

**CENTRO DE ENSINO SUPERIOR CESREI – LTDA**  
**CESREI FACULDADE**  
**CURSO DE BACHARELADO EM DIREITO**

**THIAGO JOSÉ DA SILVA FRANÇA**

**A EFETIVIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (CDC)  
FRENTE ÀS CLÁUSULAS ABUSIVAS NOS TERMOS DE USO E CONTRATOS  
DE ADESÃO EM AMBIENTES VIRTUAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado à Coordenação do Curso de Direito da Cesrei Faculdade, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Direito pela referida instituição.

Orientador: Prof. Dr. Lauro Cristiano Marculino Leal, Cesrei Faculdade

1º Examinador: Prof. Me. Diego Araújo Coutinho, Cesrei Faculdade

2º Examinador: Prof.<sup>a</sup> Esp. Sabrina Matias Cavalcanti, Cesrei Faculdade

## **A EFETIVIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (CDC) FRENTE ÀS CLÁUSULAS ABUSIVAS NOS TERMOS DE USO E CONTRATOS DE ADESÃO EM AMBIENTES VIRTUAIS**

FRANÇA, Thiago José da Silva<sup>1</sup>

LEAL, Lauro Cristiano Marculino<sup>2</sup>

### **RESUMO**

O presente artigo analisa a efetividade do Código de Defesa do Consumidor (CDC) frente ao crescente desafio imposto pelas cláusulas abusivas presentes nos termos de uso e contratos de adesão celebrados em ambientes virtuais. A pesquisa identifica que a migração das relações de consumo para o ciberespaço, marcada pela instantaneidade da contratação via "clique", acentuou a assimetria de poder e a vulnerabilidade informacional do consumidor, caracterizando o novo perfil de Consumidor 4.0. Nesse contexto, os contratos digitais frequentemente funcionam como instrumentos de legitimação da exploração unilateral de dados, reforçando a posição do fornecedor. O estudo demonstra que o Código de Defesa do Consumidor possui mecanismos jurídicos robustos para reverter esse desequilíbrio, com ênfase no artigo 51, que comina a nulidade absoluta às cláusulas abusivas. O foco central da análise reside na relativização do princípio *pacta sunt servanda*, promovida pelo Código de Defesa do Consumidor em favor da boa-fé objetiva, do equilíbrio contratual e do Princípio da Conservação do Negócio Jurídico. Conclui-se que a efetividade da tutela consumerista não depende da criação de novas leis, mas sim da aplicação corajosa e sistemática das normas existentes pelo Poder Judiciário, que deve ir além do formalismo do aceite digital, priorizando a justiça material dos termos impostos para garantir que a tecnologia se submeta aos princípios éticos e de equidade do Direito do Consumidor.

**Palavras-chave:** Consumidor; Contratos de Adesão; Cláusulas Abusivas; Relações de Consumo Digitais

### **ABSTRACT**

This article analyzes the effectiveness of the Brazilian Consumer Defense Code (Código de Defesa do Consumidor – CDC) in addressing the growing challenge posed by abusive clauses found in terms of use and adhesion contracts executed in virtual environments. The research identifies that the migration of consumer relations to cyberspace—marked by the immediacy of contracting through a “click”—has intensified the asymmetry of

---

<sup>1</sup> Graduando no Curso Bacharelado em Direito, thiagojoses.franca18@gmail.com

<sup>2</sup> Professor do Curso de Direito da Cesrei Faculdade, lauroleal.adv@gmail.com

power and the informational vulnerability of consumers, giving rise to the new profile of the Consumer 4.0. In this context, digital contracts often operate as instruments that legitimize the unilateral exploitation of data, thereby reinforcing the supplier's dominant position. The study demonstrates that the Consumer Defense Code provides robust legal mechanisms to reverse this imbalance, with particular emphasis on Article 51, which establishes the absolute nullity of abusive clauses. The central focus of the analysis lies in the relativization of the principle *pacta sunt servanda*, as promoted by the Consumer Defense Code in favor of objective good faith, contractual balance, and the Principle of the Preservation of the Legal Transaction. It concludes that the effectiveness of consumer protection does not depend on the creation of new laws, but rather on the courageous and systematic application of existing norms by the Judiciary, which must move beyond the formalism of digital consent and prioritize the substantive fairness of imposed terms, ensuring that technology is subordinated to the ethical principles and standards of equity that underpin Consumer Law.

**Keywords:** Consumer; Adhesion Contracts; Abusive Clauses; Digital Consumer Relatioz.

## 1 INTRODUÇÃO

O presente artigo se propõe a analisar a efetividade do Código de Defesa do Consumidor (CDC) frente ao crescente desafio imposto pelas cláusulas abusivas contidas nos termos de uso e contratos de adesão celebrados em ambientes virtuais. Em nossa contemporaneidade o contrato evoluiu de um pacto entre partes relativamente iguais para um instrumento padronizado e massificado, sendo o contrato de adesão a sua forma mais proeminente na sociedade de consumo contemporânea.

Com isso, o advento da internet e a consolidação da chamada sociedade 4.0, as relações de consumo migraram exponencialmente para plataformas digitais, onde a contratação geralmente ocorre de forma instantânea e globalizada, quase sempre por meio do simples clique em termos conhecidos popularmente como “Li e Aceito”. Essa transição, embora garanta agilidade e eficiência, acentuou a assimetria de poder entre o fornecedor e esse novo consumidor na era digital que se torna duplamente vulnerável: economicamente e, principalmente, em termos técnicos e informacionais.

Neste cenário digital, as cláusulas contratuais são frequentemente utilizadas não apenas para regular o produto ou serviço, mas para legitimar a coleta e o uso de dados pessoais, muitas vezes em condições desfavoráveis e sem a real compreensão do aderente.

A unilateralidade inerente ao contrato de adesão, já mitigada pelo Código de Defesa do Consumidor, é potencializada no ciberespaço, gerando a necessidade de uma análise aprofundada sobre a validade e a justiça material desses termos.

O texto normativo, através de princípios fundamentais como a boa-fé objetiva e o equilíbrio contratual, estabeleceu mecanismos robustos, com o qual destacaremos o artigo 51 da Lei 8.078/1990, que comina a nulidade absoluta às cláusulas abusivas. O dilema central, portanto, não reside na ausência de norma protetiva, mas sim na aplicação prática e na fiscalização dessa norma diante da complexidade tecnológica. Desta forma, esta pesquisa busca responder à seguinte questão: Qual a real efetividade dos mecanismos de defesa do consumidor, sobretudo a repressão às cláusulas abusivas, frente à natureza massificada, unilateral e tecnologicamente complexa dos contratos de adesão em plataformas digitais?

Para tanto, o trabalho será desenvolvido em três etapas principais: A primeira parte da análise dos conceitos clássicos de contrato de adesão e os princípios do Código de Defesa do Consumidor. A segunda na exploração da migração das relações de consumo para o ambiente virtual e a vulnerabilidade informacional do Consumidor 4.0; e por último o estudo do principal mecanismo de tutela, e a relativização do princípio do *pacta sunt servanda*. Com essa estruturação, o estudo visa demonstrar que a defesa do consumidor no ambiente virtual exige uma interpretação do código consumerista que supere o formalismo, direcionando o foco para a justiça e a equidade da operação econômica subjacente, garantindo a proteção da parte vulnerável e a estabilidade das relações jurídicas na sociedade altamente conectada.

## **2 INTRODUÇÃO AOS FUNDAMENTOS JURÍDICOS DO CONTRATO DE ADESÃO NO DIREITO DO CONSUMIDOR**

As relações baseadas por contratos tiveram sua origem desde a idade antiga onde foi o período da história que surgiu a escrita, e de lá até os dias atuais tem sido uma ferramenta jurídica muito importante e bastante utilizada para pactuar acordos e fazer com que os negócios entre as partes envolvidas possam correr com mais segurança.

O termo “contrato de adesão” foi denominado pelo jurista francês Raymond Saleilles, em 1901. O jurista brasileiro Orlando Gomes define o contrato de adesão como:

o negócio jurídico no qual a participação de um dos sujeitos sucede pela aceitação em bloco de uma série de cláusulas formuladas antecipadamente, de modo geral e abstrato, pela outra parte, para constituir o conteúdo normativo e obrigacional de futuras relações concretas” (Gomes, 1972, p. 3). Ou seja, o contrato de adesão reflete diretamente uma sociedade que busca agilidade nas aquisições e nas relações de consumo.

O Código de Defesa do Consumidor<sup>3</sup> regulamentou o contrato de adesão sendo conceituado no seu artigo 54 e incorporando um conjunto de normas a serem seguidas. Conforme dispõe a Lei n. 8.078/1990:

Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

Diante disso, o contrato de adesão constitui o principal instrumento jurídico da contratação em massa nas relações de consumo, sendo aquele cujas cláusulas são estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços. Sua essência reside na mitigação da liberdade contratual do consumidor (o aderente), que se limita à simples escolha entre aceitar integralmente o conteúdo pré-redigido ou rejeitá-lo, sem qualquer possibilidade de discussão ou negociação substancial dos seus termos.

Para garantir a validade e proteger o consumidor, o Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 54, § 3º, exige que o contrato seja redigido em linguagem acessível e com caracteres ostensivos e legíveis, facilitando a imediata compreensão. Além disso, as cláusulas que impliquem limitação ou restrição de direitos do consumidor devem ser obrigatoriamente redigidas com destaque, como em negrito ou caixa alta, a fim de alertá-lo sobre tais limitações. A aceitação do consumidor pode ser expressa ou tácita, sendo para este último necessário que fique demonstrado que ato feito por meio inequívoco que demonstre a intenção de cumprir o contrato, como a utilização do serviço.

Dessa forma, é importante destacar que, para a existência de uma relação de consumo, devem estar presentes os atores desse contrato, isto é, um consumidor e um fornecedor. O CDC, em seus arts. 2º e 3º, estabelece que consumidor é toda pessoa física

---

<sup>3</sup> A partir deste ponto em diante, também nos referiremos ao Código de Defesa do Consumidor por sua sigla, CDC.

ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatária final, encerrando a cadeia produtiva; enquanto fornecedor é qualquer pessoa física ou jurídica, pública ou privada, que desenvolva atividade de produção, comercialização ou prestação de serviços de forma habitual e remunerada.

Nesse sentido, destaca-se a visão da jurista Claudia Lima Marques, uma das maiores referências do Direito do Consumidor no Brasil, ao analisar o contrato de adesão sob a ótica da sociedade de consumo de massa e da necessária tutela do consumidor, que este contexto é compreendido como “aderente”. Para a autora:

Aquele cujas cláusulas são preestabelecidas unilateralmente pelo parceiro contratual economicamente mais forte (fornecedor), *ne varietur*, isto é, sem que o outro parceiro (consumidor) possa discutir ou modificar substancialmente o conteúdo do contrato escrito (Marques, 2003, p. 54).

A precisão do conceito formulado pela autora revela o elemento central do contrato de adesão na contemporaneidade que é o desequilíbrio de poder econômico entre as partes. Ao enfatizar que as cláusulas são preestabelecidas pelo parceiro “economicamente mais forte”, esta interpretação demonstra que a vulnerabilidade do consumidor não é apenas técnica ou informacional, mas também econômica. O uso da expressão latina *ne varietur* ressalta a rigidez e unilateralidade da proposta que é a liberdade do consumidor se restringe à simples adesão ou rejeição total.

É importante destacar, nesta etapa do trabalho, que esse tipo de contrato, embora redigido unilateralmente, deve seguir os padrões estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor, utilizando linguagem clara e acessível, de modo que o consumidor compreenda integralmente o conteúdo contratual ao qual está aderindo.

Sendo assim, o acordo deve ser moldado pelo princípio da boa-fé objetiva e pela solidariedade contratual, tendo em vista a disparidade existente entre as partes. Segundo Paulo Nalin, “a segurança jurídica não está mais no paradigma moderno da vontade, mas no pós-moderno da boa-fé” (Nalin, 2001, p. 213). Dessa forma, a boa-fé objetiva atua como filtro ético, exigindo lealdade, cooperação e transparência no cumprimento das obrigações.

A boa-fé objetiva se reverte em um dever de conduta para que o contrato possa cumprir sua função social. Esse princípio se complementa pela solidariedade contratual, conferindo maior segurança jurídica às relações entre as partes. De acordo com Nalin:

A solidariedade não é somente um valor inserido na Constituição, sem papel definido no plano da regra. Ao contrário, ela reflete novo espírito ético da sociedade brasileira que, efetivamente, pretende encontrar um Brasil no século XXI livre da miséria econômica e das desigualdades sociais (Nalin, 2002, p. 277).

Dentro dessa perspectiva, o autor ainda afirma:

A solidariedade contratual vem antes da autonomia privada e da boa-fé contratual, longe de um antagonismo, pondo em evidência a conjugação daquele valor constitucional com os dois princípios enfocados (Nalin, 2006, p. 179).

Os contratos, como espécies de negócios jurídicos, devem observar os requisitos gerais de validade previstos no art. 104 do Código Civil de 2002:

Art. 104. A validade do negócio jurídico requer:

I – agente capaz;

II – objeto lícito, possível, determinado ou determinável;

III – forma prescrita ou não defesa em lei.

Dessa maneira, a validade do contrato exige o cumprimento desses requisitos subjetivos e objetivos, sob pena de nulidade. Os requisitos objetivos se relacionam à licitude do objeto contratual, enquanto os subjetivos dizem respeito à capacidade das partes para a prática de atos da vida civil.

A gênese e a evolução dos contratos de adesão nas relações de consumo culminam na necessidade de tutela jurídica robusta para mitigar o desequilíbrio entre as partes. Assim, o contrato de adesão, como reflexo da economia de massa, deve observar simultaneamente: (a) os princípios éticos do Direito Civil Constitucional boa-fé objetiva e solidariedade contratual e (b) os requisitos gerais do negócio jurídico previstos no Código Civil, aliados às regras protetivas específicas do CDC. Dessa conjugação decorre a segurança jurídica associada à proteção da dignidade do consumidor.

Nesse contexto, impõe-se a análise da expansão das relações de consumo em ambientes digitais, que confere novos contornos ao contrato de adesão e aprofunda a disparidade técnica e informacional entre fornecedor e consumidor. A compreensão dos fundamentos jurídicos desse modelo contratual revela-se, portanto, premissa

indispensável para o estudo da contratação na era digital, marcada por desafios crescentes quanto à efetividade da informação, à observância da boa-fé objetiva e à preservação do equilíbrio contratual.

A sociedade da informação, ou sociedade em rede, caracteriza-se por uma estrutura social onde a tecnologia da informação e a comunicação digital tornam-se os pilares de organização da vida econômica e social. Nesse paradigma, a fluidez dos dados e a instantaneidade das conexões transformam a maneira como os contratos são celebrados, migrando do meio físico para o digital. Segundo Manuel Castells, essa rede global de interações não apenas acelera as transações, mas também amplia a complexidade das relações de poder, exigindo que o Direito se adapte para proteger o indivíduo diante da onipresença de algoritmos e termos de uso preestabelecidos.

### **3 CONTRATOS DE ADESÃO NA ERA DIGITAL E A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR 4.0**

Tendo em vista os fundamentos dos contratos de adesão no âmbito das relações de consumo e suas características especialmente sua natureza unilateral, a limitação da autonomia privada e a indispensável observância dos princípios da boa-fé objetiva e da transparência percebe-se que esses elementos assumem nova dimensão no cenário digital. A contratação por meio da internet, marcada por adesões rápidas e massificadas, potencializa o desequilíbrio já existente, ampliando a vulnerabilidade do consumidor e exigindo uma análise específica sobre a sua proteção diante das tecnologias emergentes.

Nesse ambiente digital, a utilização de algoritmos, cookies e outras tecnologias de rastreamento permite que fornecedores coletem e processem dados pessoais de forma contínua, transformando o comportamento do consumidor em ativo econômico. O consentimento para tais práticas é, em regra, obtido por meio de termos extensos e pouco acessíveis, o que dificulta a compreensão real de seus efeitos. Assim, os contratos digitais deixam de ser apenas instrumentos de formalização e passam a integrar estratégias de exploração de dados, ampliando a vulnerabilidade informacional e aprofundando a assimetria já existente nos contratos de adesão.



O que em síntese percebemos é que esta evolução de tecnologias digitais promoveram um impacto significativo nas relações de consumo, culminando na consolidação de um novo perfil conhecido como “Consumidor 4.0”, mais vulnerável e sugestível. Esse sujeito nas relações consumeristas exige das empresas não apenas qualidade no atendimento, mas também compreensão aprofundada de seus hábitos, comportamentos e necessidades, diante de um ambiente altamente conectado e informacional.

Nesse contexto, é essencial pontuar a dualidade inerente ao contrato como operação econômica e instituto jurídico, existindo entre ambos uma relação de instrumentalidade, segundo Alvim Arruda<sup>4</sup>. No ambiente digital, entretanto, esse instrumento contratual é frequentemente utilizado para legitimar operações econômicas complexas, o que intensifica a fragilidade estrutural do consumidor. Desse modo, a proteção legal conferida ao consumidor, elevada ao status constitucional pelo art. 170, inciso V, da Constituição Federal de 1988, encontra concretização no Código de Defesa do Consumidor, que reconhece a vulnerabilidade intrínseca do consumidor nas relações contratuais, vulnerabilidade essa que se torna ainda mais acentuada no contexto virtual.

A era da hiperconectividade reforça a nova figura do consumidor 4.0, descrito por Fisciletti (2021, p. 112) como informado, autônomo e tecnologicamente integrado, porém paradoxalmente vulnerável, especialmente em razão da denominada vulnerabilidade informacional, caracterizada pela assimetria de conhecimentos e pelo poder de processamento de dados exercido pelas plataformas digitais.

O Consumidor 4.0 representa a evolução do perfil do cliente na era da hiperconectividade, caracterizando-se por ser um sujeito tecnologicamente integrado, que utiliza a informação e a agilidade das redes para pautar suas escolhas. No entanto, embora aparente maior autonomia, a vulnerabilidade presumida que é o reconhecimento jurídico de que o consumidor é a parte mais fraca na relação de consumo sofre um fenômeno de agravamento no ambiente digital. Nas plataformas digitais, essa fragilidade deixa de ser apenas econômica ou técnica para tornar-se informacional e algorítmica. Os contratos de adesão atuam como potencializadores dessa hipervulnerabilidade, pois a sua natureza de 'pegar ou largar' (*take it or leave it*), aliada à velocidade do clique e à complexidade dos

---

<sup>4</sup> Alvin, 1996, p. 25

termos de uso, anula qualquer tentativa de negociação real, submetendo o consumidor a estratégias invisíveis de coleta de dados e manipulação de desejos que ele sequer consegue compreender plenamente.

A hipervulnerabilidade do Consumidor 4.0 reside precisamente no paradoxo de sua condição: embora detenha maior acesso à informação e ferramentas de autonomia, ele opera em um ecossistema digital cujas regras são ditadas por arquiteturas de escolha (nudge) e algoritmos opacos. Diferente da vulnerabilidade clássica, que se pautava na falta de acesso ao produto ou à informação básica, a hipervulnerabilidade contemporânea decorre da saturação de dados e da disparidade técnica. O consumidor, apesar de 'informado', não possui o domínio sobre as camadas lógicas e o processamento de *big data* que moldam o contrato de adesão digital. Assim, sua autonomia é mitigada por uma assimetria cognitiva, onde o fornecedor utiliza o design das plataformas para induzir o consentimento, tornando a proteção jurídica essencial não apenas para informar, mas para garantir que essa autonomia não seja meramente ilusória frente ao poder informacional das plataformas.

Essa fragilidade é devidamente destacada por João Batista de Almeida:

Os que não dispõem de controle sobre bens de produção e, por conseguinte, devem se submeter ao poder dos titulares destes. Isto quer dizer que a definição de consumidor já descreve essa vulnerabilidade, essa relação de hipossuficiência que pode ocorrer por desinformação, por fraude ou quando o produtor não dê ou não honre a garantia ao bem produzido. (Almeida, 2003, p. 15).

O autor ressalta que o modelo econômico pós-Segunda Guerra Mundial e a nova etapa da revolução industrial intensificou práticas abusivas de produção e comercialização em massa, levando a ONU, em 1985, a editar a Resolução 39/248, que reconheceu a necessidade de proteção internacional do consumidor frente aos desequilíbrios econômicos, informacionais e de poder aquisitivo.

Embora o usuário creia exercer escolhas livres, suas decisões são mediadas por algoritmos que rastreiam comportamentos, influenciam preferências e condicionam escolhas, criando uma ilusão algorítmica de autonomia. A assimetria tecnológica e cognitiva fragiliza o consentimento, comprometendo a própria validade dos contratos eletrônicos.

A adesão digital, materializada no clique em “Li e Aceito”, torna-se ato interpretado como manifestação de vontade livre e consciente, ainda que o consumidor frequentemente desconheça integralmente o conteúdo contratual, especialmente quanto ao tratamento de dados pessoais e ao compartilhamento de informações com terceiros. Essa prática confere vantagem substancial ao fornecedor e reforça a posição de vulnerabilidade do consumidor.

Em eventual litígio, a alegação de desconhecimento dos termos torna-se complexa, uma vez que a jurisprudência brasileira reconhece a força executória dos contratos eletrônicos ressalvadas as hipóteses do art. 51 do CDC, que prevê a nulidade das cláusulas abusivas ou que imponham desvantagem manifesta.

Retomando a dualidade contratual analisada por Alvim (1996, p. 25), a segurança jurídica não pode se limitar ao formalismo do instrumento, mas deve observar a justiça material da operação econômica subjacente. Assim, mesmo formalmente válidos, contratos de adesão poderão ser corrigidos ou invalidados quando gerarem abuso ou desequilíbrio excessivo em desfavor do consumidor.

Diante desse cenário, a intervenção jurídica torna-se imperativa para reequilibrar as relações digitais. A proteção constitucional, somada à aplicação rigorosa do CDC especialmente quanto ao dever de informação clara (art. 6º, III) e à repressão às cláusulas abusivas (art. 51) assegura que o consentimento do consumidor digital seja efetivamente livre e consciente, e não mera imposição tecnológica camuflada sob aparência de escolha.

Desse modo, a incidência dos contratos de adesão em plataformas digitais, permeada por práticas que ampliam a vulnerabilidade informacional do consumidor 4.0, reforça a necessidade de controle rigoroso do conteúdo contratual. A proteção jurídica deve, portanto, superar o formalismo da aceitação por clique, direcionando-se à avaliação da justiça material dos termos impostos. Nesse cenário, torna-se fundamental examinar como o CDC relativiza o princípio da força obrigatória dos contratos e estabelece mecanismos de repressão às cláusulas abusivas, assegurando a efetividade da tutela contratual nas relações de consumo contemporâneas.

#### 4 A RELATIVIZAÇÃO DO *PACTA SUNT SERVANDA* NO CDC E O CONTROLE DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS

A força obrigatória dos contratos, consagrada pela máxima latina *pacta sunt servanda* (“os pactos devem ser cumpridos”), estabelece que o contrato, uma vez válido e eficaz, constitui lei entre as partes, limitando a intervenção judicial apenas às hipóteses previstas em lei. Todavia, no âmbito das relações de consumo, esse princípio sofre importante relativização em razão da própria lógica estrutural do contrato de adesão. Diante da posição econômica superior do fornecedor e da dinâmica lucrativa das contratações em massa, esse modelo contratual lhe permite definir unilateralmente o conteúdo das cláusulas, restringindo a autonomia privada do consumidor a uma aceitação automática e integral do instrumento.

Como consequência, ao consumidor resta apenas aderir ao que foi previamente estipulado, sem qualquer possibilidade real de negociação. Tal cenário favorece a inserção de cláusulas que violam a boa-fé objetiva e estabelecem vantagem exagerada ao fornecedor, como observa a doutrina, aumentando significativamente o risco de que o contrato seja redigido para resguardar prioritariamente os interesses da organização empresarial.

Não raras vezes, essa unilateralidade conduz o fornecedor a desconsiderar preceitos legais e princípios éticos mínimos, impondo obrigações desproporcionais e ônus excessivos sobre a parte vulnerável. Nesses casos, verifica-se ofensa direta ao art. 39, inciso V, do Código de Defesa do Consumidor (CDC), o qual veda a exigência de vantagem manifestamente excessiva, como afirma Marques leciona neste sentido, vejamos:

As cláusulas contratuais assim elaboradas não têm, portanto, como objetivo realizar o justo equilíbrio nas obrigações das partes – ao contrário, destinam-se a reforçar a posição econômica e jurídica do fornecedor que as elabora. (Marques, 2005, p.159)

A afirmação da autora é essencial para a compreensão da função distorciva que o contrato de adesão pode assumir na prática. Ao postular que as cláusulas são elaboradas não para buscar o “justo equilíbrio nas obrigações das partes”, mas sim para “reforçar a

posição econômica e jurídica do fornecedor", a jurista desvela a falácia da neutralidade contratual no mercado de massa. Este conceito demonstra que a unilateralidade inerente ao contrato de adesão é intencionalmente utilizada como uma ferramenta de poder, e não meramente como um método eficiente de contratação. O objetivo é claramente maximizar os lucros e minimizar os riscos do fornecedor, o que se manifesta pela transferência de encargos e responsabilidades para o consumidor.

Sob essa perspectiva, é imperativo compreender que o contrato de adesão, especialmente em sua vertente digital, transcende a mera categoria de modelo de contratação massificada para converter-se em um instrumento de legitimação da exploração da hipervulnerabilidade. Não se trata, portanto, apenas de uma questão de abusos pontuais ou cláusulas isoladas que ferem a boa-fé, mas de uma estratégia estrutural em que a própria arquitetura do contrato é desenhada para capitalizar sobre a fragilidade cognitiva e a assimetria informacional do aderente. Ao conferir uma aparência de legalidade e autonomia a termos impostos unilateralmente, esse mecanismo acaba por institucionalizar o desequilíbrio, transformando a submissão do consumidor em um ativo econômico e exigindo do ordenamento jurídico uma resposta que não seja apenas reativa, mas preventivamente integradora dos valores da dignidade humana e da justiça contratual.

Diante desse cenário, torna-se imprescindível destacar que o Código de Defesa do Consumidor se fundamenta nos princípios da boa-fé objetiva, do equilíbrio contratual e da função social do contrato, justamente para coibir práticas abusivas no mercado de consumo. Nesse sentido, o art. 51 do CDC apresenta um rol exemplificativo de cláusulas abusivas, conferindo-lhes nulidade absoluta. Conforme observa Tartuce (2014, p. 295), o legislador substituiu a antiga expressão "cláusulas leoninas" pela terminologia "cláusulas abusivas", enfatizando a proteção do consumidor e reforçando o caráter de ordem pública da norma.

Observa-se que, em todas as hipóteses elencadas no art. 51 do CDC, há sempre um potencial prejuízo ao consumidor, seja de forma direta ou indireta como no caso do inciso XIV o que se justifica pelo caráter público e pelo interesse social que permeiam o sistema de defesa do consumidor. Ademais, o *caput* do referido dispositivo deixa claro que o rol é meramente exemplificativo, conferindo ao juiz autonomia para reconhecer

outras cláusulas abusivas não expressamente previstas em texto legal, com fundamento nos princípios da boa-fé objetiva, equidade e supremacia da ordem pública, dentre outros.

O legislador, ao atribuir nulidade absoluta às cláusulas ali inseridas, reforça a proteção ao consumidor e evidencia a natureza imperativa da norma. Nunes (2005, p. 553) salienta que o CDC, diferentemente do Código Civil, afastou a figura da anulabilidade, em razão de sua incompatibilidade com o regime de direito público que rege o diploma consumerista, voltado à tutela de interesses coletivos e indisponíveis e não apenas a interesses privados.

Para aprofundar a compreensão sobre os efeitos dessa sanção, é necessário distinguir as duas espécies de nulidade existentes no ordenamento jurídico. Conforme pontuam Farias e Rosendal (2011, p. 601), nulidade e anulabilidade são espécies do gênero invalidade do negócio jurídico. Ambas decorrem da inobservância dos requisitos essenciais previstos no art. 104 do Código Civil para a validade do negócio jurídico; todavia, variam quanto à gravidade do vício e aos efeitos decorrentes da invalidade.

A invalidade do negócio jurídico pode assumir maior ou menor gravidade, e é justamente essa gravidade que determina a espécie de nulidade aplicável. Conforme leciona Orlando Gomes, citado por Diniz (2011, p. 577), a nulidade consiste em sanção imposta pelo ordenamento jurídico que priva de eficácia negócios celebrados em desconformidade com a lei. A nulidade absoluta recai sobre atos eivados de vício grave, que ofendem princípios de ordem pública, razão pela qual o interesse protegido é coletivo e não individual.

Nesses casos, a nulidade de pleno direito pode ser invocada por qualquer dos contratantes, pelo Ministério Público ou por terceiro interessado, nos termos do (artigo 51, § 4º, do CDC). Por operar *ipso iure*, tal nulidade autoriza o reconhecimento de ofício pelo magistrado e, dada a sua natureza absoluta, é insuscetível de convalescença pelo decurso do tempo, sendo, portanto, imprescritível conforme o (artigo 169 do Código Civil). Os efeitos dessa declaração são *ex tunc*, retroagindo para restaurar as partes ao *status quo ante*.

Sob essa ótica, a nulidade absoluta das cláusulas abusivas apresenta-se como mecanismo indispensável à preservação do equilíbrio das relações de consumo e à tutela da ordem pública. Para tanto, utiliza-se da técnica da invalidade prevista no Código Civil,

cujo objetivo é afastar do ordenamento jurídico disposições contratuais incompatíveis com princípios fundamentais. Nesse contexto, a atuação do Poder Judiciário assume caráter corretivo que supera o formalismo contratual, especialmente diante da tendência jurisprudencial de relativizar a eficácia do simples “clique” como manifestação válida de vontade, ao reconhecer a existência de um déficit cognitivo do consumidor aderente.

Ressalte-se que tal proteção não decorre da mera falta de diligência ou da ausência de leitura dos termos contratuais pelo consumidor, mas da constatação de uma barreira estrutural própria dos ambientes digitais. A complexidade algorítmica e o design das plataformas frequentemente dificultam a compreensão adequada do conteúdo contratual e dos ônus assumidos, comprometendo a formação livre e consciente do consentimento. Assim, a interpretação sistemática entre o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil autoriza o magistrado a reconhecer a ocorrência de vício de consentimento sob a forma de uma incapacidade informacional objetiva, evidenciando que a força obrigatória dos contratos deve ceder diante de uma vulnerabilidade cognitiva que inviabiliza a efetiva liberdade de escolha.

Por outro lado, a nulidade relativa incide sobre vícios de menor gravidade, os quais afetam exclusivamente interesses particulares. Conforme leciona Gagliano (2006, p. 439), tais hipóteses abrangem os vícios de vontade e a incapacidade relativa do agente, previstos no art. 171 do Código Civil. Nessas situações, o negócio jurídico produz efeitos até que seja invalidado por meio de ação própria proposta pela parte prejudicada, não sendo possível o reconhecimento de ofício pelo magistrado. A sentença anulatória, por sua vez, possui efeitos *ex nunc*, admitindo-se a convalidação do ato jurídico tanto pela ratificação das partes quanto pela incidência do prazo decadencial, nos termos dos arts. 172, 178 e 179 do Código Civil.

Embora o CDC adote a mesma sistemática terminológica do Código Civil quanto às espécies de invalidade, o diploma consumerista inova em aspectos relevantes. Uma de suas principais inovações reside no Princípio da Conservação do Negócio Jurídico, positivado no art. 51, § 2º. Por esse dispositivo, o reconhecimento da abusividade não implica a extinção automática do contrato, mas tão somente a nulidade da cláusula viciada, preservando-se a avença como um todo, salvo quando a supressão da cláusula acarretar ônus excessivo a qualquer das partes.

Esse entendimento está diretamente ligado ao tema central desta pesquisa, pois o CDC elenca hipóteses que afastam a obrigatoriedade contratual em relação a cláusulas nocivas ao consumidor, sobretudo nos contratos de adesão, cuja estrutura já evidencia assimetria e vulnerabilidade. A retirada da obrigatoriedade de disposições abusivas e a manutenção do restante do contrato revelam a relativização do *pacta sunt servanda*, já que a força obrigatória deixa de recair sobre o conteúdo ilegal ou desproporcional.

Nesse sentido, Tartuce (2014, p. 296) observa que o art. 51 do CDC “alivia” a força obrigatória dos contratos, sem, contudo, suprimi-la. O contrato continua vinculando as partes, desde que não contrarie a ordem pública nem comprometa a justiça contratual. O autor ainda destaca que, no atual contexto social, é inadmissível que o contrato seja compreendido apenas como produto da vontade dos contratantes: sua interpretação deve considerar o ambiente e a função social que desempenha (Tartuce, 2014, p. 262).

Braga Netto (2017, p. 458) reforça esse entendimento ao afirmar que a autonomia da vontade é limitada pelo CDC, de modo a assegurar a proteção do consumidor, e recorda que o art. 421 do Código Civil submete a liberdade contratual aos limites da função social do contrato — evidenciando o afastamento do absolutismo do *pacta sunt servanda*. Marques (2005, p. 275) segue a mesma linha ao sustentar que a legislação contemporânea delimita a autonomia privada, permitindo ao juiz intervir no conteúdo contratual para expurgar cláusulas abusivas e integrar lacunas, o que relativiza a ideia clássica de imutabilidade do contrato.

Khouri (2005, p. 122) acrescenta que, se uma cláusula abusiva é reconhecida como nula, não pode produzir efeitos, e o consumidor está legitimado a descumpri-la, o que reforça a limitação do princípio da obrigatoriedade. Filomeno (2005, p. 201) sistematiza tais conclusões ao assinalar que o consumidor somente estará vinculado a cláusulas cujo conteúdo tenha lhe sido acessível, compreensível e apresentado de modo ostensivo, especialmente quando implicarem restrição de direitos.

Assim, verifica-se que o CDC afasta a incidência do *pacta sunt servanda* sobre cláusulas ilícitas ou abusivas, preservando o contrato em suas partes hígidas. A ascensão dos contratos de adesão e o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor promoveram uma remodelagem paradigmática do Direito Contratual, deslocando o centro de gravidade da autonomia privada para os valores constitucionais de equilíbrio,



transparência e função social. O *pacta sunt servanda* não desapareceu, mas se submeteu à ordem pública consumerista, reafirmando que, no Estado Democrático de Direito, é a lei e não a vontade unilateral do fornecedor que define os limites da obrigatoriedade contratual.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação sobre a efetividade do Código de Defesa do Consumidor diante das cláusulas abusivas nos contratos de adesão e termos de uso em ambientes virtuais revela uma batalha jurídica e tecnológica contínua, na qual o Direito busca adequar seus mecanismos protetivos à vertiginosa evolução do mercado digital. O arcabouço protetivo brasileiro, pioneiro em diversos aspectos, demonstrou possuir as ferramentas necessárias para enfrentar o desequilíbrio contratual; no entanto, a dinâmica da contratação em massa no ciberespaço exige uma aplicação ainda mais vigilante e adaptativa dessas normas.

A ascensão do Contrato de Adesão Digital e a consolidação do Consumidor 4.0 amplificaram a assimetria de poder. As cláusulas contratuais, redigidas unilateralmente pelos fornecedores detentores do conhecimento tecnológico, da capacidade de processamento de dados e do poder econômico, são aceitas mediante um simples "clique", transformando o consentimento livre e informado, idealizado pelo CDC, em uma mera formalidade instrumental. Essa prática gera uma vulnerabilidade informacional e técnica que transcende a mera hipossuficiência jurídica ou econômica, conferindo aos termos de uso uma função que vai além de meros pactos, atuando como verdadeiros instrumentos de legitimação de práticas de coleta, tratamento e exploração de dados.

Sendo assim, essas práticas geram em seu contexto social um impacto significativo, ao qual o consumidor enquanto parte vulnerável da relação contratual no ambiente digital, tem consequências que extrapolam a esfera individual do consumidor e atingem diretamente a ordem econômica, a confiança social e a própria função do Direito enquanto instrumento de equilíbrio das relações sociais. Trata-se de um fenômeno que não se limita ao plano contratual, mas que impacta estruturalmente o modo como a sociedade se relaciona com o mercado e com a tecnologia.

É nesse contexto que a intervenção legal, pautada na relativização do *pacta sunt servanda*, mostra-se vital. O princípio da força obrigatória dos contratos é mitigado em favor dos valores constitucionais da boa-fé objetiva, do equilíbrio contratual e da função social do contrato. O artigo do 51 do CDC, ao cominar a nulidade absoluta às cláusulas que colocam o consumidor em desvantagem exagerada ou sejam incompatíveis com a boa-fé e a equidade, atua como a principal barreira contra o abuso. Essa nulidade não implica, necessariamente, a extinção do negócio jurídico, mas sim sua conservação (Art. 51, § 2º), expurgando apenas o vício e garantindo a manutenção da relação contratual justa.

Entendemos que a efetividade do CDC, reside na capacidade de o Poder Judiciário e órgãos de defesa do consumidor irem além do formalismo do *pop-up* de aceite, analisando a justiça material da relação subjacente. Isso exige o reconhecimento de que a informação, no ambiente digital, deve ser mais do que acessível; ela deve ser compreensível e destacada de forma proativa, especialmente nas cláusulas restritivas ou que envolvam o manejo de dados pessoais.

Diante do cenário contemporâneo das relações de consumo digitais, conclui-se que o código de defesa do consumidor permanece como um diploma normativo robusto, atual e plenamente apto a tutelar o consumidor frente às cláusulas abusivas inseridas em contratos de adesão e termos de uso no ambiente virtual. a repressão a tais práticas não demanda, prioritariamente, a criação de novos diplomas legais, mas sim a aplicação firme, sistemática e comprometida das normas já existentes, de modo a adaptá-las às novas formas de desequilíbrio contratual impostas pela dinâmica tecnológica. nesse contexto, impõe-se a necessidade de uma atuação coordenada entre o poder judiciário, os órgãos administrativos de defesa do consumidor e os próprios fornecedores, voltada à superação do formalismo do mero aceite eletrônico e à promoção da justiça material das relações contratuais. o desafio contemporâneo consiste em assegurar que a tecnologia opere como instrumento de eficiência e desenvolvimento, sem se sobrepor aos valores da boa-fé objetiva, do equilíbrio contratual e da função social do contrato, reafirmando que, mesmo na era dos algoritmos e da automação, o interesse público de proteção ao consumidor deve prevalecer sobre a vontade unilateral do fornecedor. assim, o futuro do direito do consumidor reside na vigilância constante e na reafirmação dos princípios éticos e de equidade que devem nortear as relações de consumo na fronteira digital.

**REFERÊNCIAS:**

ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

ALVIM, Eduardo Arruda. **Código de Defesa do Consumidor: comentados**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1996.

BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Manual de Direito do Consumidor**. 12. ed. Salvador: JusPodivm, 2017.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2019. (Coleção A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1).

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro: Teoria Geral do Direito Civil**. Vol. 1. 28. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

FARIAS, Cristiano Chaves de. **Curso de Direito Civil: Parte Geral e LINDB**. 9. ed. Salvador: JusPodivm, 2011.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

FISCILETTI, Rosana. **O direito do consumidor na era digital**. 1. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

GAGLIANO, Pablo Stolze. **Novo Curso de Direito Civil**, volume 1: Parte Geral. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

GOMES, Orlando. **Contratos**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1972.

KHOURI, Paulo Roberto Roque Antonio. **Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005.

NADER, Paulo. **Curso de Direito Civil, vol. 1: Introdução ao Direito Civil e Teoria Geral do Direito Civil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

NALIN, Paulo. **Do contrato: conceito pós-moderno**. Curitiba: Juruá, 2001.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial**. São Paulo: Edipro, 2019.

TARTUCE, Flávio. **Direito do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: Método, 2014.

## AGRADECIMENTOS

A Deus, razão maior da minha existência, entrego toda honra, toda glória e toda gratidão. Foi Ele quem me sustentou quando minhas forças se esgotaram, quem me levantou nos momentos em que pensei em desistir e quem guiou cada passo desta caminhada. Tudo o que foi conquistado até aqui é fruto da fé, da perseverança e da graça divina que nunca me abandonou.

Ao meu pai, que hoje se encontra na celestialidade, deixo minha homenagem mais profunda e carregada de amor. Sua ausência física jamais apagou sua presença em minha vida. Seus ensinamentos, seus exemplos e sua força continuam vivos em mim e foram essenciais para que eu chegasse até este momento. Esta conquista também é sua, pois carrego comigo tudo o que me ensinou.

À minha mãe, Elizabete, minha gratidão eterna. Suas orações, sua fé inabalável e seu amor incansável foram meu maior sustento nos momentos mais difíceis. Quando eu já não acreditava, você acreditou por mim. Sua força, sua dedicação e seu carinho foram fundamentais para que eu não desistisse.

À minha esposa, Pamella, meu porto seguro e minha maior companheira, agradeço por nunca soltar minha mão. Obrigado pelo amor, pela paciência e pela compreensão nos momentos de cansaço e ausência. Sua presença constante, suas palavras de incentivo e sua fé em mim tornaram possível a realização deste sonho. Esta vitória também é sua.

Ao meu filho, Henry, minha maior bênção e razão de todo esforço. Você é a motivação de cada noite em claro, de cada renúncia e de cada desafio enfrentado. Que esta conquista seja um exemplo para sua vida, mostrando que com fé em Deus, dedicação e perseverança, é possível alcançar qualquer objetivo.

Ao professor e orientador Lauro Leal, expresso minha sincera gratidão pela orientação, paciência e dedicação ao longo deste trabalho. Seus ensinamentos, conselhos e confiança foram fundamentais para meu crescimento acadêmico e para a conclusão desta pesquisa.

À banca examinadora, composta pelos professores Sabrina e Diego, agradeço pela disponibilidade, pela atenção e pelas valiosas contribuições acadêmicas, que enriqueceram este trabalho e contribuíram significativamente para o meu aprendizado e aprimoramento científico.

Por fim, agradeço a todos que, direta ou indiretamente, fizeram parte desta caminhada. Que Deus abençoe cada pessoa que contribuiu para que este sonho se tornasse realidade. Concluir este trabalho representa não apenas o encerramento de uma etapa, mas a confirmação de que, com fé, amor e perseverança, nenhuma luta é em vão.

“Mas os que esperam no Senhor renovam as suas forças, sobem com asas como águias; correm e não se cansam, caminham e não se fatigam.”  
(Isaías 40:31)