

# **A ILUSÃO DA PROPRIEDADE DIGITAL: UMA ANÁLISE DA LICENÇA DE STREAMING SOB A ÓTICA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

Diogo Henrique Silva Ribeiro<sup>1</sup>

RESUMO:

## **1. INTRODUÇÃO**

Dentre as inúmeras transformações decorrentes dos contínuos avanços tecnológicos, destaca-se a desmaterialização dos suportes físicos de entretenimento, fenômeno que vem redefinindo expressivamente as dinâmicas do mercado de consumo contemporâneo. Historicamente, adquirir uma obra literária, artística ou cinematográfica significava adquirir um suporte corpóreo, como um livro impresso, um disco de vinil ou uma fita magnética. O domínio real sobre esses objetos conferia ao titular as prerrogativas clássicas de usar, gozar e dispor livremente da coisa (TARTUCE, 2023), nos termos do art. 1.228 do Código Civil brasileiro. Nesse cenário analógico tradicional, o eventual encerramento das atividades de uma livraria ou de uma distribuidora de mídias jamais implicava a perda da posse do bem material já incorporado ao patrimônio do consumidor. Todavia, a consolidação da computação em nuvem e a distribuição em massa de arquivos digitais via internet instauraram uma profunda ruptura nesse paradigma das relações privadas. As mídias deixaram de ocupar espaço físico nas residências e passaram a integrar servidores remotos sob o controle exclusivo de grandes plataformas tecnológicas, como Amazon, Apple e Google, as quais passaram a comercializar conteúdos sob a aparente modalidade de aquisição perpétua, empregando comandos de interface com os dizeres "Comprar Agora" (Buy Now). Não obstante, por trás dessa arquitetura persuasiva de vendas, os contratos de adesão e os termos de licença de usuário final (EULAs) estabelecem uma realidade jurídica substancialmente distinta: o usuário não adquire a propriedade do arquivo imaterial, mas tão somente uma licença de uso precária, personalíssima

---

<sup>1</sup> Diogo Henrique Silva Ribeiro, discente do curso de Direito da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) [diogo.251101712@discente.uemg.br](mailto:diogo.251101712@discente.uemg.br)

e unilateralmente revogável, suscetível de desaparecer da biblioteca virtual caso expirem os acordos de distribuição celebrados entre a plataforma intermediária e os detentores originários dos direitos autorais. Essa dissociação engendra o que a literatura jurídica contemporânea denomina "ilusão de propriedade" (the illusion of ownership), evidenciando uma assimetria estrutural entre o marketing visual e a realidade contratual imposta ao usuário (PERZANOWSKI; SCHULTZ, 2016). No ordenamento jurídico brasileiro, esse modelo desencadeia uma evidente crise dogmática: ao utilizar a terminologia clássica da compra e venda para ofertar permissões precárias de acesso, os fornecedores violam os postulados fundamentais da boa-fé objetiva (art. 422 do Código Civil) e ignoram o direito básico do consumidor à informação clara e adequada sobre as características, qualidade e durabilidade do produto (art. 6º, III, da Lei nº 8.078/1990), balizas inafastáveis das relações de consumo (MARQUES, 2019). Faz-se necessário, portanto, examinar como o microssistema consumerista pátrio deve atuar para reequilibrar essa relação jurídica, delimitando os contornos entre a legítima tutela dos direitos de autor e a imperativa proteção contra práticas e métodos comerciais abusivos no ambiente virtual.

## 2. PROBLEMA DE PESQUISA

A coexistência entre interfaces virtuais de consumo que induzem à ideia de aquisição perpétua e contratos de adesão que operam no regime de licenciamento precário instaura uma ampla zona de insegurança jurídica no comércio eletrônico. Ao clicar no comando "Comprar", o consumidor médio age pautado na legítima expectativa de consolidação definitiva da posse do bem imaterial em seu patrimônio pessoal, arcando inclusive com contraprestações pecuniárias substancialmente superiores àquelas cobradas por modalidades temporárias de locação digital. Ocorre que a inserção sistemática de cláusulas de exoneração de responsabilidade e de rescisão unilateral nos Termos de Uso (EULAs) transfere integralmente os riscos da atividade econômica ao consumidor, permitindo a suspensão imotivada do acesso ao acervo pessoal sem a correspondente compensação financeira caso expirem as licenças intermediárias celebradas com estúdios e editoras. Essa conjuntura desafia a dogmática jurídica clássica, exigindo confrontar a autonomia dos contratos privados com os parâmetros de ordem pública e interesse social estabelecidos pela legislação consumerista.

Nesse contexto, formula-se a seguinte indagação: em que medida a comercialização de produtos digitais sob a nomenclatura de "compra" definitiva viola o dever de informação adequada e clara (art. 6º, III, do CDC), configurando publicidade enganosa por omissão (art.

37, § 1º, do CDC) e ensejando a nulidade de pleno direito das cláusulas de supressão unilateral de acesso (art. 51 do CDC) sem reparação material ao consumidor?

### 3. OBJETIVOS

O presente estudo tem como objetivo geral investigar a validade jurídica e os limites dogmáticos dos contratos de licenciamento de bens digitais em plataformas de streaming e bibliotecas virtuais, confrontando a prática comercial do botão "Comprar" com os princípios da boa-fé objetiva e da tutela da confiança previstos no Código de Defesa do Consumidor brasileiro.

Para a consecução desse escopo principal, delineiam-se os seguintes objetivos específicos:

Distinguir ontologicamente o direito real de propriedade clássica sobre bens corpóreos (art. 1.228 do Código Civil) da concessão obrigacional de licença de uso precária e revogável sobre bens incorpóreos;

Examinar o emprego de estratégias persuasivas de interface visual (dark patterns) na indução do consumidor a erro quanto à durabilidade e à definitividade do acesso ao bem digital adquirido (arts. 6º, III, e 37, § 1º, do CDC);

Analisar a abusividade das cláusulas de exoneração de responsabilidade e de revogação unilateral de acervo contidas nos Termos de Uso (EULAs), à luz das nulidades de pleno direito cominadas pelo art. 51 da Lei nº 8.078/1990.

### 4. METODOLOGIA

A presente pesquisa orienta-se pelo método de abordagem dedutivo, partindo das premissas e princípios gerais positivados no Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) e no Código Civil (Lei nº 10.406/2002) para analisar o tratamento jurídico concreto conferido aos contratos de adesão de bens digitais imateriais. Quanto aos procedimentos, adota-se a pesquisa bibliográfica e documental. O levantamento bibliográfico abrange a literatura especializada em Direito do Consumidor, Direito Civil e Direito Digital, com ênfase na teoria da desmaterialização da propriedade e na assimetria informacional nas relações virtuais de consumo (PERZANOWSKI; SCHULTZ, 2016; MARQUES, 2019). No plano documental e dogmático, examinam-se dispositivos da legislação federal de consumo e civilista, os Termos e Condições de Uso (EULAs) das principais plataformas de distribuição de streaming e conteúdo

digital atuantes no mercado nacional — notadamente Amazon e Apple —, além de dados empíricos sobre a percepção de direitos pelos usuários e paradigmas regulatórios do direito comparado relativos à rotulagem de produtos digitais. A técnica de análise de dados é qualitativa, fundamentada na hermenêutica jurídica e na confrontação crítica entre o design de mercado das plataformas e as normas de ordem pública de proteção ao consumidor.

## 5. DISCUSSÃO E RESULTADOS ALCANÇADOS

A análise empírica e contratual dos serviços de streaming e lojas digitais revela uma contradição flagrante entre as técnicas de publicidade e a substância dos vínculos negociais estabelecidos com o público. As lojas virtuais estruturam suas opções em dois caminhos comerciais paralelos: o "Aluguel", ofertado por preço reduzido para consumo restrito a um curto período (geralmente 48 horas), e a "Compra", cobrada por um valor consideravelmente mais elevado, inculcando no usuário a percepção de que a obra passará a integrar seu acervo privado de modo perpétuo. No entanto, ao analisar as cláusulas dos Termos de Uso (EULAs), descobre-se que a plataforma outorga apenas uma permissão de uso resolúvel, passível de cancelamento unilateral a qualquer momento se os acordos mantidos com as produtoras e estúdios detentores dos direitos autorais forem rescindidos ou não renovados.

Essa conduta dá origem ao que a doutrina convencionou chamar de a "mentira do comprar agora" (the 'buy now' lie), fenômeno empiricamente comprovado por estudos acadêmicos: entre 81% e 89% dos consumidores que concluem transações pelo comando "Comprar Agora" acreditam convictamente que têm o direito de guardar o arquivo digital pelo tempo que desejarem, equiparando a compra digital à de um bem tangível (PERZANOWSKI; SCHULTZ, 2016). Em contrapartida, verificou-se que menos de 1,5% dos adquirentes chega a abrir o hiperlink que conduz aos termos contratuais antes de efetuar o pagamento, o que demonstra que a arquitetura visual da loja opera como mecanismo indutor de consentimento distorcido (PERZANOWSKI; SCHULTZ, 2016).

À luz do ordenamento jurídico brasileiro, essa prática viola preceitos fundamentais da legislação de proteção ao consumidor em três eixos centrais:

**1. Violação ao Dever de Informação e Publicidade Enganosa por Omissão:** O consumidor possui o direito inafastável à informação clara, correta e precisa acerca de todas as especificações do produto adquirido (art. 6º, III, do CDC). A utilização expressa do verbo "Comprar" para ocultar um acesso precário configura publicidade enganosa por omissão,

conforme tipificado no art. 37, § 1º, do CDC, visto que induz o comprador a erro sobre a natureza e a durabilidade do que contratou. A mera existência de ressalvas redigidas em contratos eletrônicos complexos e inacessíveis não elide o ilícito, uma vez que o art. 54, § 4º, do CDC impõe que qualquer cláusula limitativa de direito seja redigida com destaque inequívoco e facilidade de apreensão imediata.

**2. Nulidade Absoluta das Cláusulas Evasivas e de Rescisão Unilateral:** As cláusulas padronizadas que autorizam os provedores a apagar unilateralmente os itens adquiridos das contas dos usuários, isentando-se de prestar indenização ou restituição, incorrem em manifesta abusividade. Tais estipulações são nulas de pleno direito nos termos do art. 51, incisos I, IV e XI, do CDC, pois exoneram o fornecedor de suas responsabilidades legais, colocam o consumidor em desvantagem exagerada e conferem à empresa a faculdade de rescindir o negócio sem que idêntico direito seja atribuído à parte vulnerável.

**3. O Teste da Realidade Econômica da Contratação:** Para solucionar esse conflito, mostra-se necessária a aplicação do critério da realidade econômica, defendido por Perzanowski e Schultz (2016). Se a relação apresenta preço de taxa única (one-time fee), tempo de fruição aparentemente indeterminado e marketing ostensivo de aquisição perpétua, a operação tem natureza jurídica material de venda de bem de consumo. Desse modo, o corte do acesso configura quebra contratual e vício do serviço, outorgando ao adquirente o direito imediato ao reembolso integral ou à indenização por perdas e danos (arts. 18 e 35 do CDC). O direito comparado já caminha nesse sentido, a exemplo da Lei da Califórnia (Assembly Bill 2426), que proíbe lojas virtuais de utilizarem os termos "comprar" quando o produto estiver sujeito à revogação posterior pela empresa licenciante.

## 6. CONCLUSÃO

A transição tecnológica dos suportes físicos para os arquivos em nuvem ensejou uma profunda ruptura nos institutos da propriedade, propiciando um cenário de acentuada assimetria em prejuízo do consumidor. Restá evidente que a rotulagem de "Compra" para outorgar licenças precárias não se sustenta perante os princípios da boa-fé objetiva e da transparência, configurando publicidade enganosa por omissão e ensejando a nulidade absoluta de cláusulas que prevejam o confisco de conteúdo sem ressarcimento financeiro. Para consolidar o ciclo de restauração e equilíbrio pretendido pelo Direito contemporâneo, impõe-se a regulamentação do design das lojas virtuais, obrigando os provedores a empregar avisos diretos e curtos sobre a

real duração do acesso, sob pena de responderem civilmente pela restituição dos valores cobrados e pela indenização integral dos danos causados aos consumidores.

Palavras-chave: Bens Digitais; Código de Defesa do Consumidor; Contratos de Adesão; Dever de Informação; Streaming.

**Declaração de uso de IA generativa (Item 2.12 do Edital):** O desenvolvimento deste trabalho contou com o suporte do modelo de inteligência artificial generativa Gemini (Google) na tradução e análise sintética de fontes bibliográficas estrangeiras e no auxílio à estruturação dos tópicos formais. Todo o direcionamento analítico, a fundamentação jurídica nacional e a redação final foram desenvolvidos e revisados pelo autor, que assume total responsabilidade pelo teor da pesquisa.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 12 set. 1990.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002.** Institui o Código Civil. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 11 jan. 2002.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais.** 9. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Thomson Reuters Brasil/Revista dos Tribunais, 2019.

PERZANOWSKI, Aaron; SCHULTZ, Jason. **The End of Ownership: Personal Property in the Digital Economy.** Cambridge: The MIT Press, 2016.

TARTUCE, Flávio. **Manual de Direito do Consumidor: direito material e processual.** 12. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2023.