

CONTRATOS DE ADESÃO EM SERVIÇOS DIGITAIS: PREVENÇÃO E BOAS PRÁTICAS DE UI/UX

ODS (16)

Paz, Justiça e Instituições Eficazes

Bruno do Prado Corrêa da Silva (Universidade de Taubaté)
Prof. Me. Luiz Eduardo Souza Evangelista (Universidade de Taubaté)
Prof. Dr. Drauzio Antônio Rezende Junior (Universidade de Taubaté)

Contratos de adesão em serviços digitais aparecem, em geral, como *pop-ups* ou telas de “Aceitar/Recusar” com textos extensos e linguagem jurídica, em momentos de pressão para usar o *app* ou concluir uma compra; nesse contexto, o *design* manipulativo (também chamado de *dark patterns*) pode induzir consentimentos não intencionais, como pré-seleções de *opt-ins*, botões de “Aceitar” com maior peso visual que “Ler/Recusar”, linguagem de *confirmshaming* e trajetórias assimétricas (menos passos para aceitar do que para cancelar). Debates públicos recentes — por exemplo, discussões sobre termos de uma companhia da área de entretenimento, em que usuários perceberam que cláusulas amplas poderiam afetar sua capacidade de contestar a empresa fora do contexto do serviço — ilustram como a percepção de má-fé emerge quando a interface dificulta a compreensão do alcance do aceite. O objetivo é promover consentimento informado, claro e rápido em fluxos de aceite de Termos/Políticas, reduzindo assimetrias sem sacrificar a fluidez da experiência. O método consiste em aplicar heurísticas de Nielsen diretamente ao desenho dessas telas: visibilidade do *status* (resumo de “fatos-chave” no topo: o que muda ao aceitar ou recusar), linguagem simples com destaque para consequências, consistência de rótulos e padrões (ações simétricas em posição, tamanho e contraste), prevenção de erros (*opt-ins* sempre desmarcados por padrão e confirmação clara para escolhas sensíveis) e apoio ao reconhecimento em vez de recordação (tópicos curtos, ícones, sinalização de navegação e *links* para detalhes). Além disso, adota-se um conjunto mínimo de boas práticas de *UI/UX* (*User Interface / User Experience*): contraste adequado entre alternativas, hierarquia visual neutra, sem pré-seleções e sem esforço extra para recusar ou cancelar. Espera-se, com isso, reduzir consentimentos por engano e dúvidas recorrentes, aumentar a clareza percebida e aproximar a prática dos princípios de consentimento livre e informado e de informação adequada ao consumidor. Conclusões preliminares: a simples aplicação consistente dessas heurísticas e boas práticas em fluxos de aceite é viável e tende a entregar maior transparência preservando a fluidez da experiência e desestimulando padrões enganosos e fortalecendo a confiança do usuário, ao mesmo tempo em que preserva a eficiência operacional do serviço digital.



Palavras-chave: Termos de uso; Contratos de adesão; UI/UX; Transparência; Design manipulativo.