DARK PATTERNS EM JOGOS DIGITAIS: MANIPULAÇÃO DE COMPORTAMENTO E RESPONSABILIDADE DAS PLATAFORMAS

Jairo de Jesus Santos
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista, Bahia, Brasil
E-mail: jairodejesus87@gmail.com
https://orcid.org/0009-0008-6922-7277

Carlos Alberto Maciel Públio
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista, Bahia, Brasil
E-mail: carlos.publio@uesb.edu.br
https://orcid.org/0000-0002-2172-1777

Palavras-chave: dark patterns; jogos digitais; crianças e adolescentes; boa-fé.

INTRODUÇÃO

A expansão das tecnologias digitais tem sido marcada por diversos mecanismos que simplificam atividades cotidianas dos usuários, uma vez que diversas etapas foram automatizadas, reduzindo o esforço necessário para a aquisição de bens e serviços. Todavia, essas facilidades oferecidas pelo ambiente digital também reforçam a lógica mercadológica voltada à maximização do lucro.

Nesse sentido, o termo “Dark Patterns” foi introduzido por Harry Brignull, profissional especializado em UX (User Experience), área que projeta e otimiza a experiência do usuário na interação com produtos ou serviços digitais ou físicos, para designar práticas intencionais de exploração das fragilidades cognitivas e emocionais das pessoas, com o objetivo de comprometer sua autonomia de escolha. Essas estratégias podem ser observadas em diversos ramos do meio digital, como e-commerce, streaming e delivery, mas se manifestam de modo particularmente relevante nos jogos eletrônicos online, ambiente com ampla base de usuários, sobretudo crianças e adolescentes.

A justificativa do presente estudo fundamenta-se na escassez de estudos acerca da incidência de Dark Patterns sobre o público infantojuvenil, que representa um grupo ainda mais vulnerável diante desse mecanismo persuasivo, devido à sua menor capacidade de discernimento no ambiente digital e à sua condição peculiar de desenvolvimento. Diante disso, questiona-se: de que forma os Dark Patterns em jogos eletrônicos afetam o público infantojuvenil e quais os limites da responsabilidade jurídica das empresas que adotam tais práticas?

Desse modo, o objetivo central deste estudo é analisar a incidência dos Dark Patterns em jogos eletrônicos e a responsabilidade jurídica das empresas, à luz do Código de Defesa do Consumidor e do ECA Digital (Lei nº 15.211/2025), em vigor desde março de 2026. Consequentemente, tem como objetivos específicos: (i) conceituar os Dark Patterns e sua incidência em jogos eletrônicos; (ii) examinar os mecanismos de persuasão utilizados nas interfaces digitais voltadas ao público infantojuvenil; (iii) analisar a proteção conferida pelo Código de Defesa do Consumidor e pelo ECA Digital; e (iv) verificar a responsabilidade jurídica das empresas que adotam tais práticas.

METODOLOGIA

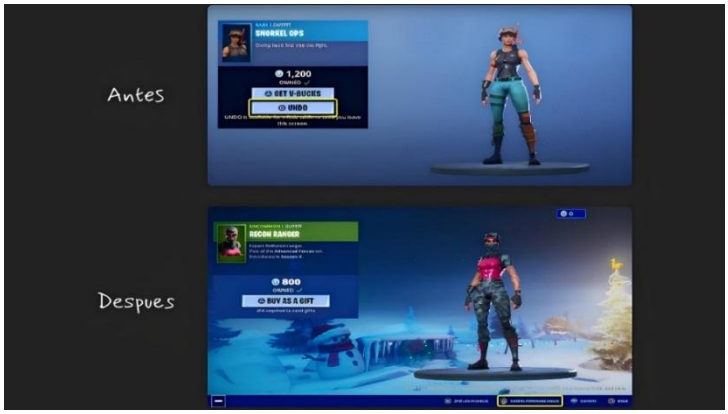
A presente pesquisa possui natureza bibliográfica e documental, com abordagem qualitativa e caráter exploratório-descritivo. Como fontes de análise, foram analisados o ECA Digital, o Código de Defesa do Consumidor; análise documental de imagens; a doutrina especializada e estudos sobre o conceito de Dark Patterns, com vistas a compreender sua incidência em jogos eletrônicos e a responsabilidade jurídica das plataformas que empregam essa prática.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para compreender os resultados obtidos, é necessário partir do conceito de Dark Patterns, apresentado por Harry Brignull, especialista em UX (User Experience) — área voltada ao projeto e à otimização da experiência do usuário na interação com produtos ou serviços

digitais ou físicos. Brignull (2023) define a expressão para designar práticas intencionais de exploração da capacidade de discernimento do usuário, com o objetivo de reduzir sua autonomia de escolha e induzi-lo a decisões favoráveis ao fornecedor. O fotograma abaixo evidencia a utilização dessa técnica em um dos jogos digitais mais populares entre o público infantojuvenil.

Figura 1 – Interface digital com alteração dos elementos de compra e cancelamento.



Fonte: Captura de tela do site Fintech Works, disponível em: *Dark Patterns: qué son y por qué evitarlos*. Acesso em: 23 jun. 2026.

A partir da figura 1, nota-se que, na versão anterior, a compra (Get V-bucks) e o cancelamento (Undo) eram dispostos um acima do outro, favorecendo a livre escolha do usuário. Na versão atual, a opção de compra permanece de fácil alcance e boa visibilidade, enquanto o cancelamento encontra-se pouco visível no canto inferior da tela, dificultando a desistência da compra do item cosmético. Ademais, a palavra “hold”, associada à opção de cancelamento (Cancel Purchase), exige que o usuário mantenha o botão pressionado por certo tempo para efetivar o cancelamento, criando um mecanismo de atrito.

Diante desse cenário, evidencia-se a intenção não transparente de induzir o usuário à compra, em consonância com o conceito de Dark Pattern. A prática se mostra ainda mais grave no público infantojuvenil, cuja vulnerabilidade é explorada por meio de elementos visuais atrativos e persuasivos.

Nesse sentido, Marques (2002) afirma que, no direito do consumidor, o consumidor hipossuficiente economicamente é aquele que apresenta vulnerabilidade material, sendo

possível ainda identificar gradações subjetivas de consumidores mais desfavorecidos, como idosos, doentes e crianças. A autora argumenta que, entre essas gradações, as crianças se destacam como consumidoras desfavorecidas em razão da idade, especialmente diante de práticas comerciais e publicitárias que se aproveitam da deficiência de julgamento de crianças e adolescentes.

Buckingham (2012) destaca que a exposição das crianças a essas estratégias levanta dúvidas sobre a capacidade delas e de suas famílias de perceberem as intenções mercadológicas por trás das práticas de marketing, muitas vezes invasivas. O autor também chama atenção para a forma como as próprias crianças se enxergam como consumidoras e para a necessidade de mais pesquisas sobre as estratégias usadas para captar o engajamento desse público.

Nesse contexto, a proteção jurídica do público infantojuvenil encontra respaldo tanto no Código de Defesa do Consumidor quanto no ECA Digital, instituído pela Lei nº 15.211/2025 e em vigor desde março de 2026. Enquanto o CDC reconhece a vulnerabilidade dos consumidores e veda práticas abusivas, principalmente aquelas que se aproveitam da deficiência de julgamento desse público; o ECA Digital, por sua vez, reforça a tutela de crianças e adolescentes no ambiente virtual, impondo deveres de proteção, segurança e transparência às plataformas digitais, inclusive aquelas voltadas a jogos eletrônicos.

Por fim, a análise evidencia que a prática descrita afronta não apenas a vulnerabilidade do consumidor infantojuvenil, mas também os deveres de boa-fé objetiva e transparência que devem orientar as relações de consumo. Ao dificultar a visualização da opção de cancelamento e ao reforçar visualmente a aquisição, por meio da estratégia associada aos Dark Patterns, a interface do jogo compromete a informação adequada e a lealdade esperada da relação de consumo que, conforme Marques (2002), deve ser orientada pela harmonia e boa-fé nas relações consumeristas, reconhecendo sempre a vulnerabilidade do consumidor, principalmente a do público “especialmente hipervulnerável”, o que reforça a necessidade de controle jurídico dessas práticas no ambiente digital.

CONCLUSÕES

Conclui-se que a prática identificada na interface do jogo configura uma estratégia de persuasão que compromete a autonomia de escolha do usuário. Por se tratar de um ambiente frequentado por crianças e adolescentes, a prática se mostra ainda mais nociva. Nesse contexto, as plataformas que empregam tais mecanismos assumem responsabilidade jurídica objetiva perante os consumidores vulneráveis, o que reforça a necessidade de aplicação rigorosa das normas existentes para coibir a conduta e responsabilizar as empresas pela violação da boa-fé, transparência e dever de proteção nas relações de consumo.

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 15.211, de 17 de março de 2025.** Estatuto Digital da Criança e do Adolescente. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 18 mar. 2025.

BRIGNULL, Harry**. Deceptive patterns: exposing the tricks tech companies use to control you**. London: Testimonium Ltd, 2023.

BUCKINGHAM, David. **Repensando a criança-consumidora: novas práticas, novos paradigmas**. Comunicação, mídia e consumo, São Paulo, v. 9, n. 25, 2012, p. 43-72.

FINTECH WORKS. **Dark Patterns: qué son y por qué evitarlos.** Disponível em: https://blog.fintech.works/dark-patterns-que-son-y-por-que-evitarlos/. Acesso em: 23 jun. 2026.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor.** 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.