

Lucas Sérgio Gonçalves Ramadas

**OS PADRÕES  
OBSCUROS  
“DARK PATTERNS”  
NO E-COMMERCE  
BRASILEIRO**

Uma Arquitetura Maliciosa  
de Rede Aplicada ao Consumo

EDITORA LUMEN JURIS  
RIO DE JANEIRO  
2025

# Sumário

<b>Introdução</b> .....	<b>1</b>
<b>Capítulo 1</b> .....	<b>9</b>
1.1 O início: surgimento dos <i>dark patterns</i> .....	9
1.2 Os <i>Dark Patterns</i> : ótica da pesquisa de Princeton .....	26
1.3. Legislação estrangeira sobre o uso de <i>Dark Patterns</i> : União Europeia, Noruega, Reino Unido e Estados Unidos.....	41
<b>Capítulo 2</b> .....	<b>59</b>
2.1 Aspectos panorâmicos do consumo no Brasil: breve histórico.....	59
2.2 Breves linhas sobre o neurodireito: uma possível relação com os <i>dark patterns</i> e os <i>Leading Cases</i> internacionais envolvendo <i>dark patterns</i> .....	71
2.3. A exploração da vulnerabilidade e da hipervulnerabilidade do consumidor através dos <i>dark patterns</i> .....	81
<b>Capítulo 3</b> .....	<b>95</b>
3.1 Marketing versus <i>Dark Pattern</i> : sedução versus engano? Estudo de caso.....	95

3.2. A Abusividade dos <i>dark patterns</i> e o Direito à Informação no Direito Brasileiro .....	109
3.3 Projetos de Lei e as perspectivas de enfrentamento aos <i>dark patterns</i> .....	120
<b>Considerações Finais.....</b>	<b>129</b>
<b>Posfácio.....</b>	<b>133</b>
<b>Referências.....</b>	<b>137</b>