



DA EXPERIÊNCIA SEM PUBLICIDADE À INSERÇÃO DE ANÚNCIOS: O DESCUMPRIMENTO CONTRATUAL NAS PLATAFORMAS DE STREAMING

FROM AD-FREE EXPERIENCE TO THE INSERTION OF ADVERTISEMENTS: BREACH OF CONTRACT ON STREAMING PLATFORMS

DOI: 10.5281/zenodo.20151650



Andressa Ferreira Nascimento¹

Amanda Micaelle Albuquerque Andrade Pereira Lima²

João Baraldi Neto³

André Luiz de Oliveira Verdi-Brum⁴

Thiago Barisson de Mello Oliveira⁵

Christian Norimitsu Ito⁶

RESUMO

O presente estudo analisa as alterações unilaterais promovidas por plataformas de streaming, especialmente a inclusão de anúncios em planos originalmente contratados sem publicidade, discutindo se tal prática configura descumprimento contratual e violação dos direitos do consumidor. A pesquisa parte da transformação das relações de consumo no ambiente digital e da crescente

1 Discente do Curso de Direito na Afya - Centro Universitário São Lucas de Porto Velho.

2 Discente do Curso de Direito na Afya - Centro Universitário São Lucas de Porto Velho.

3 Professor do Curso de Direito da Afya - Centro Universitário São Lucas de Porto Velho - RO. Mestre em Direito. Doutorando em Direito.

4 Professor do Curso de Direito da Afya - Centro Universitário São Lucas de Porto Velho - RO. Advogado. Especialista em Direito Civil e Processo Civil. Especialista em Direito do Trabalho. Mestre em Psicologia. Doutor em Direito.

5 Professor do Curso de Direito da Afya - Centro Universitário São Lucas de Porto Velho - RO. Mestre em Direito Internacional. Doutor em Direito Público.

6 Professor do Curso de Direito da Afya - Centro Universitário São Lucas de Porto Velho - RO. Mestre em Administração. Doutor em Ciências Jurídicas.





vulnerabilidade do consumidor diante das novas dinâmicas contratuais impostas pelas plataformas tecnológicas. O objetivo central consiste em examinar, à luz do Código de Defesa do Consumidor, da doutrina e da jurisprudência, os impactos jurídicos dessas modificações contratuais, com enfoque nos princípios da boa-fé objetiva, da transparência, da confiança legítima e do equilíbrio contratual. Adota-se metodologia qualitativa, de natureza exploratória, baseada em pesquisa bibliográfica e documental, mediante análise de obras doutrinárias, dispositivos legais e julgados relacionados às alterações unilaterais em contratos digitais de execução continuada. O estudo evidencia, ainda, a ausência de regulamentação normativa específica voltada aos serviços de streaming, destacando o papel da jurisprudência na solução dos conflitos decorrentes dessas relações consumeristas digitais. Os resultados apontam que a inserção superveniente de publicidade em planos originalmente ofertados sem anúncios tende a caracterizar alteração unilateral abusiva e consequente descumprimento contratual, especialmente quando afeta elemento essencial da experiência inicialmente contratada pelo consumidor. Conclui-se pela necessidade de fortalecimento da tutela jurídica do consumidor digital diante das novas dinâmicas econômicas estabelecidas pelas plataformas tecnológicas.

Palavras-chave: streaming; Direito do Consumidor; descumprimento contratual; consumidor digital; alteração unilateral do contrato.

ABSTRACT

This study analyzes the unilateral changes implemented by streaming platforms, especially the insertion of advertisements in subscription plans originally contracted without advertising, discussing whether such practice constitutes breach of contract and violation of consumer rights. The research is grounded on the transformation of consumer relations in the digital environment and on the increasing vulnerability of consumers in light of the new contractual dynamics imposed by technological platforms. The main objective is to examine, in light of the Brazilian Consumer Protection Code, legal doctrine, and case law, the legal impacts of these contractual modifications, focusing on the principles of good faith, transparency, legitimate expectation, and contractual balance. The study adopts a qualitative and exploratory methodology, based on bibliographical and documentary research, through the analysis of doctrinal works, legal provisions, and judicial decisions related to unilateral changes in long-term digital contracts. The research also highlights the absence of specific regulatory provisions concerning streaming services, emphasizing the role of case law in resolving conflicts arising from these digital consumer relationships. The findings indicate that the subsequent insertion of advertisements into plans originally offered without ads tends to constitute an abusive unilateral contractual modification and, consequently, a breach of contract, especially when it affects an essential element of the experience initially contracted by the consumer. The study concludes by emphasizing the need to strengthen the legal protection of digital consumers in light of the new economic dynamics established by technological platforms.

Keywords: streaming; Consumer Law; breach of contract; digital consumer; unilateral contractual modification.





1. INTRODUÇÃO

A expansão das plataformas de streaming transformou significativamente as relações de consumo no ambiente digital, ampliando o acesso a conteúdos audiovisuais mediante modelos contratuais baseados em assinaturas periódicas e serviços continuados. Paralelamente à diversificação dos planos ofertados — com modalidades que incluem ou excluem publicidade — intensificaram-se debates jurídicos relacionados à proteção do consumidor digital, especialmente diante de alterações unilaterais promovidas pelas plataformas após a celebração do contrato.

Nos últimos anos, diversas empresas do setor passaram a inserir anúncios publicitários em planos originalmente comercializados como livres de publicidade, inclusive mediante cobrança adicional para remoção dos anúncios. Tal prática suscita discussões acerca da compatibilidade dessas alterações com os princípios da boa-fé objetiva, da transparência, da confiança legítima e do equilíbrio contratual previstos no Código de Defesa do Consumidor. Nesse contexto, questiona-se se a inclusão superveniente de publicidade em serviços anteriormente ofertados sem anúncios configura alteração unilateral abusiva e consequente descumprimento contratual nas relações de consumo digitais.

A problemática assume especial relevância diante da crescente expansão do mercado de streaming no Brasil e da consolidação das plataformas digitais como agentes econômicos centrais da sociedade contemporânea. A massificação desses serviços expõe milhões de consumidores a práticas contratuais padronizadas, frequentemente marcadas por assimetria informacional, ausência de negociação individual das cláusulas e elevado poder econômico das plataformas. Assim, o descumprimento contratual em serviços digitais não representa mero conflito individual, mas fenômeno coletivo capaz de afetar expressivo contingente de consumidores.

Além disso, a ausência de regulamentação normativa específica acerca da responsabilidade contratual das plataformas de streaming contribui para a ampliação da insegurança jurídica envolvendo essas relações. Embora o Código de Defesa do Consumidor





(Lei n.º 8.078/1990), o Marco Civil da Internet (Lei n.º 12.965/2014) e a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei n.º 13.709/2018) estabeleçam importantes mecanismos de tutela do consumidor digital, tais diplomas não disciplinam expressamente os limites das alterações unilaterais em contratos digitais de execução continuada. Diante dessa lacuna normativa, a jurisprudência passa a desempenhar papel relevante na definição dos parâmetros jurídicos aplicáveis às novas dinâmicas contratuais estabelecidas no ambiente digital.

Nesse cenário, o presente artigo tem como objetivo geral analisar, à luz do Código de Defesa do Consumidor, da doutrina e da jurisprudência, se a inclusão de anúncios em planos de streaming originalmente contratados sem publicidade configura descumprimento contratual e violação aos direitos do consumidor. Especificamente, busca-se: a) examinar a evolução da tutela consumerista no contexto digital e a vulnerabilidade do consumidor contemporâneo; b) analisar as características jurídicas dos contratos digitais e dos serviços de streaming; c) investigar os limites jurídicos das alterações contratuais unilaterais em relações de consumo digitais; e d) avaliar criticamente entendimentos doutrinários e jurisprudenciais relacionados à modificação superveniente das condições originalmente ofertadas pelas plataformas.

A pesquisa adota abordagem qualitativa, de natureza exploratória, utilizando método dedutivo e procedimentos de pesquisa bibliográfica e documental. A análise fundamenta-se em obras doutrinárias relacionadas ao Direito do Consumidor, contratos digitais e plataformas tecnológicas, bem como no exame de dispositivos legais e julgados recentes envolvendo alterações unilaterais em serviços digitais continuados. A seleção jurisprudencial observou critérios de contemporaneidade, pertinência temática e similaridade fática, priorizando decisões relacionadas a modificações supervenientes das condições originalmente contratadas pelos consumidores.

Parte-se da hipótese de que a inclusão de publicidade em planos originalmente ofertados sem anúncios tende a configurar alteração unilateral abusiva do contrato, especialmente quando afeta elemento essencial da experiência contratada pelo consumidor. Sustenta-se que práticas dessa natureza violam princípios estruturantes das relações





consumeristas, notadamente a boa-fé objetiva, a transparência e a proteção da confiança legítima, reforçando a necessidade de fortalecimento da tutela jurídica do consumidor digital.

Por fim, o artigo estrutura-se em três eixos principais. Inicialmente, analisa-se a evolução da tutela consumerista e a vulnerabilidade do consumidor na sociedade digital. Em seguida, examinam-se os contratos digitais e os serviços de streaming, com destaque para suas características jurídicas e modalidades contratuais. Por fim, realiza-se análise crítica de entendimentos jurisprudenciais relacionados à alteração unilateral de contratos digitais, buscando compreender os limites jurídicos da inserção de publicidade em serviços originalmente contratados sem anúncios.

Os autores informam que utilizaram ferramenta de Inteligência Artificial exclusivamente para revisão linguística do manuscrito, mantendo integral responsabilidade pelo conteúdo científico apresentado.

2. A EVOLUÇÃO DO CONSUMIDOR E A RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO NA ERA DIGITAL

Embora as relações de consumo possuam raízes históricas remotas, o conceito jurídico de consumidor consolidou-se mediante a constitucionalização dos direitos fundamentais. Nesse sentido, a figura do consumidor, que era historicamente circunscrita ao direito privado, passa a ser compreendida por uma nova perspectiva.

Conforme Miragem (2024, p. 1):

A esse respeito, o reconhecimento de direitos subjetivos distintos atendeu a diferentes etapas, começando pela tutela de situações específicas – como a proteção do direito dos trabalhadores [...]. O último passo dessa trajetória está na concepção de direitos difusos ou coletivos, em que a determinação dos titulares do direito é relativa, e seus efeitos dizem respeito a todo um grupo ou à coletividade.

Nesse contexto, a evolução dos direitos subjetivos evidencia uma progressiva ampliação do alcance da proteção jurídica, que deixa de se restringir à esfera individual para





abarcam interesses compartilhados por grupos e pela coletividade. A consolidação dos direitos difusos e coletivos demonstra que determinadas violações ultrapassam a dimensão particular do sujeito diretamente atingido, repercutindo sobre uma pluralidade de indivíduos submetidos às mesmas práticas e estruturas de poder econômico. É justamente nessa lógica que se insere a tutela consumerista contemporânea, marcada pela superação de uma concepção estritamente privatista das relações de consumo e pela incorporação de mecanismos voltados à defesa de interesses transindividuais.

Dessa forma, observa-se que a tutela consumerista transcende a solução de conflitos meramente individuais e se estende sobre toda coletividade. Essa perspectiva amplia a proteção, uma vez que não protege apenas o consumidor que adquiriu o produto, mas todos aqueles, que enquanto grupo, estão expostos às práticas comerciais e ao controle dos fornecedores. Constatase, portanto, uma mudança paradigmática: a disciplina, que se encontrava limitada ao plano das relações privadas, projeta-se hoje como uma garantia de interesses transindividuais.

A origem dessa proteção encontra-se no discurso de John F. Kennedy, em 1962, que expôs a necessidade de normas tutelares ao consumidor, consolidando os direitos à segurança, à informação, à escolha e de ser ouvido. Sob essa mesma égide, anos depois, a Comissão das Nações Unidas conferiu força normativa a esses preceitos ao deliberar sobre quatro direitos fundamentais do ser humano na condição de consumidor: o direito à segurança; o direito à informação sobre produtos, serviços e suas condições de venda; o direito à escolha de bens alternativos de qualidade satisfatória a preços razoáveis, e o direito de ser ouvido nos processos de decisão governamental. Esse cenário evidencia que a proteção ao consumidor não nasceu como uma benesse de mercado, mas sim como um imperativo de direitos humanos.

No ordenamento jurídico brasileiro, a proteção ao sujeito vulnerável da relação consumerista deu-se mediante a promulgação da Constituição Federal de 1988, que estabeleceu no artigo 5º, inciso XXXII, o dever do Estado de promover a defesa do consumidor, sendo que o cumprimento desse dispositivo materializou-se com a consolidação





do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990). Nesse contexto, o Código do Consumidor (CDC) define o consumidor em seu artigo 2º sob um critério objetivo: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (BRASIL, 1990, art. 2º).

Todavia essa definição não é pacífica e exige uma leitura analítica que ultrapasse a mera literalidade da lei, conforme defende Silva e Santos (2012, p. 265):

O conceito padrão de consumidor (consumidor *strictu sensu*) encontra-se esculpido no artigo 2º, caput do CDC. Contudo, em face da dificuldade de se precisar o conteúdo e alcance da expressão destinatário final, esculpida no artigo 2º do CDC, desenvolveu relevante divergência doutrinária e jurisprudencial acerca da definição jurídica de consumidor.

Diante da dificuldade de delimitar o alcance da expressão “destinatário final”, a doutrina e jurisprudência evoluíram para a adoção da Teoria Finalista Mitigada. Sob essa perspectiva, o critério deixa de ser exclusivamente econômico e passa a incorporar a análise da vulnerabilidade no caso concreto, permitindo que a tutela consumerista alcance todos os que se encontram em posição de desequilíbrio no mercado. Essa interpretação tem fundamento constitucional: conforme leciona Rizzato Nunes (2025, p. 130) “reconhecer o sujeito como parte mais fraca da relação jurídica de consumo é condição para a atuação do princípio da isonomia, garantido pela Constituição Federal”. É, portanto, a vulnerabilidade, e não apenas o ato de aquisição, o elemento que atrai a proteção especial do sistema consumerista.

A compreensão da vulnerabilidade como critério central da tutela consumerista exige a análise de suas dimensões. Nesse sentido, a doutrina de Bruno Miragem (2024) identifica quatro espécies que estruturam o conceito: vulnerabilidade técnica, jurídica, fática e a informacional.

A vulnerabilidade técnica constitui-se na ideia de que o consumidor carece de conhecimentos especializados sobre o produto ou serviço que adquire, colocando-o em posição de dependência em relação às informações fornecidas pelo fornecedor. A





vulnerabilidade jurídica, por sua vez, manifesta-se na falta de compreensão acerca das consequências jurídicas dos contratos celebrados, especialmente diante da complexidade das cláusulas contratuais de adesão. No que concerne à vulnerabilidade fática, ela é a espécie que abarca outras hipóteses possíveis, sendo comumente utilizada para reconhecer a debilidade do consumidor; é configurada na ausência de meios ou porte econômico que coloque em equilíbrio a posição em relação ao fornecedor. Por fim, a vulnerabilidade informacional revela-se como o déficit de dados ou a incapacidade de processar o imenso fluxo de informações manipuladas pelo fornecedor.

É justamente essa última dimensão que assume maior relevância na sociedade contemporânea. Segundo Marques (2011), essa dimensão agrava-se na sociedade da informação, pois o fornecedor detém o controle sobre o que é revelado ou omitido, utilizando estratégias de convencimento que podem comprometer a autonomia da vontade do consumidor, tornando-o especialmente fragilizado no ambiente digital.

Torna-se imperativo, ainda, distinguir a diferença entre vulnerabilidade e hipossuficiência. Nesse sentido, Miragem (2024, p. 96) esclarece a distinção fundamental entre os institutos:

No caso da hipossuficiência, presente no artigo 6º, VIII, do CDC, a noção aparece como critério de avaliação judicial para a decisão sobre a possibilidade ou não de inversão do ônus da prova em favor do consumidor.

[...]

A noção de vulnerabilidade no direito associa-se à identificação de fraqueza ou debilidade de um dos sujeitos da relação jurídica em razão de determinadas condições ou qualidades que lhe são inerentes ou, ainda, de uma posição de força que pode ser identificada no outro sujeito da relação jurídica.

Posto isso, tem-se por presunção legal que todos os consumidores são considerados vulneráveis, tendo em vista que não possuem o poder de direção da relação do consumo e estão expostos a práticas comerciais abusivas do mercado. Já a hipossuficiência exige constatação de dificuldade real de acesso à prova ou uma disparidade técnica e econômica tamanha que impossibilite a defesa do consumidor, justificando que seus direitos sejam facilitados mediante a inversão do ônus da prova.





Torna-se visível que o instituto da vulnerabilidade evoluiu nos mais diversos estágios das relações de mercado. Esse cenário de assimetria informacional estrutural é justamente o que sustenta o modelo econômico das grandes plataformas digitais, descrito por Nick Srnicek (2018) como capitalismo de plataforma.

Nick Srnicek (2018, p. 13) leciona:

[...] Con una prologanda caída de la rentabilidad de la manufactura, el capitalismo se volcó hacia a los datos como um modo de mantener el crecimiento economico y la vitalidad de cara al inerte sector de la produccion.

[...]

La plataforma emergio como um novo modelo de negocios, capaz de excontraer e controlar uma imensa quantidade de dados, e com essa mudanças temps visto a ascensão de grandes companhias monopolistas. Hoje em dia o capitalismo das economia de alto e meios ingresos está dominando cada vez mais por estas companhias e as dinamicas trazadas [...] sugieren que la tendencia no va a hacer otra cosa que continuar.⁷

Essa lógica aplica-se diretamente ao modelo das plataformas de streaming, que oferecem planos de baixo custo subsidiados pela inserção de publicidade. Verifica-se que a vulnerabilidade digital, caracterizada pela posição de fragilidade do indivíduo frente às novas tecnologias de informação, é uma tendência crescente e muito mais grave, tendo em vista que para além da ausência de contato físico com o produto, o consumidor enfrenta riscos inerentes aos estímulos algorítmicos e ao monitoramento constante. Para Srnicek (2018, p. 48), esse tipo de disposição cria um cenário de dependência tecnológica que vulnerabiliza o consumidor, permitindo que o fornecedor altere unilateralmente as regras da interação, como ocorre na inserção de anúncios, sob o pretexto de gestão da plataforma.

⁷ “[...] Com uma prolongada queda da rentabilidade da manufatura, o capitalismo voltou-se para os dados como uma forma de manter o crescimento econômico e a vitalidade diante da inércia do setor produtivo.

[...] A plataforma emergiu como um novo modelo de negócios, capaz de extrair e controlar uma imensa quantidade de dados, e, com essa mudança, temos visto a ascensão de grandes companhias monopolistas. Atualmente, o capitalismo das economias de alta e média renda é cada vez mais dominado por essas companhias, e as dinâmicas traçadas [...] sugerem que essa tendência não fará outra coisa senão continuar.” Tradução realizada pelos autores.





Infere-se, portanto, que a economia contemporânea transmutou a experiência humana em dados comportamentais, utilizando-os para prever, e fundamentalmente, persuadir as decisões de consumo; esse tipo de fenômeno é conhecido por neuromarketing.

Camargo (2013) conceitua o neuromarketing como parte do processo que atua para entender a preferência do consumidor sobre um determinado produto em detrimento de outro, descobrir novos produtos e até avaliar as campanhas de comunicação.

Contudo, Camargo (2013, p.151) adverte:

Se o neuromarketing for considerado possível ameaça aos indivíduos e à sociedade, ele deve ser acompanhado pela bioética, para que sejam estabelecidos limites e não se deixe que os seres humanos sejam impelidos a nada e que sejam afetados seus direitos fundamentais, que não fiquem desamparados mediante os mandos dos políticos ou aos anseios das grandes corporações.

Sob tal perspectiva, torna-se evidente que a economia de plataforma se sustenta na captura da atenção, subsidiada pelo neuromarketing. Nesse sentido, a alteração das condições do plano sem o consentimento livre e informado do usuário configura uma prática abusiva, uma vez que a vulnerabilidade digital é explorada para impor uma nova realidade contratual em prejuízo do aderente.

Questiona-se, portanto, a validade do consentimento nessas relações, uma vez que a vulnerabilidade digital do usuário é explorada por técnicas que operam abaixo do limiar da consciência, desafiando os princípios da boa-fé objetiva e da transparência contratual, pilares do Código de Defesa do Consumidor.

Posto isso, no consumo digital, a legislação de proteção ao consumidor também é aplicada. Todavia, existem situações que necessitam de uma interpretação adaptada e complementada com outras normas do ordenamento jurídico brasileiro, especialmente com a Lei 12.965/2014 (Marco Civil da Internet) e Lei 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais).

O Marco Civil da Internet estabelece princípios fundamentais para as relações travadas no ambiente digital, entre os quais se destacam a proteção da privacidade, a neutralidade da rede e a responsabilidade dos provedores de aplicações. No que diz respeito às relações de





consumo, o artigo 7º da referida norma assegura ao usuário o direito à não suspensão unilateral de serviços e ao fornecimento de informações claras sobre a coleta e uso de seus dados, disposições que dialogam diretamente com os princípios da transparência e da boa fé objetiva previstos no Código de Defesa do Consumidor.

Por sua vez, a Lei Geral de Proteção de Dados representa o principal instrumento de tutela do consumidor digital no que concerne ao tratamento de dados pessoais, ao estabelecer bases legais para esse tratamento, assegurar o direito à portabilidade e à exclusão.

Embora existam normas que auxiliem na regulação do tema, a legislação brasileira não faz menção expressa à responsabilidade contratual nas relações estabelecidas no ambiente digital. Contudo, essa lacuna não representa um obstáculo à proteção do consumidor digital, uma vez que, conforme demonstrado no capítulo, os entendimentos jurisprudenciais constituem instrumentos de efetividade capazes de permitir que as relações consumeristas sejam tuteladas de forma dinâmica.

Todavia, tendo em vista que o entendimento ainda não se encontra plenamente consolidado, é necessário que a esfera judicial responda de forma cada vez mais adequada às especificidades das relações consumeristas no ambiente digital, especialmente sobre as plataformas de streaming.

3. CONCEITO DA MODALIDADE DE CONTRATO DIGITAL/DE STREAMING COM DOUTRINADORES

De acordo com Patrícia Peck Pinheiro (2026), o avanço da tecnologia e o crescimento da internet transformaram profundamente a forma como as pessoas se relacionam e realizam negócios jurídicos. Atualmente, muitos contratos são feitos por meio de aplicativos, sites e plataformas digitais, o que trouxe mais praticidade para a sociedade, mas também novos desafios para o Direito. Antes, a maioria das contratações aconteciam presencialmente, com assinatura em papel. Hoje, grande parte dessas relações ocorre no ambiente virtual, exigindo que o Direito acompanhe essas mudanças.





Ainda segundo o autor, a transformação digital impactou diretamente as relações jurídicas e econômicas, permitindo que contratos fossem celebrados de maneira rápida e simples, muitas vezes sem a necessidade de encontro presencial entre as partes. Dessa forma, os contratos digitais passaram a fazer parte do cotidiano das pessoas, principalmente em serviços oferecidos online, como compras em sites, assinaturas de plataformas e uso de aplicativos.

Os contratos digitais podem ser entendidos como aqueles realizados por meio eletrônico, em que a manifestação de vontade acontece através da internet. Na maioria das vezes, isso ocorre quando o usuário aceita termos de uso ou condições de serviço dentro de uma plataforma digital. Mesmo sendo algo que parece simples, essa aceitação possui valor jurídico e gera direitos e obrigações para as partes envolvidas.

Segundo o entendimento de Patrícia Peck Pinheiro (2026), a sociedade digital trouxe novas formas de interação entre empresas e consumidores. Muitos serviços passaram a funcionar exclusivamente pela internet, o que fez com que o número de contratos digitais aumentasse de forma significativa. Plataformas de serviços online, aplicativos e sistemas digitais são exemplos de ambientes em que esse tipo de contratação acontece com frequência atualmente.

Grande parte dos contratos realizados na internet são contratos de adesão. Isso significa que o consumidor não participa da elaboração das cláusulas contratuais, apenas aceita as condições previamente definidas pela empresa. Por esse motivo, torna-se essencial que essas informações sejam apresentadas de forma clara e acessível, para que o consumidor saiba exatamente com o que está concordando.

De acordo com a autora, o Direito Digital surge justamente para regular essas relações e garantir que as contratações realizadas no ambiente virtual ocorram de forma segura e equilibrada. A proteção do consumidor, a transparência das informações e a responsabilidade das empresas são pontos fundamentais para que os contratos digitais funcionem corretamente.

Os contratos de trato sucessivo são aqueles em que as obrigações se prolongam no tempo, ocorrendo de forma contínua ou periódica. Esse tipo de contrato é bastante comum em





serviços que envolvem assinaturas ou prestação contínua de serviços, como acontece atualmente em muitos serviços digitais disponíveis na internet.

No ambiente digital esse modelo contratual aparece com bastante frequência. Em muitos casos, o consumidor paga um valor mensal ou periódico para continuar tendo acesso ao serviço, enquanto a empresa mantém a prestação ao longo do tempo. Assim, percebe-se que vários contratos digitais possuem características típicas dos contratos de trato sucessivo.

Conforme explica Bruno Miragem (2024, p. 805), a evolução da tecnologia também trouxe mudanças na forma como os contratos são executados. Hoje, não apenas a celebração dos contratos pode acontecer de forma digital, mas também a execução pode ser realizada automaticamente por meio de sistemas tecnológicos. Vejamos:

Outra transformação recente permitida pela aplicação de tecnologias da informação, e da internet em especial, diz respeito à execução dos contratos, e não apenas sua celebração pode se dar de modo automatizado (ou mediante aceitação virtual do consumidor), senão também a execução, mediante ordens pré determinadas que as partes contratantes definem para que se realizem de modo automático, normalmente por intermédio de software que as viabiliza (Miragem, 2024, p. 805).

A partir desse cenário surgem os chamados contratos inteligentes, também conhecidos como smart contracts. Esses contratos representam uma nova forma de execução contratual, na qual determinadas ações acontecem automaticamente quando certas condições são atendidas.

De acordo com o autor, esse tipo de tecnologia busca padronizar o comportamento das partes e tornar o processo contratual mais eficiente. Além disso, reduz a necessidade de interagir diretamente durante a execução do contrato, já que muitas atividades passam a ser realizadas automaticamente pelos sistemas e suas tecnologias.

Conforme destaca Patrícia Peck Pinheiro (2026), mesmo com todas essas inovações tecnológicas, o Direito continua tendo um papel fundamental na regulação dessas relações. A evolução tecnológica traz benefícios, mas também exige cuidados para garantir que os direitos dos consumidores sejam respeitados e que as empresas atuem de forma responsável.





O Direito digital tem justamente a função de acompanhar essas mudanças trazidas pela tecnologia, buscando criar mecanismos que garantem segurança jurídica nas relações realizadas pela internet. Isso é essencial para que o avanço tecnológico aconteça de forma equilibrada e segura para a sociedade.

Dessa forma, é possível perceber que os contratos na era digital passaram por diversas transformações, tanto em relação a sua celebração como a sua execução. A utilização da internet e de sistemas tecnológicos trouxe novas formas de contratação e também novas maneiras de cumprir as obrigações contratuais.

Sendo assim, observamos que os contratos digitais, os contratos de trato sucessivos e os contratos inteligentes fazem parte de uma mesma realidade, a adaptação do Direito e as transformações tecnológicas que marcam a sociedade atual.

4. ANÁLISES DO DESCUMPRIMENTO CONTRATUAL E VIOLAÇÃO DO DIREITO DO CONSUMIDOR POR MEIO DE ENTENDIMENTO JURISPRUDENCIAL

Embora o assunto seja relativamente recente, a jurisprudência já vem enfrentando conflitos decorrentes das relações de consumo em plataformas digitais, sob o fundamento preponderante dos princípios gerais estabelecidos no Código de Defesa do Consumidor. Todavia, conforme se demonstrará na análise dos casos selecionados, essa abordagem ainda carece de tese jurídica consolidada aplicável especificamente às práticas de alteração unilateral de condições contratuais em serviços de streaming, o que evidencia a lacuna que o presente trabalho se propõe a examinar.

A seleção dos julgados analisados no presente trabalho obedeceu a critérios metodológicos que garantem representatividade e coerência analítica. Primeiramente, buscou-se a diversidade regional, sendo decisões oriundas de Tribunais de Justiça de estados distintos, o que permite verificar se há uniformidade ou discrepância no tratamento da matéria entre diferentes cortes estaduais. Outro ponto é que foi adotado o critério de proximidade temporal,





priorizando julgados proferidos entre 2024 e 2025, sendo períodos imediatamente posteriores à implementação massiva das políticas de inserção de anúncios e restrição de compartilhamento pelas plataformas de streaming. Por fim, observou a similaridade fática entre os casos, selecionando aqueles que envolvem direta ou indiretamente, alterações unilaterais de condições contratuais em serviços de execução contínua, mesmo não exclusivamente relacionados a serviços de streaming.

A metodologia empregada é qualitativa e exploratória, sendo os julgados analisados da seguinte forma, síntese fática, fundamentos jurídicos adotados, resultado e posicionamento crítico. O último visa identificar convergências, divergências e lacunas argumentativas entre as decisões examinadas.

4.1 Julgado do REsp 1817576/RS e sua aplicação aos serviços de streaming

Diante da ausência de um precedente vinculante específico destinado à análise das problemáticas das plataformas de vídeo por assinatura, a solução jurídica dá-se mediante a análise do Recurso Especial n.1817576/RS, tendo em vista que trata-se de um julgado de serviços de execução continuada, caracterizado nos contratos de streamings.

No entendimento consolidado pelo Superior Tribunal de Justiça, de relatoria do Ministro Paulo de Tarso Sanseverino, firmou-se que a conduta de migrar para plano ou agregar serviço de terceiros sem anuência expressa fere o núcleo protetivo do art. 51, inciso XIII, do CDC.

Vejamos:

2. Nos termos do art. 51, inciso XIII, do Código de Defesa do Consumidor: "São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: [...] autorizem o fornecedor a modificar unilateralmente o conteúdo ou a qualidade do contrato, após sua celebração".
3. Caso concreto em que a operadora migrou a consumidora para um plano promocional que previa o fornecimento de aplicativos digitais e serviços de terceiros na modalidade de jogos virtuais.
4. Abusividade da prática comercial da operadora de agregar unilateralmente serviços ao plano de telefonia, ainda que sob a aparência de gratuidade, pois a abusividade prevista no art. 51, inciso XIII, do CDC, prescinde de modificação do





preço do serviço ou produto. Doutrina e jurisprudência sobre o tema (BRASIL, 2019).

Ademais, Ministro Relator Tarso Sanseverino, acrescentou nos votos:

[...]

Esse cuidado do legislador, de separar alteração do preço da alteração do conteúdo do contrato, teve como escopo realçar que a proteção do consumidor contra a alteração do conteúdo do contrato é independente da alteração do preço.

De outra parte, é certo que a prática contratual adotada pela operadora de telefonia móvel é flagrantemente abusiva, na medida em que configura alteração unilateral e substancial do contrato, prática vedada pelo Código de Defesa do Consumidor, sendo nula de pleno direito a cláusula contratual que eventualmente a autorize (BRASIL, 2019).

Posto isso, é perceptível observar a correlação das problemáticas que ocorrem nos serviços de streaming. Nesse sentido, uma vez que as operadoras de telefonia mantêm com seus assinantes contratos de trato sucessivo em que a qualidade e o conteúdo do pacote são definidos na adesão inicial, as plataformas de streaming estabelecem vínculos continuados em que as características do serviço, como a ausência de publicidade, catálogo disponível, limite de dispositivos simultâneos constituem o núcleo da prestação acordada. A alteração superveniente de qualquer dessas características, sem anuência do assinante, reproduz em essência a conduta censurada pelo STJ no REsp 1.817.576/RS.

4.2 A jurisprudência estadual e análise crítica a partir do estudo de casos apresentados

No âmbito do Tribunal de Justiça da Bahia, o processo n.º 0019431-85.2025.8.05.0080 evidencia o crescente movimento de judicialização envolvendo plataformas digitais e possíveis alterações unilaterais em serviços de streaming. Embora as informações públicas disponíveis sobre o caso sejam limitadas, verifica-se tratar de demanda relacionada à prestação de serviços digitais e à alegação de violação das condições originalmente contratadas pelo consumidor. Ainda que não tenha sido possível acessar integralmente os fundamentos adotados pelo juízo, observa-se que controvérsias dessa natureza normalmente





são analisadas sob a ótica dos arts. 6º, III, 30, 35 e 51 do Código de Defesa do Consumidor, especialmente em razão do dever de informação, da vinculação da oferta e da vedação de cláusulas abusivas. A limitação de acesso ao inteiro teor da decisão revela, inclusive, uma dificuldade metodológica relevante nas pesquisas jurisprudenciais sobre demandas digitais recentes, sobretudo em juizados especiais, nos quais muitos julgados permanecem sem ampla publicidade.

Já no processo n.º 0206088-81.2025.8.05.0001, também do Tribunal de Justiça da Bahia, verifica-se enfrentamento mais direto da problemática da inclusão de anúncios em plataformas de streaming. Na hipótese, a parte autora alegou ser assinante do serviço Prime Video e sustentou que a plataforma passou a inserir anúncios publicitários antes e durante a reprodução dos conteúdos, apesar de o plano originalmente contratado não prever publicidade. Além disso, foi instituída cobrança adicional para retirada dos anúncios, circunstância que levou o consumidor a ajuizar ação alegando alteração unilateral abusiva do contrato e violação da oferta originalmente disponibilizada.

A decisão, proferida de forma monocrática no âmbito do Juizado Especial do Consumidor, fundamentou-se principalmente nos princípios da boa-fé objetiva, da transparência e da vinculação da oferta, previstos no Código de Defesa do Consumidor. O juízo entendeu que a inclusão posterior de publicidade alterou elemento essencial do serviço contratado, descaracterizando a legítima expectativa do consumidor quanto à experiência originalmente ofertada pela plataforma. Em razão disso, a demanda foi julgada procedente, determinando-se a retirada dos anúncios sem cobrança adicional, além da condenação da empresa ao pagamento de indenização por danos morais no valor de R\$ 3.000,00.

O referido caso apresenta significativa relevância para a discussão proposta neste estudo, pois o magistrado enfrentou diretamente a questão da alteração unilateral contratual em ambiente digital. Ainda que a empresa tenha alegado ter realizado comunicação prévia aos assinantes, a decisão reconheceu que a mera notificação não possui o condão de legitimar modificação substancial do objeto contratual, especialmente quando a alteração compromete característica essencial do serviço contratado. Contudo, percebe-se certa limitação no





aprofundamento teórico acerca da natureza jurídica dos contratos digitais de streaming e da dimensão coletiva da prática adotada pela plataforma, uma vez que a análise permaneceu concentrada predominantemente na esfera individual da relação de consumo.

No Tribunal de Justiça de Minas Gerais, o processo n.º 5003082-06.2025.8.13.027 também demonstra a expansão das controvérsias relacionadas às plataformas digitais e às alterações contratuais unilaterais. Entretanto, não foi possível localizar integralmente os dados processuais e os fundamentos da decisão, o que evidencia uma dificuldade recorrente na sistematização da jurisprudência envolvendo serviços digitais. Ainda assim, o simples surgimento de demandas dessa natureza em diferentes tribunais estaduais revela que o problema ultrapassa situações isoladas, consolidando-se como uma nova categoria de conflitos consumeristas decorrentes da economia digital.

Situação semelhante pode ser observada no Tribunal de Justiça do Paraná, no processo n.º 0007398-49.2025.8.16.0018, da comarca de Maringá. Embora as informações disponíveis sejam reduzidas, o caso demonstra a ampliação nacional da litigiosidade envolvendo plataformas de streaming e alterações supervenientes das condições inicialmente contratadas pelos consumidores. A multiplicação dessas demandas evidencia não apenas a vulnerabilidade do consumidor digital diante do poder econômico das grandes plataformas, mas também a insuficiência de regulamentação específica sobre contratos digitais continuados, o que faz com que o Poder Judiciário assuma papel central na definição dos limites jurídicos das alterações unilaterais realizadas por fornecedores de serviços digitais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar, à luz do Código de Defesa do Consumidor, da doutrina e da jurisprudência, se a inclusão de anúncios em planos de streaming originalmente contratados sem publicidade configura descumprimento contratual e violação aos direitos do consumidor. A partir da investigação realizada, constatou-se que as plataformas digitais vêm promovendo alterações unilaterais nas condições inicialmente





ofertadas aos usuários, especialmente mediante a inserção superveniente de publicidade em serviços anteriormente livres de anúncios, circunstância que tem intensificado a judicialização das relações de consumo no ambiente digital.

A pesquisa demonstrou que o consumidor contemporâneo ocupa posição de acentuada vulnerabilidade diante das grandes plataformas digitais, sobretudo em razão da assimetria informacional, da complexidade dos contratos de adesão eletrônicos e do elevado poder econômico exercido pelas empresas de streaming. Nesse contexto, embora os contratos digitais sejam marcados por maior dinamismo e flexibilidade, permanecem integralmente submetidos aos princípios estruturantes do sistema consumerista, especialmente à boa-fé objetiva, à transparência, à confiança legítima e ao equilíbrio contratual.

Verificou-se, ainda, que a inclusão de publicidade em planos originalmente ofertados sem anúncios tende a configurar alteração unilateral abusiva do contrato, uma vez que modifica elemento essencial da prestação inicialmente disponibilizada ao consumidor. A experiência livre de publicidade não constitui aspecto meramente acessório do serviço, mas característica determinante da contratação, diretamente vinculada à legítima expectativa criada pela oferta e pela própria dinâmica concorrencial das plataformas digitais.

A análise jurisprudencial realizada permitiu identificar tendência progressiva do Poder Judiciário brasileiro no reconhecimento da abusividade dessas práticas, especialmente quando as alterações promovidas pelas plataformas afetam substancialmente a experiência originalmente contratada. As decisões examinadas evidenciam que a simples comunicação prévia ao consumidor não possui, por si só, aptidão para legitimar modificações unilaterais que atinjam o núcleo essencial do contrato, sobretudo diante da inexistência de efetiva possibilidade de negociação individual ou preservação das condições originalmente pactuadas.

Além disso, constatou-se que a ausência de regulamentação específica voltada aos serviços de streaming contribui para a ampliação da insegurança jurídica nas relações de consumo digitais. Embora o Código de Defesa do Consumidor, o Marco Civil da Internet e a Lei Geral de Proteção de Dados forneçam relevantes mecanismos protetivos, permanecem





lacunas normativas relacionadas aos limites das alterações unilaterais em contratos digitais de execução continuada. Nesse cenário, a jurisprudência assume papel central na concretização da tutela do consumidor digital e na contenção de práticas potencialmente abusivas promovidas pelas plataformas tecnológicas.

Desse modo, conclui-se que o objetivo da pesquisa foi alcançado, na medida em que se demonstrou que a inclusão de anúncios em planos de streaming originalmente contratados sem publicidade configura, em regra, descumprimento contratual e prática incompatível com os direitos assegurados ao consumidor pelo ordenamento jurídico brasileiro. A alteração unilateral da oferta viola a legítima expectativa do consumidor e compromete princípios fundamentais das relações consumeristas, especialmente a boa-fé objetiva, a transparência e o equilíbrio contratual.

Por fim, evidencia-se a necessidade de fortalecimento da proteção jurídica do consumidor digital, mediante interpretação sistemática das normas consumeristas e eventual aprimoramento regulatório voltado às plataformas digitais e aos contratos eletrônicos continuados. A crescente expansão da economia de plataformas impõe ao Direito o desafio de construir respostas jurídicas capazes de equilibrar inovação tecnológica, liberdade econômica e efetiva proteção dos consumidores no ambiente virtual.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: maio 2026.

BRASIL. Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: maio 2026.

BRASIL. Lei n.º 12.965, de 23 de abril de 2014. **Marco Civil da Internet**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Diário Oficial da

Revista OWL Journal, Campina Grande - PB, v.4 n.5 (2026) - ISSN 2965-2634

A Revista OWL Journal está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição (CC BY)





União: Brasília, DF, 24 abr. 2014. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: maio 2026.

BRASIL. Lei n.º 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 15 ago. 2018. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: maio 2026.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n.º 1.817.576/RS**. Relator: Ministro Paulo de Tarso Sanseverino. Terceira Turma. Julgado em: 10 set. 2019. Diário da Justiça Eletrônico, Brasília, DF, 13 set. 2019.

CAMARGO, Pedro Celso Julião de. **Neuromarketing: a nova pesquisa de comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: Atlas, 2013. E-book. p. 151. ISBN 9788522476961.

Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522476961/>.

Acesso em: 12 mar. 2026.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. v. 1. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2023.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2024. E-book. p. 805. ISBN 9786559648856. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559648856/>. Acesso em: 26 mar. 2026.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 16. ed. Rio de Janeiro: SRV, 2024. E-book. p. 129. ISBN 9788553625987. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553625987/>. Acesso em: 9 mar. 2026.

PINHEIRO, Patrícia P. **Direito Digital**. 8. ed. Rio de Janeiro: SRV, 2026. E-book. p. 277. ISBN 9786553624979. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786553624979/>. Acesso em: 26 mar. 2026.



REVISTA OWL (*OWL Journal*)

www.revistaowl.com.br – ISSN: 2965-2634



SILVA, E. L. da; MENEZES, E. M. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. Florianópolis: UFSC, 2005.

SRNICEK, Nick. **Capitalismo de plataforma**. Tradução de Aldo Giacometti. Buenos Aires: Caja Negra, 2018.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DA BAHIA. **Processo n.º 0019431-85.2025.8.05.0080**. Salvador, 2025.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DA BAHIA. **Processo n.º 0206088-81.2025.8.05.0001**. Salvador, 2025.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE MINAS GERAIS. **Processo n.º 5003082-06.2025.8.13.027**. Belo Horizonte, 2025.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARANÁ. **Processo n.º 0007398-49.2025.8.16.0018**. Maringá, 2025.

Revista *OWL Journal*, Campina Grande - PB, v.4 n.5 (2026) - ISSN 2965-2634

A Revista *OWL Journal* está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição (CC BY)

