

DE DARK PATTERNS, A INTERNET ESTÁ CHEIA: a exploração da vulnerabilidade do consumidor e os desafios relacionados à sua regulação e ética no Brasil.

Maria Cecília Ribeiro de Moraes

Sumário: 1. Introdução 2. Afinal, o que são Padrões Obscuros? 3. Os padrões obscuros realmente funcionam? 4. Lacunas regulatórias 5. Perspectiva do Design em relação aos Padrões Obscuros 6. Questões Éticas em Padrões Obscuros 7. Considerações Finais 8. Referências

Resumo: *Dark Patterns* ou Padrões obscuros estão presentes na internet e são estratégias de design em interfaces digitais que manipulam a autonomia do usuário, intensificando a vulnerabilidade dos consumidores na era digital. As estratégias utilizadas por empresas e profissionais exploram características cognitivas e psicológicas para induzir os consumidores a efetuarem ações específicas.

Embora já exista a preocupação sobre a temática, o estudo e a regulação dos padrões obscuros são recentes e escassos, com poucas produções acadêmicas e jurisprudência relevante. A prática desses padrões obscuros compromete a eficácia dos direitos consumeristas.

O presente artigo destaca a escassez de regulação e as poucas jurisprudências sobre o tema no Brasil, as questões sobre a ética no design digital e a necessidade de conscientização da sociedade para que exista uma atuação responsável por parte das plataformas digitais.

1 INTRODUÇÃO

A vulnerabilidade dos consumidores ganha um novo cenário na era da tecnologia, especificamente nas interfaces que manipulam, procuram subverter ou prejudicar a autonomia na tomada de decisões em face dos produtos digitais oferecidos. Essa prática é conhecida como dark patterns.

Dark patterns ou padrões obscuros são manobras e estratégias aplicadas em sites e aplicativos que induzem o usuário a ter ações específicas, muitas vezes à custa da sua autonomia, dos seus juízos ou das suas escolhas.

A implementação desses padrões obscuros já é uma prática habitual na relação de consumo, formando padrão de consumo ao explorar as características cognitivas e psicológicas dos usuários, sem que estes percebam que seu comportamento está sob a influência da plataforma.

Embora muitos países, como EUA e União Europeia já abordarem o tema, o estudo dos *Dark Patterns* é recente e escasso no ordenamento jurídico brasileiro, carecendo de produção acadêmica e jurisprudência significativas.

Em razão disso, torna-se importante investigar e analisar a implementação desses padrões obscuros em um contexto que demanda (ou não) regulação. E diante das lacunas regulatórias, compreender se a ética no design seria uma ferramenta para desenvolver plataformas digitais que respeitem os consumidores.

A pesquisa se deu através de revisão bibliográfica, revisão de fontes doutrinárias e utilização de plataformas de buscas para obtenção de trabalhos acadêmicos que tratavam sobre dark patterns.

2 AFINAL, O QUE SÃO PADRÕES OBSCUROS?

Conforme Mathur e Kshirsagar (citado por MARQUES; MENDES; BERGSTEIN, 2023, p. 02), padrões obscuros referem-se a interfaces de usuário empregadas por determinadas empresas na internet, com o intuito de induzir os consumidores a realizarem decisões que, de outra forma, não fariam se estivessem plenamente informados e em condição de optar por alternativas.

O conceito *dark patterns*, foi criado por Harry Brignull, definindo-se como estratégias de design aplicadas em interfaces digitais, o que não significa que sejam designs de qualidade inferior. Esses antipadrões são utilizados para influenciar o usuário a realizar ações que atendam aos interesses do aplicativo, seja de forma involuntária ou devido à dificuldade de evitá-los¹.

Brignull criou um site chamado “Deceptive Patterns”² com o intuito de conscientizar a sociedade acerca das práticas abusivas e expor empresas que empregam tal ferramenta.

Atualmente foram categorizados dezesseis tipos de padrões obscuros utilizados em plataformas digitais³, os quais incluem: 1) prevenção de comparação; 2) confirmação de

¹ LEMOS, A. e MARQUES, D. Interfaces Maliciosas: estratégias para coleta de dados pessoais em aplicativos. Traduzido do português por Colin Richard Bowles. *Virus* , São Carlos, 19. [e-journal]. [online] Disponível em: <<http://www.nomads.usp.br/virus/virus19/?sec=4&item=2&lang=en>>. Acessado em: 08 de julho de 2025.

² BRIGNULL, Harry. Deceptive Patterns. n.p. Disponível em:<https://www.deceptive.design/>. Acesso em 10/07/2025.

³BRIGNULL, Harry. Deceptive Patterns. n.p. Disponível em: <https://www.deceptive.design/types>. Acesso em:10/07/2025.

vergonha; 3) anúncios disfarçados, 4) falsa escassez; 5) prova social falsa; 6) falsa urgência; 7) ação forçada; 8) difícil de cancelar; 9) custos ocultos; 10) assinatura oculta; 11) reclamando; 12) obstrução; 13) pré-seleção; 14) esgueirando-se; 15) truque de redação; 16) interferência visual.⁴

Todas essas ferramentas são elaboradas e aplicadas para que o consumidor realize condutas em proveito da plataforma. Todavia, não se pode confundir com marketing, pois o objetivo do marketing é persuadir o consumidor a tomar uma decisão e não enganar o consumidor, como afirma Mattiuzzo e Fragoso:

Cabe se perguntar se e como é possível diferenciar um dark pattern de uma boa campanha de marketing ou de estratégias de marketing aplicadas aos desenhos das aplicações. O objetivo – legítimo, aliás – do marketing é persuadir o consumidor a tomar uma determinada decisão, que talvez não fosse tomada caso a propaganda não existisse. Por outro lado, é possível também dizer que esse objetivo é alcançado através do realce de aspectos positivos, de diferenciação de marca, expansão do alcance da visibilidade do produto. O papel do marketing não é enganar o consumidor. Ainda que haja certa indeterminação, portanto, ao menos do ponto de vista jurídico, é possível distinguir o marketing legítimo de dark patterns.⁵

3 OS PADRÕES OBSCUROS REALMENTE FUNCIONAM?

Durante a pesquisa para a elaboração deste artigo, foram encontrados dois estudos recentes que realizaram experimentos para testar a utilização de padrões obscuros e seus impactos, como também para investigar a eficácia de diferentes padrões obscuros na tomada de decisões dos usuários.

O primeiro artigo produzido em 2024 por Dr. Mark Leiser e Dr.^a Cristiana Santos⁶ foi dividido em duas partes. A primeira parte analisou as decisões e implicações jurídicas na União Europeia, concluindo que as decisões jurídicas incidem principalmente nas práticas informativas, linguagem ambígua, ausência ou falta de acessibilidade da informação, ou seja, técnicas de manipulação visíveis para os usuários.

⁴ Neste texto, são mencionados os tipos de cada padrão, as definições podem ser encontradas no site Deceptive Patterns.

⁵ MATTIUZZO, Marcela; FRAGOSO, Nathalie. Onde clica para cancelar? Problemas e respostas aos dark patterns. Portal Jota, 2022. n.p. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/columnas/fronteras-concorrencia-regulacao/onde-clica-para-cancelar-problemas-e-respostas-aos-dark-patterns>. Acesso em: 29/07/2025.

⁶ LEISER, Dr. Mark e SANTOS, Cristiana, Padrões Obscuros, Aplicação e o Acervo Emergente em Design Digital: Manipulação sob a Interface (27 de abril de 2023). Padrões Obscuros, Aplicação e o Acervo Emergente em Design Digital: Manipulação sob a Interface, Vol. 15, nº 1 (2024): Edição Especial da BILETA. Disponível na <https://ejlt.org/index.php/ejlt/article/view/990>. Acesso em: 17/07/2025.

Enquanto a segunda parte abordou a função dos criadores e programadores no controle das práticas de padrões obscuros nos sistemas digitais, foi concluído que, embora os designers precisem equilibrar as necessidades dos clientes, das empresas e dos utilizadores para evitar serviços de IU/UX, devem assumir também a responsabilidade de evitar padrões obscuros.

E, embora a União Europeia trate do assunto com diversos regulamentos, é necessária a supervisão para garantir que os sistemas digitais sejam projetados conforme a lei.

Em síntese, os autores chegaram à conclusão que a aplicação da legislação auxilia na avaliação da legalidade das práticas utilizadas. Contudo, ressaltam que uma proibição abrangente dos padrões obscuros pode interferir na inovação de produtos e serviços, sendo mais apropriada uma abordagem com o foco em dissuadir sua utilização, além de promover uma utilização responsável e ética no design.

O segundo artigo elaborado neste ano por Amit Zac, Yu-Chun Huang, Amédée von Moltke, Christopher Deckere Ariel Ezrachi⁷ utilizaram um novo design experimental para testar a vulnerabilidade de diferentes grupos submetidos aos padrões obscuros num ambiente online do mundo real. Para realizar essa experiência, desenvolveram uma plataforma fictícia que oferecia aos usuários a oportunidade de comprar um produto financeiro e assim poder observar os tipos de padrões obscuros e como afetam a tomada de decisões dos usuários. Os autores ressaltam que esse elemento metodológico de realismo se torna o diferencial em relação às pesquisas anteriores.

Como resultado da experiência, foram encontrados fortes indícios de que os padrões obscuros podem afetar substancialmente a tomada de decisão dos usuários. E diferente dos estudos anteriores sobre o tema, concluíram que os padrões obscuros são mais eficazes em grupos com idade mais avançada.

Com base nos artigos mencionados, pode-se destacar a importância do estudo e regulação dos padrões obscuros no meio digital. Em resumo, lidar com padrões obscuros requer a aplicação de legislação focada no tema, promover a responsabilidade ética no design digital e o desenvolvimento de pesquisas que aprofundem a compreensão de como esses padrões afetam diferentes grupos de usuários, especialmente os mais vulneráveis.

⁷ZAC, Amit; HUANG, Yun-Chun.; MOLTKE, Amédée von; DECKER, Christopher; EZRACHI, Ariel. Dark Patterns and Consumer Vulnerability. *BehavioralPublicPolicy*, 2025, 1–50 <http://dx.doi.org/10.1017/bpp.2024.49>. Acesso em 10/07/2025.

4 LACUNAS REGULATÓRIAS

A potencialidade da prática pode impactar negativamente os direitos do consumidor, comprometendo a eficácia dos direitos fundamentais e princípios consumeristas.

Para Mahle⁸, o Código de Defesa do Consumidor, Lei Antitruste e a Lei Geral de Proteção de Dados já oferecem medidas para enfrentar a questão dos padrões obscuros, não sendo necessária a criação de novas legislações ou regulamentações para proteger efetivamente o consumidor contra essas práticas.

O Código de Defesa do Consumidor tem como pressuposto a vulnerabilidade do consumidor, sendo que a desigualdade entre fornecedor e consumidor é principiológica.

No ordenamento jurídico brasileiro, existe um rol de práticas abusivas de forma taxativa. No entanto, não há previsão quanto ao uso dos dark patterns.

Quando pensamos na proteção do consumidor, é comum relacionar a qualidade ou funcionamento de um produto, porém, nos padrões obscuros, baseia-se nas ferramentas aplicadas para que a venda seja realizada, sem considerar o estado de necessidade ou possibilidade do consumidor, de acordo com Sampaio:

Em outros termos, pode-se afirmar que os Dark Patterns são elementos definidos propositalmente na construção do ambiente de escolha do usuário, e são utilizados em sites e aplicativos da Web, em especial os aplicativos de e-commerce, visando a direcionar as escolhas realizadas pelo consumidor, de modo que se tome a decisão desejada pelo arquiteto de escolha.⁹

Para que o design utilizado por empresas e fornecedores sejam transparentes, justos e éticas, é essencial que a legislação seja efetiva.

Em relação à legislação consumerista, o Código de Defesa do Consumidor prevê a prática abusiva, no entanto, não há um dispositivo específico de proteção ao consumidor quando são utilizados padrões obscuros.

⁸ MAHLE, A. C. O. (2024). Dark patterns: Os padrões de design enganosos e seus impactos na privacidade e autonomia do consumidor. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/dark-patterns-os-padroes-de-design-enganosos-e-seus-impactos-na-privacidade-e-autonomia-do-consumidor/2089153624>. Acesso em: 17/07/2025.

⁹ SAMPAIO, Marília de Ávila e Silva; JANDREY, Cláudio Luiz. Dark Patterns e seu uso no mercado de consumo. Revista de Direito do Consumidor, v. 143, p. 231-257, 2022.

Nesse mesmo sentido, as práticas de padrões obscuros podem ser enquadradas como infrações da ordem econômica prevista no art. 36, § 3º da Lei 12.529/2011, tendo em vista que utilizam meios enganosos para prejudicar a livre concorrência ou dificultar o funcionamento.

Em decorrência da lacuna jurídica, torna-se necessário consultar a doutrina para esclarecer o que é prática abusiva. Para os doutrinadores Neves e Tartuce, a prática abusiva é uma violação dos direitos dos consumidores:

Deve-se entender que constitui prática abusiva qualquer conduta ou ato em contradição com o próprio espírito da lei consumerista. Como bem leciona Ezequiel Moraes, “prática abusiva, em termos gerais, é aquela que destoa dos padrões mercadológicos, dos usos e costumes (incs.II e IV, segunda parte, do art. 39 e art. 113 do CC/2002) e da razoável e boa conduta perante o consumidor”.¹⁰

De todo modo, o art. 39 do Código do Consumidor protege o consumidor contra a prática abusiva:

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;¹¹

De acordo com as pesquisas que estão sendo realizadas, os padrões obscuros aproveitam-se da vulnerabilidade, da ignorância ou da idade avançada para manipular os consumidores.

No Brasil, uma pesquisa sobre *dark patterns* foi realizada com base nas reclamações dos consumidores no site Reclame Aqui¹². Os pesquisadores tiveram como resposta que o padrão mais recorrente foi o da Obstrução, Esgueirando-se e Interferência Visual, combinado com outros tipos de padrões obscuros, evidenciando que essa prática compromete a experiência do usuário e violação de princípios éticos fundamentais, como transparência e respeito.

Apesar da legislação brasileira não prever especificamente os padrões obscuros, é possível através da analogia utilizar a legislação consumerista, conforme previsto no art.4º do

¹⁰ NEVES, Daniel Amorim Assumpção; TARTUCE, Flávio. Manual de direito do consumidor: material e processual. 3ª ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2014. 276 p.

¹¹ Art. 39,IV do CPC.

¹² OLIVEIRA, Thiellen Caroline de; COLETI, Thiago Adriano; MORANDINI, Marcelo; BALANCIERI, Renato; OLIVEIRA, André Luiz de. Dark Patterns nos marketplaces: uma Investigação com Base nas Reclamações dos Consumidores. In: WORKSHOP INVESTIGAÇÕES EM INTERAÇÃO HUMANO-DADOS (WIDE), 3., 2024, Porto Alegre. Anais [...]. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2024. Disponível em: <https://sol.sbc.org.br/index.php/wide/article/view/32163>. Acesso em: 29 jul. 2025.

Decreto Lei nº 4.657: “quando a lei for omissa, o juiz decidirá o caso de acordo com a analogia, os costumes e os princípios gerais de direito.”

Além de configurar uma prática abusiva por analogia, a utilização dos padrões obscuros viola o princípio do direito à informação, ambos previstos no Código do Consumidor. A violação destes artigos configura prática ilícita, conforme Silva e Santos:

Assim, a conjugação dos princípios da transparência e da informação, em consonância com os preceitos norteadores da boa-fé objetiva apresentam-se como instrumentos imprescindíveis a garantir a proteção do consumidor diante de condutas do fornecedor, que venham a infringir as normas basilares do direito consumerista, tendo-se em consideração a vulnerabilidade do consumidor, principalmente, na relação jurídica de consumo virtual.¹³

É certo que os efeitos lesivos do uso de dark patterns em relação aos direitos do consumidor e apesar da possibilidade de utilizar a analogia, não é suficiente para combater os padrões obscuros em sua totalidade. Nessa perspectiva, a intervenção do Estado é imprescindível para a regulação.

A conscientização sobre os padrões obscuros se faz necessária a fim de trazer a discussão para sociedade civil, esse entendimento é reforçado por Sampaio:

...necessidade de ampliação da discussão em âmbito nacional, com o engajamento de representantes do meio acadêmico, de órgãos de defesa do consumidor e de proteção de dados pessoais, e comunidades de desenvolvedores de aplicações para Web, com vistas a encontrar soluções práticas para enfrentar este problema que afeta todos os indivíduos enquanto consumidores e titulares de dados pessoais¹⁴.

5 PERSPECTIVA DO DESIGN EM RELAÇÃO AOS PADRÕES OBSCUROS

Embora seja um tema atualmente relevante da sociedade, um artigo de Harry Brignull de 2011 nos coloca na posição dos designers e demonstra a sutileza dos padrões a fim do usuário não perceber ou não se incomodar e que a finalidade as empresas em utilizar esses padrões obscuros é aumentar a receita ou ter acesso aos dados pessoais, por exemplo.

De acordo com Mackay e Fayard (1997, *apud Gonzaga, 2022*), a criação de interfaces é pensada no engajamento humano com sistemas de computador por profissionais de HCI e UX/IU. Sendo HCI a sigla para “Human-Computer Interaction/Computer-Human Interaction”

¹³ SILVA, Michael César; SANTOS, Wellington Fonseca dos. O direito do consumidor nas relações de consumo virtuais. Revista da Faculdade Mineira de Direito, v. 12, n. 23, p. 133, 2011.

¹⁴ SAMPAIO, Marília de Ávila e Silva; JANDREY, Cláudio Luiz. Dark Patterns e seu uso no mercado de consumo. Revista de Direito do Consumidor, v. 143, p. 231-257, 2022.

que significa “Interação Humano-Computador), uma área multidisciplinar que o foco de solucionais problemas de design.

E UX/UI é a sigla para “User Experience” que significa “Experiência do Usuário”, um sistema e um usuário interagindo por meio de comandos e técnicas para operar, inserir dados com a finalidade de desenvolver interfaces amigáveis que proporcione uma experiência positiva aos seus usuários (*Joo, 2017, apud Gonzaga, 2022*).

Recentemente, o professor Daniel Marques (CECULT/UFRB) ministrou uma palestra sobre “Design Persuasivo e dilema regulatórios em plataformas de apostas” e abordou o posicionamento dos profissionais envolvidos no desenvolvimento de plataformas ou produtos digitais na utilização dos padrões obscuros que revelaram dilemas como “meta financeira versus ética”, “engajamento versus vícios” e “transparência versus omissão”.¹⁵

Se a lei atual brasileira de proteção ao consumidor não consegue cumprir o seu papel ou acompanhar o avanço tecnológico, profissionais da área criam suas estratégias para modular o mercado de consumo digital.

Nesse cenário, nos deparamos com a questão ética na criação de plataformas digitais, se a lei não acompanha a tecnologia, será necessária uma regulação para o design?

6 QUESTÕES ÉTICAS EM PADRÕES OBSCUROS

Há alguns anos, era possível distinguir o mundo real do digital. No entanto, a tecnologia avançou tão rapidamente, que, hoje em dia, esta distinção não é mais possível. Está tudo tão conectado e cada vez mais o ser humano se torna dependente da tecnologia.

Assim, surgem desafios de natureza ética acerca da interação dos seres humanos e a tecnologia: o design de interface com adoção de padrões obscuros, aplicação da inteligência artificial, jogos digitais e as redes sociais são alguns exemplos.

É importante enfatizar que a área de design desenvolve muitos produtos e soluções digitais que influenciam os usuários de forma positiva ou negativa. Nesse contexto, é relevante analisar as implicações éticas que envolvem essa interação ser humano e tecnologia, visando criar um futuro ético no mundo digital.

¹⁵ Evento integrante do Ciclo Formativo do Hackathon de Direitos Digitais.

Os profissionais da área de designers têm a responsabilidade de analisar se a implementação de ferramentas é positiva ou danosa aos usuários, tendo em vista que produtos digitais éticos derivam de condutas ética. A criação de produtos digitais é objeto de estudos há muitos anos pelos profissionais de UI/UX; mas no atual cenário, torna-se essencial a análise e desenvolvimento aliados à implementação de princípios éticos.

Criou-se em 1995 uma abordagem chamada “*Privacy by Design*”¹⁶, na qual estabeleceu sete princípios para serem observados no desenvolvimento de sistemas¹⁷: 1) Proativo e não reativo; 2) Privacidade como predefinição; 3) Privacidade incorporada na conceção 4) Funcionalidade total; 5) Segurança de ponta a ponta; 6) Visibilidade e transparência 7) Respeito pela privacidade do utilizador.

No Brasil, os designers dispõem de instruções de ordem ética. Porém, ainda não existe uma regulamentação profissional para estabelecer parâmetros éticos que favoreçam o desenvolvimento de produtos digitais que possam promover um impacto positivo nos usuários¹⁸.

Contudo, tais princípios não impedem que empresas e profissionais adotem padrões obscuros na elaboração de plataformas digitais, culminando em “piores experiências do usuário”.

A preocupação com a ética na era digital foi assunto na 41ª Sessão da Conferência Geral das Organizações das Nações Unidas em 2021, levando à elaboração do documento chamado “Recomendações sobre a ética da Inteligência Artificial”.

O documento em questão apresenta valores e princípios orientadores que devem ser seguidos pelo Estado, com o propósito de salvaguardar dos direitos fundamentais dos seres humanos, assim como o meio ambiente e os ecossistemas. Além de orientar a criação de

¹⁶ BÖSCH, Christoph; ERB, Benjamin; KARGL, Frank; KOPP, Henning; PFATTHEICHER, Stefan. Tales from the Dark Side: Privacy Dark Strategies and Privacy Dark Patterns. Proceedings on Privacy Enhancing Technologies, [S.I.], v. 2016, n. 4, p. 237–254, 2016.

¹⁷ 1)Proactive not reactive 2) Privacy as the default setting 3) Privacy embedded into design 4) Full functionality 5) End-to-end security 6) Visibility and transparency 7) Respect for user privacy. Pág. 240.

¹⁸ PIZARRO, Carolina V. Design e ética em IA: reflexões a partir do impacto social do Lensa enquanto produto digital baseado em Inteligência Artificial. **Revista Design & Tecnologia** , São Paulo, v. 28, pág. 100-115, 2024. ISSN 2178-1974. DOI: 10.23972/det2024iss28pp100-115.

tecnologias que respeitem à dignidade humana, o bem-estar e mitigação de danos, tendo como base a ética da ciência e da tecnologia¹⁹.

As mudanças tecnológicas impactam a criação de produtos digitais e faz com que os profissionais da área enfrentem desafios de natureza ética. Esses desafios devem ser superados por meio de propostas que promovam a humanização. A utilização de padrões obscuros representa um desafio no consumo digital. Assim como a Inteligência Artificial, os designers têm o dever de aplicar a ética em suas atuações e produções digitais, a fim de proporcionar uma experiência positiva ao do usuário.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os padrões obscuros estão presentes na internet e são eficientes na manipulação e influência nas decisões dos consumidores.

A ausência de uma norma jurídica referente ao tema acentua a vulnerabilidade do consumidor, uma vez que grande parte nem ao menos tem conhecimentos sobre o que são padrões obscuros, permanecendo desprotegida e exposta a diversas práticas abusivas.

Nessa linha, subsistem controvérsias acerca da regulação, contudo, esta pesquisa conclui que a regulação irá proporcionar um mecanismo para avaliar a legalidade das práticas, diminuindo, assim, a vulnerabilidade do consumidor na internet em função das armadilhas criadas por profissionais da área. A jurisprudência contemporânea é limitada, sendo necessário determinar e nomear os padrões obscuros com o intuito de solidificar a mensagem de que se trata de uma prática abusiva, suscetível a sanções.

Conforme exposto, pesquisas recentes evidenciaram que todos os consumidores estão sujeitos a padrões obscuros, apresentando uma vulnerabilidade adicional entre os consumidores mais velhos, que, portanto, são mais suscetíveis à manipulação.

Ademais, em virtude da rápida evolução das interfaces digitais, o que dificultando a atualização da legislação, que podem se tornar obsoletas, será necessário instituir mecanismos para supervisionar a aplicação de padrões obscuros nos meios digitais.

¹⁹ UNESCO. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. Recomendações sobre a ética da inteligência artificial. 2022, pág 10. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137_por. Acesso em: 30 jul. 2025.

A elaboração de políticas públicas, bem como a promoção da conscientização sobre a relevância da transparência e disponibilização de informações claras e apropriadas ao consumidor são uma das ferramentas essenciais para coibir a prática de padrões desleais.

Para além das preocupações legais, a ética é imprescindível no ambiente digital., incorporando valores morais ao longo da produção tecnológica. Há necessidade de mudança na perspectiva das empresas e profissionais da área para evitar a utilização de padrões obscuros baseado em valores éticos, garantindo o respeito à dignidade humana e aos direitos fundamentais em prol do bem-estar social,

8 REFERÊNCIAS

BÖSCH, Christoph; ERB, Benjamin; KARGL, Frank; KOPP, Henning; PFATTHEICHER, Stefan. **Tales from the Dark Side: Privacy Dark Strategies and Privacy Dark Patterns.** Proceedings on Privacy Enhancing Technologies, [S.l.], v. 2016, n. 4, p. 237–254, 2016.

BRASIL. Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011. **Dispõe sobre a estrutura do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; altera diversas leis e dá outras providências.** Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12529.htm. Acesso em: 13 jul. 2025.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.** Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 30 jun. 2024.

BRIGNULL, Harry. **Dark patterns: deception vs. honesty in UI design.** A List Apart, [s.l.], 2011. Disponível em: <https://alistapart.com/article/dark-patterns-deception-vs.-honesty-in-ui-design/>. Acesso em: 21 ago. 2024.

BRIGNULL, Harry. **Deceptive patterns.** [S.l.], n.d. Disponível em: <https://www.deceptive.design/>. Acesso em: 10 jul. 2025.

BRIGNULL, Harry. **Deceptive patterns: tipos.** [S.l.], n.d. Disponível em: <https://www.deceptive.design/types>. Acesso em: 10 jul. 2025.

GONZAGA, Heitor Ferreira. **A juridicidade e a regulamentação dos padrões escuros.** 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Faculdade CESUSC, Florianópolis, 2022. Disponível em: <https://arxiv.org/pdf/2303.03888.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2025.

GUEIROS, Pedro Teixeira; MUL HOLLAND, Caitlin. **Padrões escuros e fragilidade fazem consentimento em contratos eletrônicos.** In: CONPEDI – Congresso Nacional de Pesquisa e Ensino em Direito, 29., 2022, Balneário Camboriú. Anais [...]. Balneário Camboriú: CONPEDI, 2022.p.159176.Disponível em: [https://site.conpedi.org.br/publicacoes/906terzx/mfw2z6jh/DK O83saW4cp7gnXL.pdf](https://site.conpedi.org.br/publicacoes/906terzx/mfw2z6jh/DKO83saW4cp7gnXL.pdf). Acesso em: 29 jul. 2025.

LEISER, Mark; SANTOS, Cristiana. **Dark Patterns, Enforcement, e o emergente Digital Design Acquis -- Manipulação sob a Interface.** E-Learning and Digital Media, v. 15, n. 1, 2024. Disponível em: <https://ejlt.org/index.php/ejlt/article/view/990>. Acesso em: 17 jul. 2025.

LEMOS, A.; MARQUES, D. **Interfaces maliciosas: estratégias para coleta de dados pessoais em aplicativos.** Traduzido por Colin Richard Bowles. V!rus, São Carlos, v. 19, 2019. Disponível em: <http://www.nomads.usp.br/virus/virus19/?sec=4&item=2&lang=en>. Acesso em: 08 jul. 2025.

MAHLE, A. C. O. **Dark patterns: os padrões de design enganosos e seus impactos na privacidade e a autonomia do consumidor.** 2024. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/dark-patterns-os-padroes-de-design-enganosos-e-seus-impactos-na-privacidade-e-autonomia-do-consumidor/2089153624>. Acesso em: 17 jul. 2025.

MARQUES, Cláudia Lima; MENDES, Laura Schertel; BERGSTEIN, Laís. **Dark patterns e padrões comerciais escusos.** Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 145, ano 32, p. 295-316, jan./fev. 2023. Ed. RT. Disponível em: file:///C:/Users/Maria%20Cec%C3%ADlia/Desktop/Artigos%20para%20UERJ/pasta%20metodologia%20de%20pesquisa/DARK_PATTERN_E_PADROES_COMERCIAIS_ESCUSOS.pdf. Acesso em: 08 jul. 2025.

MATTIUZZO, Marcela; FRAGOSO, Nathalie. **Onde clica para cancelar? Problemas e respostas aos dark patterns.** Portal Jota, 2022. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/fronteiras-concorrencia-regulacao/onde-clica-para-cancelar-problemas-e-respostas-aos-dark-patterns>. Acesso em: 29 jul. 2025.

MIRANDA, David M.; DARIN, Ticianne de Góis Ribeiro. Padrões Radiantes: **Uma proposta para a prática ética do design de jogos que promove o bem-estar.** In: Anais Estendidos do XXI Simpósio Brasileiro sobre Fatores Humanos em Sistemas Computacionais (IHC 2022), Diamantina, MG. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2022.

NEVES, Daniel Amorim Assumpção; TARTUCE, Flávio. **Manual de direito do consumidor: material e processual.** 3. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2014.

OLIVEIRA, Thiellen Caroline de et al. **Dark patterns nos marketplaces: uma investigação com base nas reclamações dos consumidores.** In: WORKSHOP INVESTIGAÇÕES EM INTERAÇÃO HUMANO-DADOS (WIDE), 3., 2024, Porto Alegre. Anais [...]. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2024. Disponível em: <https://sol.sbc.org.br/index.php/wide/article/view/32163>. Acesso em: 29 jul. 2025.

PIZARRO, Carolina V. **Design e ética em IA: reflexões a partir do impacto social do Lensa enquanto produto digital baseado em Inteligência Artificial.** Revista Design & Tecnologia , São Paulo, v. 28, pág. 100-115, 2024. ISSN 2178-1974. DOI: 10.23972/det2024iss28pp100-115.

SAMPAIO, Marília de Ávila e Silva; JANDREY, Cláudio Luiz. **Dark patterns e seu uso no mercado de consumo.** Revista de Direito do Consumidor, v. 143.

SILVA, Michael César; SANTOS, Wellington Fonseca dos. **O direito do consumidor nas relações de consumo virtuais.** Revista da Faculdade Mineira de Direito, v. 12, n. 23, 2011.

UNESCO. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Recomendações sobre a ética da inteligência artificial.** 2022. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137_por. Acesso em: 30 jul. 2025.

ZAC, Amit et al. **Dark patterns and consumer vulnerability.** Behavioral Public Policy, 2025, p. 1–50. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1017/bpp.2024.49>. Acesso em: 10 jul. 2025.