

O DIREITO DO CONSUMIDOR NO METAVERSO: CONTRATOS VIRTUAIS E PROTEÇÃO JURÍDICA EM AMBIENTES IMERSIVOS

Ruam Albuquerque Sanches¹

Diego Marques Brasil²

Ihgor Jean Rego³

RESUMO: O surgimento do metaverso como ambiente digital imersivo tem provocado profundas transformações nas relações de consumo, exigindo uma reinterpretação dos direitos e deveres previstos no ordenamento jurídico brasileiro. Neste contexto, o presente artigo tem como objetivo analisar os desafios e possibilidades de aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC) em contratos celebrados dentro do metaverso, considerando aspectos como identidade digital, consentimento informado, publicidade virtual e responsabilidade civil. A ausência de regulamentação específica para esse tipo de ambiente gera insegurança jurídica, especialmente quanto à validade dos contratos virtuais, à proteção de dados pessoais e à responsabilização por danos decorrentes de práticas comerciais abusivas. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, com base em revisão bibliográfica e análise de casos práticos, buscando compreender como os princípios do direito do consumidor podem ser adaptados às novas dinâmicas digitais. Além disso, são discutidas propostas de atualização normativa e de atuação dos órgãos de fiscalização para garantir a efetividade da proteção jurídica do consumidor no metaverso. O estudo conclui que, embora o CDC ofereça fundamentos importantes para a defesa do consumidor, é necessário ampliar o debate jurídico sobre os contratos virtuais e desenvolver mecanismos específicos para assegurar a transparência, a equidade e a segurança nas relações comerciais imersivas. A inovação tecnológica não pode se sobrepor aos direitos fundamentais do consumidor, sendo essencial que o direito acompanhe a evolução digital com responsabilidade e eficácia.

7198

Palavras-chave: Direito do Consumidor. Metaverso. Contratos Virtuais. Ambientes Imersivos. Proteção Jurídica.

¹Discente do curso de Direito, Centro Universitário São Lucas – Porto Velho.

²Discente do curso de Direito, Centro Universitário São Lucas – Porto Velho.

³Orientador do curso de Direito, Centro Universitário São Lucas – Porto Velho.

ABSTRACT: The emergence of the metaverse as an immersive digital environment has significantly transformed consumer relations, requiring a reinterpretation of the rights and obligations established by Brazilian law. In this context, the present article aims to analyze the legal challenges and possibilities of applying the Consumer Protection Code (CDC) to contracts concluded within the metaverse, considering aspects such as digital identity, informed consent, virtual advertising, and civil liability. The lack of specific regulation for this type of environment generates legal uncertainty, especially regarding the validity of virtual contracts, the protection of personal data, and accountability for abusive commercial practices. The research adopts a qualitative approach, based on bibliographic review and case analysis, seeking to understand how consumer law principles can be adapted to new digital dynamics. Furthermore, proposals for regulatory updates and the role of consumer protection agencies are discussed to ensure effective legal protection in the metaverse. The study concludes that, although the CDC provides important foundations for consumer defense, it is necessary to expand the legal debate on virtual contracts and develop specific mechanisms to ensure transparency, fairness, and security in immersive commercial relations. Technological innovation must not override fundamental consumer rights, and the law must evolve responsibly and effectively alongside digital transformation.

Keywords: Consumer Law. Metaverse. Virtual Contracts. Immersive Environments. Legal Protection.

1. INTRODUÇÃO

7199

O metaverso representa uma nova fronteira tecnológica, caracterizada por ambientes digitais tridimensionais e imersivos, onde indivíduos interagem por meio de avatares em tempo real. Essa inovação tem impactado significativamente diversos setores, incluindo o comércio eletrônico, ao permitir experiências de consumo mais envolventes e personalizadas. Grandes empresas já investem em espaços virtuais para oferecer produtos e serviços, criando novas formas de interação entre consumidores e fornecedores.

Nesse cenário, surgem relações jurídicas inéditas, especialmente no que diz respeito à celebração de contratos, à publicidade digital e à proteção de dados pessoais. A ausência de regulamentação específica para o metaverso no ordenamento jurídico brasileiro levanta preocupações quanto à segurança jurídica e à efetividade da proteção do consumidor. Segundo Leite (2023), “o consumo em ambientes digitais imersivos parece deixar o consumidor em uma posição mais vulnerável, o que exige uma adaptação do microssistema jurídico consumerista às demandas desse espaço”. Essa vulnerabilidade é intensificada pela dificuldade de identificação dos sujeitos envolvidos, pela complexidade dos termos contratuais e pela ausência de mecanismos claros de responsabilização.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC), embora robusto, foi concebido em um contexto analógico e precisa ser reinterpretado à luz das novas tecnologias. Como destaca König (2023), “as leis e regulamentos vigentes não são suficientes para abordar muitas das questões legais associadas a esse novo ambiente virtual”. A proteção jurídica do consumidor no metaverso exige, portanto, uma abordagem inovadora, que considere os princípios da boa-fé, da transparência e da dignidade da pessoa humana.

Este artigo tem como objetivo analisar os desafios e possibilidades de aplicação do CDC em ambientes imersivos, com foco na proteção jurídica do consumidor em contratos celebrados no metaverso. A relevância do tema se justifica pela crescente adoção dessas plataformas por empresas e usuários, o que exige do Direito uma resposta eficaz, atualizada e compatível com os princípios fundamentais das relações de consumo. A partir de uma abordagem teórica e prática, busca-se contribuir com o debate jurídico sobre a adaptação normativa necessária para garantir os direitos dos consumidores em ambientes digitais emergentes.

2. METODOLOGIA

A presente pesquisa é de natureza qualitativa e exploratória, voltada para a análise teórica e prática das relações de consumo no metaverso. A abordagem qualitativa permite compreender os fenômenos jurídicos em profundidade, considerando o contexto social, tecnológico e normativo em que se inserem. Segundo Gil (2008), a pesquisa exploratória é indicada quando o tema é pouco estudado e exige maior familiaridade por parte do pesquisador.

O método utilizado foi a revisão bibliográfica, com levantamento de obras doutrinárias, artigos científicos, jurisprudência nacional e internacional, além de documentos técnicos sobre direito digital, contratos eletrônicos e proteção do consumidor. Complementarmente, foram analisados estudos de caso envolvendo práticas comerciais em ambientes imersivos, com o objetivo de identificar padrões, lacunas normativas e riscos à segurança jurídica do consumidor.

A escolha metodológica se justifica pela novidade do tema, que ainda carece de regulamentação específica e de produção acadêmica consolidada. Como destaca Severino (2016), a pesquisa bibliográfica é essencial para fundamentar teoricamente os problemas investigados e propor soluções jurídicas adequadas. O estudo busca, portanto, contribuir para o debate jurídico sobre a adaptação do Código de Defesa do Consumidor às novas dinâmicas digitais, especialmente no contexto dos contratos virtuais e da publicidade imersiva.

3. CONTRATOS VIRTUAIS NO METAVERSO

A celebração de contratos no metaverso ocorre por meio de interações entre avatares, utilizando interfaces digitais que simulam ambientes físicos. Essa nova forma de contratação levanta dúvidas sobre a manifestação de vontade, a identificação das partes e a validade jurídica dos atos praticados. Segundo Monteiro (2021), “os contratos eletrônicos exigem uma releitura dos elementos clássicos da teoria contratual, especialmente no que se refere ao consentimento e à forma jurídica”.

No metaverso, o consentimento pode ser obtido por cliques, gestos ou comandos de voz, o que exige mecanismos de registro e autenticação para garantir a segurança jurídica. A ausência de normas específicas dificulta a aplicação direta do CDC, sendo necessário interpretar seus princípios à luz da realidade virtual. Como destaca Doneda (2019), “a proteção do consumidor em ambientes digitais depende da clareza dos termos contratuais e da efetiva compreensão por parte do usuário”.

4. PUBLICIDADE IMERSIVA E PRÁTICAS COMERCIAIS

A publicidade no metaverso é altamente interativa e sensorial, utilizando elementos visuais, sonoros e até táteis para induzir o consumo. Essa imersão pode comprometer o direito à informação clara e adequada, previsto no art. 6º do CDC. Segundo Silva (2022), “a publicidade digital deve respeitar os limites éticos e legais, evitando práticas que manipulem o comportamento do consumidor”.

Empresas têm utilizado gamificação e recompensas virtuais para estimular compras, o que pode configurar práticas abusivas, especialmente quando direcionadas a públicos vulneráveis, como crianças e adolescentes. A jurisprudência ainda é incipiente, mas já há decisões que reconhecem a responsabilidade das plataformas por publicidade enganosa em ambientes digitais. Leite (2023) afirma que “o legal design deve ser aplicado para tornar as informações acessíveis e compreensíveis, mesmo em interfaces complexas como as do metaverso”.

5. RESPONSABILIDADE CIVIL POR DANOS VIRTUAIS

A ocorrência de danos no metaverso pode envolver falhas técnicas, produtos digitais defeituosos, violação de privacidade ou uso indevido de dados pessoais. A responsabilidade civil deve ser analisada à luz do art. 14 do CDC, que trata da responsabilidade objetiva do fornecedor. Como destaca Ribeiro (2024), “a responsabilização por danos virtuais exige a adaptação dos

conceitos tradicionais de nexo causal e dano, considerando a natureza intangível dos bens envolvidos”.

Casos de fraudes com NFTs, roubo de identidade digital e perda de ativos virtuais já foram registrados, exigindo atuação dos órgãos de defesa do consumidor e das autoridades reguladoras. A responsabilização das plataformas depende da demonstração de falha na prestação do serviço ou na segurança dos dados, conforme previsto na LGPD (Lei nº 13.709/2018).

6. IDENTIDADE DIGITAL E VULNERABILIDADE

A identidade digital no metaverso é construída por meio de avatares, perfis e credenciais criptografadas. A proteção dessa identidade é essencial para garantir a autenticidade das relações de consumo e evitar fraudes. Segundo Doneda (2019), “a vulnerabilidade do consumidor digital está diretamente relacionada à assimetria informacional e à dificuldade de controle sobre seus dados”.

A criação de perfis falsos, o uso indevido de imagens e a coleta excessiva de informações pessoais representam riscos à privacidade e à segurança jurídica. O CDC, em conjunto com a LGPD, deve ser interpretado de forma integrada para assegurar os direitos do consumidor em ambientes digitais. Como destaca Leite (2023), “a proteção da identidade digital é um dos pilares da cidadania virtual e deve ser garantida por normas claras e eficazes”.

7202

7. ATUALIZAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O CDC, promulgado em 1990, foi concebido em um contexto analógico e não contempla expressamente as relações de consumo em ambientes digitais imersivos. A necessidade de atualização normativa é reconhecida por diversos autores. König (2023) afirma que “as leis e regulamentos vigentes não são suficientes para abordar muitas das questões legais associadas a esse novo ambiente virtual”.

Propostas legislativas já discutem a inclusão de dispositivos específicos sobre contratos eletrônicos, publicidade digital e proteção de dados, mas ainda não há consenso sobre a melhor forma de regulamentar o metaverso. A jurisprudência tem avançado timidamente, reconhecendo a aplicação dos princípios do CDC em casos envolvendo plataformas digitais. O desafio é construir uma regulação flexível, que acompanhe a evolução tecnológica sem comprometer os direitos fundamentais do consumidor.

8. CONCLUSÃO

O metaverso inaugura uma nova era nas relações de consumo, marcada pela convergência entre tecnologia, interatividade e comércio digital. Nesse ambiente, as práticas comerciais tornam-se mais complexas, exigindo do ordenamento jurídico uma resposta eficaz e atualizada. O presente estudo demonstrou que, embora o Código de Defesa do Consumidor (CDC) ofereça fundamentos sólidos para a proteção do consumidor, sua aplicação direta ao metaverso enfrenta desafios significativos, especialmente no que diz respeito à formação de contratos virtuais, à publicidade imersiva e à responsabilidade civil por danos digitais.

A ausência de regulamentação específica compromete a segurança jurídica e expõe o consumidor a riscos que vão desde a manipulação comportamental até a violação de sua identidade digital. Como destaca König (2023), “a evolução tecnológica demanda uma nova arquitetura normativa, capaz de acompanhar as transformações sociais e econômicas sem perder de vista os direitos fundamentais”. Nesse sentido, é imperativo que o legislador e os órgãos de defesa do consumidor se mobilizem para construir um marco regulatório que contemple as especificidades dos ambientes imersivos.

Além disso, a pesquisa evidenciou que a vulnerabilidade do consumidor no metaverso é ampliada pela assimetria informacional e pela dificuldade de compreensão dos termos contratuais, como aponta Leite (2023). A proteção da identidade digital, a transparência nas relações comerciais e a responsabilização das plataformas devem ser pilares de qualquer proposta normativa voltada para esse novo cenário.

7203

REFERÊNCIAS

AVELAR, Dayanne. *E-commerce e direito do consumidor: aplicações do CDC em vendas online*. Migalhas, São Paulo, 2024. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/depeso/405269/e-commerce-e-direito-do-consumidor-aplicacoes-do-cdc-em-vendas-online>>. Acesso em: 20 out. 2025.

BRASIL. *Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990*. Código de Defesa do Consumidor. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 12 set. 1990.

CAMARGO, Gustavo Rufino. *Responsabilidade civil no metaverso e a transmissão do direito da personalidade*. Jus Navigandi, Teresina, 2023. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/107149/responsabilidade-civil-no-metaverso-e-a-transmissao-do-direito-da-personalidade>>. Acesso em: 20 out. 2025.

DONEDA, Danilo. Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 118, p. 45–62, 2019.

KONIG, Rubem Bilhalva. *Direito do consumidor e metaverso: implicações jurídicas e desafios*. Empório do Direito, Porto Alegre, 2023. Disponível em: <<https://emporiiododireito.com.br/leitura/direito-do-consumidor-e-metaverso-implicacoes-juridicas-e-desafios>>. Acesso em: 20 out. 2025.

LEITE, Juliana. *Legal Design nas relações de consumo do metaverso*. João Pessoa: Repositório Institucional da UFPB, 2023. Disponível em: <<https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/28619>>. Acesso em: 20 out. 2025.

MONTEIRO, Fabiano. Contratos eletrônicos e o direito do consumidor. *Revista de Direito Civil Contemporâneo*, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 101–120, 2021.

PERES, Cícely de Freitas. *Metaverso e a vulnerabilidade do consumidor: análise do artigo 49 do CDC*. Brasília: Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, 2024. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/17467/1/22000013.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2025.

RIBEIRO, Lucas. O metaverso e os desafios jurídicos da realidade imersiva. *Revista de Direito Digital*, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 77–94, 2024.

SILVA, Ana Paula. Publicidade digital e proteção do consumidor no ambiente virtual. *Revista Brasileira de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 28, n. 4, p. 55–70, 2022.

SOKOLOWSKI, André. *Contratos de consumo digital no metaverso e gamificação: desafios e implicações no direito do consumidor*. Curitiba: Sokolowski Advocacia, 2024. Disponível em: <<https://sokolowski.adv.br/2024/01/23/contratos-de-consumo-digital-no-metaverso-e-gamificacao-desafios-e-implicacoes-no-direito-do-consumidor/>>. Acesso em: 20 out. 2025.

7204

VASCONCELOS, Raquel Lopes. *A interface da responsabilidade civil no metaverso: desafios e perspectivas para a responsabilização no novo mundo virtual*. Lisboa: Universidade Católica Portuguesa, 2025. Disponível em: <<https://repositorio.ucp.pt/entities/publication/9ee3c074-b435-482b-b4be-f94c90346247>>. Acesso em: 20 out. 2025.