se aproxima perigosamente de uma ficção jurídica. A ilusão de liberdade é reforçada por estratégias como dark patterns, mecanismos de design que induzem o usuário à aceitação sem plena consciência. Tais práticas desconstroem a noção clássica de autonomia da vontade, substituindo-a por uma submissão disfarçada de escolha. Nesse cenário, é imprescindível que o consentimento deixe de ser um ato isolado e passe a ser entendido como processo contínuo, cuja validade depende da transparência e da possibilidade de revogação efetiva.

2.4 O CONSENTIMENTO COMO FUNDAMENTO DA AUTODETERMINAÇÃO INFORMATIVA

A ideia de autodeterminação informativa, consagrada pela jurisprudência do Supremo Tribunal Federal e fortalecida pela LGPD, pressupõe que o titular de dados tenha controle efetivo sobre suas informações pessoais. Isso significa que ele deve

saber, de forma clara, por que seus dados estão sendo coletados, como serão utilizados, por quanto tempo serão armazenados e com quem serão compartilhados. O consentimento, nesse contexto, não pode ser meramente simbólico — deve representar um verdadeiro exercício da liberdade individual.

Segundo Danilo Doneda (2019), a autodeterminação informativa é um direito fundamental que se articula com a dignidade da pessoa humana e com a ideia de cidadania digital. Assim, o consentimento deve ser entendido como um instrumento de empoderamento do indivíduo frente aos poderes informacionais das empresas e do Estado. Quando o consentimento é viciado, mal informado ou condicionado por práticas obscuras, toda a lógica da autodeterminação é desvirtuada.

2.5 JURISPRUDÊNCIA NACIONAL E INTERNACIONAL SOBRE CONSENTIMENTO VICIADO

A jurisprudência brasileira ainda está em processo de construção quanto à aplicação da LGPD, mas decisões iniciais apontam para uma valorização crescente da transparência e da boa-fé na coleta de dados. Em decisões do Tribunal de Justiça de São Paulo e do STJ, já se reconheceu que o consentimento obtido por meio de cláusulas genéricas, sem destaque ou compreensão efetiva, pode ser considerado inválido.

No plano internacional, o caso “Planet49” da Corte de Justiça da União Europeia foi emblemático ao afirmar que caixas pré-marcadas não representam consentimento válido. A corte reforçou que o titular deve manifestar sua concordância de forma ativa e consciente. Esse entendimento também serve como referência interpretativa para a aplicação da LGPD, conforme o art. 4º, §4º, que autoriza a adoção de padrões internacionais em matéria de proteção de dados.

2.6 A URGÊNCIA DE MODELOS ALTERNATIVOS DE OBTENÇÃO DE CONSENTIMENTO

Diante das limitações práticas do modelo atual, autores como Bioni (2020) e Maldonado (2020) têm proposto formas alternativas de obtenção de consentimento. Uma delas é o uso de sumários executivos obrigatórios, que apresentam as informações essenciais de forma didática, como ocorre com os “nutri-selos” em produtos

alimentícios. Outra proposta é o consentimento por

camadas, em que o usuário acessa as informações conforme seu interesse, começando por um resumo e podendo aprofundar os detalhes, se desejar.

3. O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NA ERA DIGITAL

O Código de Defesa do Consumidor (CDC), instituído pela Lei nº 8.078/1990, consolidou os fundamentos do direito do consumidor brasileiro, especialmente quanto à proteção da parte hipossuficiente nas relações de consumo. No cenário digital, sua aplicação ganha relevância ainda maior, uma vez que a vulnerabilidade do consumidor se intensifica diante de contratos de adesão eletrônicos, interfaces opacas e práticas automatizadas de coleta de dados.

Nesse contexto, princípios clássicos como a boa-fé objetiva, a transparência, a equidade e o dever de informação devem ser reinterpretados à luz dos desafios contemporâneos da sociedade da informação. Como afirma Cláudia Lima Marques (2018), a vulnerabilidade do consumidor digital não é apenas técnica e econômica, mas sobretudo informacional. É esse descompasso entre o conhecimento técnico do fornecedor e a limitação de compreensão do consumidor médio que exige uma atuação protetiva ampliada por parte do ordenamento jurídico.

A harmonização entre o CDC e a LGPD, portanto, revela-se não apenas possível, mas necessária, pois ambas as normas compartilham a finalidade de proteger a dignidade da pessoa humana, a liberdade de escolha e a autodeterminação informativa.

3.1 PRINCÍPIOS DA TRANSPARÊNCIA E DA BOA-FÉ OBJETIVA NO MEIO DIGITAL

O princípio da transparência, previsto no art. 6º, III, do CDC, impõe ao fornecedor o dever de prestar informações claras, adequadas e ostensivas sobre os produtos e serviços, de modo a permitir a tomada de decisão consciente pelo consumidor. A boa-fé objetiva, por sua vez, consagrada no art. 4º, III, exige conduta leal e colaborativa, sendo o fio condutor de toda a relação contratual.

No entanto, no meio digital, esses princípios enfrentam sérios obstáculos. Os contratos eletrônicos são, em geral, extensos, padronizados e escritos em linguagem técnica, o que dificulta sobremaneira sua leitura e compreensão pelo usuário comum. Além disso, as estratégias de apresentação do contrato — como textos ocultos, menus colapsáveis, rolagem obrigatória e ausência de destaques visuais — comprometem a clareza exigida por lei.

Como sustenta Marques (2018), “a transparência no contrato eletrônico exige não apenas a forma, mas o conteúdo inteligível”, e isso implica adaptar o design contratual à capacidade média de compreensão dos usuários. Ignorar esse dever implica violação da confiança legítima que o consumidor deposita na plataforma, desestabilizando a própria base da relação contratual.

3.2 A NULIDADE DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS E A PROTEÇÃO CONTRA O DESEQUILÍBRIO CONTRATUAL

O art. 51 do CDC dispõe que são nulas de pleno direito as cláusulas que estabeleçam obrigações desproporcionais, que contrariem a boa-fé ou que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada. No ambiente digital, são comuns cláusulas que autorizam o tratamento irrestrito de dados, transferências a terceiros sem consentimento específico, exclusões amplas de responsabilidade por falhas técnicas ou perda de dados, bem como limitações abusivas ao direito de arrependimento.

Essas cláusulas, por serem inseridas unilateralmente e sem possibilidade de negociação — como ocorre nos contratos de adesão digitais — devem ser lidas sob a ótica da hipossuficiência do consumidor e do princípio da função social do contrato. Como observa Tartuce (2021), “a autonomia privada não pode se sobrepor à proteção da parte mais fraca nem justificar cláusulas que afrontem a dignidade do contratante”.

A jurisprudência já tem sinalizado essa sensibilidade. O Superior Tribunal de Justiça (Resp 1.091.363/SP) reafirmou que cláusulas contratuais que transfiram, de forma ampla e genérica, toda responsabilidade ao consumidor, ou que imponham renúncia a direitos básicos, devem ser consideradas nulas. Essa lógica se aplica com ainda mais vigor aos contratos celebrados em meios digitais, cuja opacidade muitas vezes inviabiliza o real exercício da vontade. (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 1.091.363/SP, Rel. Min. Nancy Andrighi, j. 02 jun. 2009, DJe 10 jun.2009.)

A leitura conjunta do CDC com a LGPD fortalece esse entendimento. A proteção de dados pessoais exige consentimento informado, específico e destacado, conforme o art. 8º da LGPD. Cláusulas contratuais que violam esse requisito, ainda que formalmente aceitas, podem ser consideradas nulas à luz do art. 51 do CDC, configurando verdadeira prática abusiva.

Dessa forma, a integração normativa entre CDC e LGPD é essencial para conferir efetividade à proteção contratual do consumidor digital, reequilibrando relações que, em sua essência, são marcadas pela assimetria de poder e de informação.

O art. 51 do CDC considera nulas de pleno direito as cláusulas que estabeleçam obrigações desproporcionais, que contrariem a boa-fé ou que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada. Nos contratos digitais, são exemplos recorrentes de abusividade: cláusulas que autorizam o uso irrestrito de dados pessoais, exclusão de responsabilidade da plataforma, impossibilidade de cancelamento do serviço, ou limitações excessivas ao exercício dos direitos do consumidor.

Essas cláusulas são geralmente inseridas de forma padronizada e sem possibilidade de negociação, o que as caracteriza como cláusulas de adesão. A jurisprudência brasileira tem reconhecido sua nulidade, especialmente quando redigidas de forma a dificultar a compreensão ou quando representam renúncia de direitos indisponíveis. Como lembra Marques (2018), “a função do controle judicial das cláusulas é justamente reequilibrar uma relação que, por sua natureza, é assimétrica”.

Nesse sentido, o CDC se mostra compatível com a LGPD na proteção dos dados pessoais, à medida que também exige o fornecimento de informações claras e o respeito à dignidade do consumidor. A interpretação conjunta dessas normas permite uma atuação mais eficaz na contenção de práticas contratuais abusivas no ambiente digital.

3.3 O PAPEL DA INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA E DA RESPONSABILIDADE OBJETIVA

Outro dispositivo fundamental do CDC, que se mostra especialmente relevante no ambiente digital, é o princípio da inversão do ônus da prova, previsto

no art. 6º, VIII. Essa regra permite que, nas hipóteses de verossimilhança da alegação ou hipossuficiência do consumidor, a responsabilidade de provar os fatos recaia sobre o fornecedor. Em contratos eletrônicos, nos quais o consumidor muitas vezes não tem acesso aos sistemas internos da plataforma, logs de uso ou informações técnicas detalhadas, essa inversão se torna essencial para garantir acesso à justiça.

Da mesma forma, a responsabilidade objetiva prevista no art. 14 do CDC estabelece que o fornecedor responde independentemente de culpa pelos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços. Aplicada ao ambiente digital, essa regra implica que empresas devem responder por falhas em seus sistemas, vazamentos de dados ou cláusulas obscuras, mesmo que não haja dolo ou negligência identificável. Trata-se de um instrumento de equilíbrio diante da disparidade técnica e econômica entre consumidor e fornecedor digital.

3.4 O DIREITO À INFORMAÇÃO COMO ELEMENTO CENTRAL DA CONTRATAÇÃO DIGITAL

A garantia do direito à informação é um dos pilares do CDC e encontra reflexo direto no art. 6º, III. No mundo digital, esse direito deve ser compreendido como um processo contínuo e acessível. Não basta que a informação esteja formalmente disponível — é necessário que ela seja compreensível, destacada e atualizada.

A ausência de informações claras sobre o tratamento de dados, condições de uso, prazos de permanência dos dados nos sistemas e formas de exercício dos direitos do consumidor viola diretamente essa garantia. Como lembra Cláudia Lima Marques (2018), “informar é empoderar”. O empoderamento do consumidor digital passa, portanto, pela acessibilidade da linguagem, pela simplificação dos contratos e pela imposição de práticas que respeitem sua capacidade de autodeterminação.

4. CLÁUSULAS ABUSIVAS E A SIMULAÇÃO DE VONTADE

4.1 A FUNÇÃO SOCIAL DO CONTRATO DIGITAL

O Código Civil brasileiro, em seu art. 421, consagra o princípio da função social do contrato, que deve ser interpretado em conjunto com os direitos fundamentais da pessoa humana e os princípios do CDC. A função social impõe limites à autonomia da vontade e exige que os contratos cumpram finalidades legítimas, respeitem a dignidade das partes e promovam justiça contratual.

No ambiente digital, essa função social é colocada à prova. Cláusulas redigidas unilateralmente por plataformas, aceitas sem leitura por meio de cliques automatizados, e frequentemente lesivas aos direitos do consumidor, desafiam a legitimidade da contratação. Assim, torna-se necessário que o Judiciário e os órgãos de defesa do consumidor façam o controle judicial da função social nos contratos digitais, reconhecendo a nulidade de cláusulas que violam o equilíbrio, a confiança e a finalidade da contratação.

4.2 O OPT-IN AUTOMÁTICO COMO VIOLAÇÃO DO CONSENTIMENTO

Uma das práticas mais comuns e problemáticas nos contratos eletrônicos é o chamado opt-in automático, quando a autorização para coleta ou compartilhamento de dados já vem previamente marcada. Essa prática fere diretamente o art. 8º da LGPD, que exige manifestação livre, informada e inequívoca do titular. Também afronta o CDC ao gerar uma falsa impressão de consentimento e limitar o direito à informação.

A Corte de Justiça da União Europeia, no caso Planet49, julgou que caixas pré-marcadas não equivalem a consentimento válido — posição que deve ser adotada como referência no Brasil, especialmente considerando a abertura da LGPD à harmonização com padrões internacionais.

4.3 DIFICULDADE DE REVOGAÇÃO E O APRISIONAMENTO CONTRATUAL

A LGPD, em seu art. 8º, § 5º, garante ao titular de dados o direito de revogar o consentimento a qualquer momento. No entanto, muitos serviços digitais dificultam ou até inviabilizam esse exercício. Plataformas exigem

preenchimento de formulários extensos, ocultam os caminhos de exclusão de dados ou simplesmente não oferecem mecanismos funcionais de revogação.

Essa prática, além de abusiva, configura o chamado aprisionamento contratual, em que o consumidor se vê preso a um contrato do qual não consegue se desvincular de forma eficaz. O direito de arrependimento, consagrado no art. 49 do CDC, também é frequentemente desrespeitado nesse contexto. A atuação das agências reguladoras e dos Procons, nesse ponto, torna-se imprescindível para garantir a eficácia desses direitos.

5. A RESPONSABILIDADE DAS PLATAFORMAS DIGITAIS

A partir da constatação de que as plataformas digitais não são meras intermediárias, mas agentes que determinam os termos contratuais e coletam dados, é necessário rediscutir sua responsabilidade nas relações de consumo. Ainda que muitas tentem se eximir de obrigações com base na “neutralidade tecnológica”, a verdade é que sua atuação impacta diretamente os direitos dos consumidores.

Conforme o princípio da aparência e da boa-fé objetiva, as plataformas devem responder por cláusulas abusivas, falhas de segurança, manipulação de consentimento e ausência de mecanismos de informação claros e acessíveis. Sua responsabilidade deve ser objetiva e solidária com os fornecedores que operam dentro de seus ambientes, nos moldes do art. 34 do CDC.

Mais do que isso, é necessário repensar o modelo de negócio que coloca os dados pessoais como moeda de troca. As plataformas que lucram com dados devem responder não só civilmente, mas também administrativamente, diante da ANPD e do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. É por meio da responsabilização efetiva que se construirá um ecossistema digital mais justo, transparente e protetivo ao consumidor.

6. EDUCAÇÃO DIGITAL E REFORMAS REGULATÓRIAS

6.1 A URGÊNCIA DA ALFABETIZAÇÃO DIGITAL E DA CIDADANIA INFORMACIONAL

Um dos caminhos mais promissores para enfrentar a assimetria informacional no ambiente digital é o investimento em educação digital. O consumidor que compreende seus direitos, conhece os riscos associados ao tratamento de seus dados e sabe identificar práticas abusivas está mais preparado para exercer sua autonomia informativa.

Políticas públicas de inclusão digital e programas educativos devem ser implementados desde o ensino básico, promovendo a formação de cidadãos conscientes e críticos quanto ao uso de tecnologias. A cidadania digital, nesse sentido, é essencial para a consolidação de um ambiente online mais seguro e equilibrado.

6.2 REFORÇO DA REGULAÇÃO E DA ATUAÇÃO DAS AUTORIDADES COMPETENTES

Além da educação, é fundamental fortalecer a atuação dos órgãos reguladores. A Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) deve intensificar suas ações de fiscalização, emitindo diretrizes técnicas e aplicando sanções em casos de descumprimento da LGPD.

Paralelamente, os Procons e demais órgãos de defesa do consumidor devem aprimorar sua capacidade de atuação no contexto digital, com estrutura tecnológica e jurídica adequada para lidar com os novos desafios das relações de consumo mediadas por plataformas.

6.3 INCENTIVO A BOAS PRÁTICAS CONTRATUAIS E DESIGN INFORMATIVO

O Estado pode, ainda, incentivar as empresas a adotarem boas práticas de transparência contratual, como o uso de resumos executivos, avisos destacados para cláusulas sensíveis, linguagem clara e acessível, e design informativo centrado no usuário.

Premiar e reconhecer publicamente empresas que adotam padrões elevados de proteção de dados e respeito ao consumidor é uma forma de estimular a mudança de cultura, promovendo a ética como diferencial competitivo.

6.4 A INSUFICIÊNCIA DO CONSENTIMENTO

A insuficiência do consentimento no ambiente digital também reflete um conflito entre a forma e a substância jurídica. A formalidade do clique como aceitação contratual não encontra correspondência com os elementos subjetivos exigidos para a formação válida da vontade. Em muitos casos, há clara simulação de consentimento, induzida por padrões de design obscuros, ausência de alternativas e exclusão de opções reais de controle sobre os dados. Isso esvazia o conceito de autonomia privada e demanda atuação mais incisiva do Judiciário.

7. CONCLUSÃO

A análise desenvolvida ao longo deste trabalho evidencia que o consentimento digital, tal como tem sido obtido, apresenta graves limitações em sua capacidade de representar uma manifestação autêntica de vontade. Em um ambiente marcado por contratos de adesão, coerção tecnológica e ausência de alternativas reais, o clique em “aceito” não configura, na maioria das vezes, um verdadeiro pacto de vontades.

A legislação brasileira oferece instrumentos importantes para enfrentar esse cenário, como a LGPD e o CDC. Contudo, sua aplicação ainda encontra barreiras práticas e culturais. A efetivação da proteção do consumidor digital exige, portanto, um esforço articulado entre Estado, empresas e sociedade civil.

Conclui-se que o restabelecimento da confiança nas relações contratuais exige ações interligadas: a promoção de educação digital desde a base escolar; a responsabilização objetiva e solidária das plataformas; a revisão crítica e judicial de cláusulas abusivas; e o incentivo estatal às boas práticas contratuais. Tais medidas corrigem distorções atuais e pavimentam o caminho para um modelo contratual verdadeiramente consentido, ético e compatível com os direitos fundamentais da era informacional.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, José Augusto. *Privacidade e contratos digitais*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2022.
- ANPD – Autoridade Nacional de Proteção de Dados. *Guia orientativo sobre consentimento*. Brasília, 2021.
- BARBOSA, Rafael Zanatta. A atuação da ANPD e a regulação do consentimento informado no Brasil. *Revista de Direito Administrativo*, Rio de Janeiro, v. 281, 2022.
- BIONI, Bruno Ricardo. *Tratamento de dados pessoais: a LGPD*. São Paulo: Gen/Forense, 2020.
- BIONI, Bruno Ricardo; DONEDA, Danilo (org.). *Dados pessoais sensíveis e autodeterminação informativa*. São Paulo: Thomson Reuters, 2022.
- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.
- BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 12 set. 1990.
- BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 15 ago. 2018.
- BRASIL. Lei nº 14.063, de 23 de setembro de 2020. Dispõe sobre o uso de assinaturas eletrônicas. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 24 set. 2020.
- CONSELHO DA EUROPA. *Convenção 108+: Convenção para a proteção das pessoas relativamente ao tratamento automatizado de dados pessoais*. Estrasburgo, 2018.
- COSTA, José de Faria. *Direito da Internet*. Coimbra: Almedina, 2021.
- DONEDA, Danilo. *Da privacidade à proteção de dados pessoais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2019.
- DONEDA, Danilo; MONTEIRO, Fabiano. *Proteção de dados pessoais e democracia digital*. Rio de Janeiro: FGV, 2020.
- FERNANDES, Ricardo. Consentimento e autodeterminação informativa. *Revista Brasileira de Direito Civil*, São Paulo, v. 34, 2021.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. *Novo curso de direito civil: contratos*. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2023.

GOMES, Ana Paula. Dark patterns e coerção tecnológica. *Revista Brasileira de Políticas Públicas*, Brasília, v. 13, 2023.

LIMA MARQUES, Cláudia. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018.

MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela. Contratos eletrônicos e vulnerabilidade do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 131, 2022.

MALDONADO, Wilton. *Proteção de dados e transferência internacional*. Belo Horizonte: D'Plácido, 2020.

MENEZES, Juliana de. Autonomia da vontade e consentimento automatizado. *Revista de Direito Privado*, São Paulo, v. 118, 2023.

MITSUNAGA, Lilian. Consentimento e vulnerabilidade no ambiente digital. *Revista Brasileira de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 128, p. 133-151, 2021.

OECD – Organisation for Economic Co-operation and Development. *Recommendation on AI and Data Governance*. Paris, 2021.

OLIVEIRA, Fernanda Martins de. Consentimento e vulnerabilidade. *Revista da Faculdade de Direito da USP*, São Paulo, v. 118, 2022.

PINHEIRO, Patrícia Peck. *Direito digital aplicado*. São Paulo: Saraiva, 2023.

SANTOS, Carolina Zancaner; ALMEIDA, Felipe Leite. A fragilidade do consentimento digital. *Revista de Direito e Tecnologia*, São Paulo, v. 10, 2023.

SCHREIBER, Anderson. *Autonomia privada e consentimento*. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

TARTUCE, Flávio. *Manual de direito civil: volume único*. 12. ed. São Paulo: Método, 2021.

TAVARES, André Ramos. Direitos fundamentais e proteção de dados. *Revista de Informação Legislativa*, Brasília, v. 59, 2022.

UNIÃO EUROPEIA. Tribunal de Justiça da União Europeia. Caso C-673/17 – Planet49 GmbH. Luxemburgo, 2019.

UNIÃO EUROPEIA. Tribunal de Justiça da União Europeia. Caso C-102/20 – Schrems II (Facebook). Luxemburgo, 2020.