

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

Geodiscriminação digital e direitos fundamentais no consumo algorítmico: análise comparada entre Brasil e União Europeia

Digital Geodiscrimination and Fundamental Rights in Algorithmic Consumption: a Brazil–EU Comparative Analysis

Geodiscriminación digital y derechos fundamentales en el consumo algorítmico: análisis comparado Brasil–UE

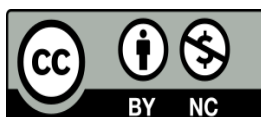
Pablo Martins Bernardi Coelho 
pablo.coelho@uemg.br

Universidade del Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, Brasil

Diana Georges Freiha 
diageo210@gmail.com

Universidade del Estado de Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

RESUMO Este artigo analisa criticamente as práticas de *geo-pricing* e *geo-bloking* a partir de seus impactos sobre os direitos fundamentais, a proteção do consumidor e a regulação digital, com enfoque comparado entre Brasil e União Europeia. Utiliza-se abordagem qualitativa, de cunho jurídico-dogmático e comparado, com análise de marcos normativos, jurisprudências e referências doutrinárias. Os resultados evidenciam que, embora o ordenamento brasileiro disponha de princípios capazes de coibir práticas abusivas, persistem lacunas regulatórias e ausência de resposta institucional articulada para enfrentar a geodiscriminação digital. Em contraste, a União Europeia apresenta um modelo mais estruturado, especialmente com o Regulamento (UE) 2018/302 e com a jurisprudência do Tribunal de Justiça da União Europeia, que estabelecem



Este trabajo está sujeto a una licencia de Atribución-NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0).

parâmetros objetivos de vedação à discriminação territorial injustificada. A partir dessa análise comparada, o estudo propõe a incorporação legislativa da vedação à geodiscriminação, o fortalecimento de órgãos reguladores e a promoção de litigância estratégica, à luz dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030.

PALAVRAS-CHAVE Direitos fundamentais; *geo-blocking*; *geo-pricing*; proteção do consumidor; regulação digital comparada.

ABSTRACT This article critically analyzes *geo-pricing and geo-blocking* practices based on their impacts on fundamental rights, consumer protection, and digital regulation, with a comparative focus between Brazil and the European Union. It adopts a qualitative approach of a legal-dogmatic and comparative nature, with analysis of normative frameworks, case law, and scholarly references. The results show that, although the Brazilian legal system contains principles capable of curbing abusive practices, regulatory gaps and the absence of an articulated institutional response to confront digital geodiscrimination still persist. In contrast, the European Union presents a more structured model, especially through Regulation (EU) 2018/302 and the case law of the Court of Justice of the European Union, which establish objective parameters for prohibiting unjustified territorial discrimination. Based on this comparative analysis, the study proposes the legislative incorporation of the prohibition of geodiscrimination, the strengthening of regulatory authorities, and the promotion of strategic litigation, in light of the Sustainable Development Goals of the 2030 Agenda.

KEYWORDS Comparative digital regulation; consumer protection; fundamental rights; *geo-blocking*; *geo-pricing*.

RESUMEN Este artículo analiza críticamente las prácticas de *geo-pricing* y *geo-blocking* a partir de sus impactos sobre los derechos fundamentales, la protección del consumidor y la regulación digital, con un enfoque comparado entre Brasil y la Unión Europea. Se emplea una metodología cualitativa, de carácter jurídico-dogmático y comparado, con análisis de marcos normativos, jurisprudencia y referencias doctrinarias. Los resultados evidencian que, aunque el ordenamiento jurídico brasileño dispone de principios capaces de cohibir prácticas abusivas, persisten lagunas regulatorias y la ausencia de una respuesta institucional articulada para enfrentar la geodiscriminación digital. En contraste, la Unión Europea presenta un modelo más estructurado, especialmente

a partir del Reglamento (UE) 2018/302 y de la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, que establecen parámetros objetivos para la prohibición de la discriminación territorial injustificada. A partir de este análisis comparado, el estudio propone la incorporación legislativa de la prohibición de la geodiscriminación, el fortalecimiento de los órganos reguladores y la promoción de la litigación estratégica, a la luz de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.

PALABRAS CLAVE Derechos fundamentales; geo-blocking; *geo-pricing*; *protección* del consumidor; regulación digital comparada.

1. Introdução

A digitalização das relações de consumo tem remodelado profundamente a organização dos mercados e as estratégias de oferta de bens e serviços, especialmente no ambiente do comércio eletrônico. Nesse contexto, a utilização de tecnologias de coleta e tratamento automatizado de dados permitiu o desenvolvimento de práticas de segmentação baseadas na localização geográfica dos consumidores, dentre as quais se destacam o *geo-pricing* e o *geo-blocking*. O *geo-pricing* consiste na diferenciação de preços a partir da localização do usuário, enquanto o *geo-blocking* se caracteriza pela restrição ou limitação de acesso a bens e serviços em razão de critérios territoriais.

Embora frequentemente justificadas como estratégias logísticas, comerciais ou de adequação regulatória, tais práticas suscitam relevantes questões jurídicas, sobretudo no campo da proteção do consumidor, dos direitos fundamentais e da regulação do mercado digital. A diferenciação de tratamento entre consumidores com base em dados geográficos desafia princípios estruturantes das relações de consumo, como a transparência, a boa-fé objetiva e a igualdade material, além de suscitar questionamentos sobre a autodeterminação informacional dos indivíduos em ambientes mediados por algoritmos.

Neste artigo, a autodeterminação informacional é utilizada como categoria analítica relacionada à capacidade do titular de compreender, controlar e contestar o tratamento de seus dados pessoais, especialmente quando esses dados são empregados em decisões automatizadas de precificação, segmentação de ofertas ou restrição de acesso a bens e serviços. No ordenamento jurídico brasileiro, essa categoria encontra fundamento na proteção constitucional da dignidade da pessoa humana, da intimidade, da vida privada e dos dados pessoais, bem como nos princípios da Lei Geral de Proteção de Dados, notadamente finalidade, adequação, necessidade, transparência, não discriminação e responsabilização. Reconhece-se, contudo, que sua configuração como direito fundamental autônomo ainda comporta debate dogmático, razão pela qual a expressão é empregada, neste estudo, como parâmetro interpretativo para ava-

liar os impactos das práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking* sobre a liberdade de escolha e a igualdade material do consumidor digital.

No ordenamento jurídico brasileiro, essas práticas se desenvolvem em um cenário de ausência de regulação específica. Embora o Código de Defesa do Consumidor¹, o Marco Civil da Internet² e a Lei Geral de Proteção de Dados³ contenham princípios e dispositivos aptos a coibir práticas abusivas e discriminatórias, não há disciplina normativa direta voltada ao enfrentamento do *geo-pricing* e do *geo-blocking*. Essa lacuna normativa contribui para a persistência de assimetrias informacionais e dificulta a atuação preventiva dos órgãos de proteção do consumidor e do sistema de justiça.

Em contraste, a União Europeia adotou uma abordagem normativa específica com a edição do Regulamento (UE) 2018/302⁴, que veda o bloqueio geográfico injustificado e a discriminação de consumidores com base em critérios territoriais no mercado interno europeu. Importa ressaltar, contudo, que a referência à experiência europeia não implica qualquer pretensão de vinculação normativa, harmonização legislativa ou hierarquização entre ordenamentos jurídicos distintos. Em respeito ao princípio da soberania nacional, a comparação desenvolvida neste estudo possui caráter analítico e crítico, funcionando como instrumento heurístico para identificação de soluções regulatórias e limites institucionais, sem qualquer pretensão de transplante automático de modelos estrangeiros.

Diante desse cenário, a presente pesquisa parte da seguinte indagação: em que medida as práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking* tensionam os direitos do consumidor e os princípios constitucionais da igualdade e da dignidade da pessoa humana no Brasil, e de que forma experiências normativas estrangeiras podem contribuir, no plano analítico, para o debate regulatório nacional?

Parte-se da hipótese de que a utilização de critérios geográficos para segmentação de preços e acesso a bens e serviços aprofunda desigualdades econômicas e informacionais, especialmente em contextos marcados por assimetrias regionais, como o brasileiro. Sustenta-se, ainda, que a inexistência de disciplina normativa específica amplia a margem de discricionariedade das plataformas digitais, reforçando a necessidade de interpretação sistemática dos princípios constitucionais e consumeristas, bem como do desenvolvimento jurisprudencial.

O objetivo geral do artigo é analisar criticamente os impactos jurídicos das práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking* nas relações de consumo brasileiras, à luz do direito constitucional, do direito do consumidor e da proteção de dados pessoais, utilizando a análise comparada como ferramenta metodológica auxiliar. Busca-se, ao final, con-

1. Lei 8.078, de 1990.

2. Lei 12.965, de 2014.

3. Lei 13.709, de 2018.

4. UNIÃO EUROPEIA (2018).

tribuir para a reflexão sobre possíveis diretrizes normativas e institucionais compatíveis com o ordenamento jurídico brasileiro e com os compromissos assumidos pelo país no âmbito da Agenda 2030 das Nações Unidas.

O artigo está estruturado da seguinte forma: a seção 1 apresenta a introdução e contextualização do tema; a seção 2 descreve a metodologia utilizada; a seção 3 expõe a fundamentação teórica sobre *geo-pricing* e *geo-blocking*; a seção 4 analisa o marco normativo brasileiro; a seção 5 discute os impactos dessas práticas nos direitos fundamentais e nas relações de consumo; a seção 6 realiza uma análise comparada com o modelo regulatório da União Europeia; a seção 7 apresenta a análise jurisprudencial comparada; a seção 8 vincula a discussão aos compromissos da Agenda 2030; a seção 9 propõe diretrizes normativas e institucionais; e a seção 10 apresenta as considerações finais.

2. Metodologia

O artigo adota abordagem qualitativa, de natureza jurídico-dogmática, com emprego complementar da análise comparada e jurisprudencial. O desenho metodológico foi estruturado a partir de três eixos principais: a análise normativa, a análise jurisprudencial e a interpretação doutrinária, articuladas de modo a permitir uma compreensão sistemática das práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking* no contexto brasileiro.

A análise comparada é utilizada como instrumento metodológico auxiliar, com finalidade analítica e não vinculante. Parte-se do pressuposto de que ordenamentos jurídicos distintos operam a partir de contextos institucionais, econômicos e sociológicos próprios, não havendo qualquer relação de hierarquia normativa entre eles. Assim, a experiência da União Europeia é mobilizada exclusivamente como referência crítica, capaz de iluminar alternativas regulatórias e evidenciar limites e possibilidades do sistema jurídico brasileiro, sem qualquer pretensão de harmonização ou transposição normativa.

No plano normativo, procedeu-se ao exame sistemático da Constituição Federal, do Código de Defesa do Consumidor, da Lei Geral de Proteção de Dados e do Marco Civil da Internet, com foco nos princípios da igualdade, da transparência, da boa-fé objetiva, da proteção do consumidor e da não discriminação. No âmbito europeu, foram analisados o Regulamento (UE) 2018/302 e o Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD), exclusivamente para fins comparativos e analíticos.

A análise jurisprudencial concentrou-se em decisões selecionadas com base em critérios de relevância temática, impacto interpretativo e potencial de generalização. No caso brasileiro, priorizaram-se julgados do Superior Tribunal de Justiça e manifestações do Conselho Administrativo de Defesa Econômica relacionados à opacidade contratual, discriminação nas relações de consumo e uso estratégico de dados. No contexto europeu, foram considerados acórdãos do Tribunal de Justiça da União

Europeia e documentos institucionais pertinentes à aplicação do Regulamento (UE) 2018/302.

Do ponto de vista teórico, a pesquisa dialoga com contribuições da teoria crítica do direito, da ética algorítmica e da economia política da informação, a partir de autores que problematizam a opacidade dos sistemas automatizados, a assimetria informacional e a vulnerabilidade do consumidor no ambiente digital. Esses referenciais são utilizados como suporte interpretativo, sem prejuízo da centralidade da dogmática jurídica na construção das conclusões do estudo.

A opção por essa estratégia metodológica permite integrar análise normativa, jurisprudencial e teórica, evitando tanto o isolamento da comparação em uma única seção quanto a diluição acrítica de modelos estrangeiros. Dessa forma, a análise comparada permeia o trabalho de modo transversal, sendo sistematizada em seção própria apenas para fins de organização expositiva, em consonância com as exigências de rigor acadêmico e clareza metodológica.

3. Fundamentação teórica: *geo-pricing*, *geo-blocking* e a lógica da discriminação algorítmica

A digitalização do mercado de consumo, impulsionada por tecnologias de rastreamento comportamental e coleta massiva de dados, inaugurou uma distinta era de personalização no comércio eletrônico. O uso de cookies, *fingerprints* digitais e algoritmos de análise preditiva permite que empresas colem informações relevantes, abrangendo localização geográfica, tipo de dispositivo, histórico de consumo e até mesmo renda inferida dos usuários.

Com base nesses dados, práticas associadas ao *geo-pricing* e ao *geo-blocking* passaram a ser implementadas de maneira progressivamente automatizada ao usuário. O *geo-pricing* caracteriza-se pela diferenciação de preços com base na localização do consumidor, sendo possível, por exemplo, que dois usuários visualizem valores distintos para o mesmo produto dependendo de sua geolocalização, perfil de consumo ou renda inferida. Já o *geo-blocking* se refere à limitação do acesso a bens e serviços digitais com base no local de residência ou conexão do usuário.

Nesse contexto, segundo descreve Maria Luiza Targa⁵, observa-se a manifestação de uma discriminação geográfica digital, expressão que define a prática de segmentar o mercado com base em critérios territoriais e socioeconômicos. De acordo com Targa,

5. TARGA (2023) pp. 110-112.

a discriminação de preços configura-se quando um mesmo produto ou serviço é oferecido por valores diferentes a determinados consumidores, ao passo que a discriminação de ofertas se caracteriza pela distinção das condições de oferta ou pelo não oferecimento de certos bens ou serviços a grupos específicos de consumidores. Serão consideradas práticas geodiscriminatórias quando o fundamento utilizado para justificar o tratamento distintivo for a localização geográfica do consumidor: a variação de preços caracteriza a *geopricing*, e a distinção nas condições de oferta ou seu bloqueio (impossibilidade de visualização) a determinados usuários configura o *geoblocking*⁶.

Exemplificando esse fenômeno, em 2017, a plataforma de viagens booking.com impediu que uma pessoa residente na Turquia visualizasse as ofertas disponíveis no próprio território. Tal conduta violava princípios jurídicos, notadamente a igualdade de acesso à informação e de liberdade de escolha, criando barreiras de mercado baseadas diretamente na geolocalização do consumidor⁷.

Tais mecanismos não se limitam a uma questão de mercado, mas revelam a existência de estruturas algorítmicas pouco transparentes, que, longe de promoverem a democratização do consumo, podem reforçar desigualdades já existentes. Essa crítica dialoga com a teoria do capitalismo de vigilância, desenvolvida por Shoshana Zuboff⁸, e é reforçada pela análise de Stucke e Ezrachi⁹, que destacam os efeitos da competição algorítmica intensificada e da manipulação algorítmica sobre consumidores em situação de vulnerabilidade.

Conforme aponta Shoshana Zuboff, os dados pessoais deixaram de ser coletados apenas para aprimorar serviços, passando a constituir matéria-prima para mercados comportamentais futuros. Nas palavras da autora, “os dados comportamentais estão disponíveis para além de melhorias nos serviços; eles se tornaram matéria-prima para mercados comportamentais futuros”¹⁰. O que antes se entendia na condição de aprimoramento na qualidade de busca, hoje se compreende sob a forma de direcionamento da publicidade de acordo com o perfil do usuário. Nesse sentido, segundo Shoshana Zuboff

6. TARGA (2023) p. 110.

7. CONSUMIDOR MODERNO (s.f) s. p.

8. ZUBOFF (2021) pp. 123-125.

9. STUCKE e EZRACHI (2020) pp. 73 y 74.

10. ZUBOFF (2021) p. 93.

[e]sses dados comportamentais disponíveis para usos além de melhorias nos serviços constituíam um superávit, e foi na força desse superávit comportamental que a jovem companhia encontraria a solução para “lucro constante e exponencial”, que seria necessário para a sobrevivência. Graças à percepção de estado de emergência, uma nova mutação começou a ganhar forma e se esgueirou, tomando o contrato social implícito orientado para a proteção da relação original da companhia com seus usuários¹¹.

No contexto digital, portanto, os algoritmos deixam de ser ferramentas meramente instrumentais e passam a atuar enquanto mecanismos de controle mercadológico, promovendo distinções pouco explícitas entre consumidores. O uso da tecnologia de *fingerprint*, em especial, permite que empresas identifiquem o dispositivo, localização e padrão de acesso de determinado usuário e, a partir disso, determinem um preço “sob medida”¹².

Essa forma de precificação personalizada encontra respaldo na teoria econômica na modalidade de discriminação de preços de terceiro grau, caracterizada pela diferenciação de preços entre grupos de consumidores com base em características observáveis ou inferidas, incluindo localização, perfil de consumo ou tipo de dispositivo utilizado. Todavia, ao ser baseada em dados pessoais e perfis algorítmicos, essa prática viola princípios fundamentais das relações de consumo, notadamente a igualdade de tratamento, a transparência, a boa-fé objetiva e a função social do contrato. Nesse sentido, Solove e Citron¹³ reforçam que danos à privacidade não se limitam à divulgação indevida de dados, mas incluem efeitos discriminatórios e erosão da autodeterminação informacional em decisões automatizadas.

Adicionalmente, destaca-se o uso de score de crédito automatizado, frequentemente estruturados a partir de técnicas estatísticas e de tratamento de dados pessoais para classificar consumidores segundo critérios de risco, histórico de adimplemento, perfil econômico e probabilidade de inadimplência. No ordenamento brasileiro, essa matéria não pode ser analisada apenas à luz da LGPD, pois a Lei nº 12.414/2011 disciplina a formação e a consulta a bancos de dados com informações de adimplemento, destinados à composição de histórico de crédito de pessoas naturais e jurídicas. Esse regime normativo demonstra que a classificação automatizada de consumidores possui tratamento jurídico próprio, especialmente em razão de seus efeitos sobre acesso ao crédito, condições contratuais e oportunidades econômicas.

11. ZUBOFF (2021) p. 93.

12. INCOGNIA (s. d.) s. p.

13. SOLOVE e CITRON (2022) p. 815.

Ainda assim, quando tais sistemas se valem de tratamento automatizado de dados pessoais, permanece aplicável o artigo 20 da LGPD, que assegura ao titular o direito de solicitar a revisão de decisões tomadas unicamente com base em tratamento automatizado que afetem seus interesses, inclusive decisões destinadas a definir perfil pessoal, profissional, de consumo e de crédito. Além disso, o §3º do mesmo artigo autoriza a Autoridade Nacional de Proteção de Dados a realizar auditoria para verificar aspectos discriminatórios em tratamento automatizado de dados pessoais, reforçando a necessidade de controle institucional sobre modelos de score e demais mecanismos algorítmicos de classificação. A articulação entre a Lei nº 12.414/2011 e a LGPD revela, portanto, que o problema jurídico não está apenas na existência de modelos estatísticos de classificação, mas na opacidade dos critérios utilizados, na possibilidade de reprodução de vieses discriminatórios e na dificuldade de contestação efetiva pelo consumidor.

Em aprofundamento crítico, Solove e Citron¹⁴ observam que o principal risco à privacidade no contexto digital está na opacidade dos sistemas que moldam o comportamento dos indivíduos sem que estes compreendam plenamente seus critérios de funcionamento. Essa opacidade, segundo o autor, não resulta apenas de atos isolados de coleta de dados, mas da formação de redes complexas de processamento de informações, cujos fluxos decisórios permanecem inacessíveis aos titulares dos dados.

Julie Cohen¹⁵, igualmente, contribui para essa compreensão ao descrever a personalização extrema como a criação de uma “arquitetura da exclusão”, na qual os ambientes digitais são moldados prioritariamente por interesses comerciais, e não pela autonomia do usuário. A autora sustenta que “os ambientes em rede tendem a canalizar comportamentos de forma previsível, limitando a liberdade de escolhas e a autodeterminação informacional”¹⁶. Esse processo, segundo Cohen, não apenas reduz o espaço de autonomia dos indivíduos, mas transforma o próprio design dos ambientes digitais em instrumentos de controle social e econômico.

Nesse cenário, as práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking* impõem desafios jurídicos que demandam a reavaliação das categorias tradicionais de autonomia da vontade e liberdade contratual. O consumidor digital, inserido em um ambiente marcado por assimetria informacional e vulnerabilidade técnica, encontra-se em desvantagem frente às plataformas que controlam algoritmos de precificação e acesso.

A vulnerabilidade do consumidor no contexto analisado é multifacetada. Nos termos de João Victor Ruiz Martins e Márcia Carla Pereira Ribeiro¹⁷, a assimetria informacional caracteriza-se pela concentração de informações relevantes em uma das

14. SOLOVE e CITRON (2022) p. 815.

15. COHEN (2012) p. 5.

16. COHEN (2012) p. 5.

17. MARTINS e RIBEIRO (2016) p. 37.

partes da relação contratual, gerando desequilíbrio estrutural. Conforme preleciona Sérgio Cavalieri Filho¹⁸, a vulnerabilidade técnica do consumidor decorre da ausência de conhecimento específico sobre processos produtivos e atributos dos bens ou serviços ofertados, agravada pela insuficiência ou imprecisão das informações fornecidas. Conforme assinala o autor, o fornecedor detém o monopólio do conhecimento e do controle sobre os mecanismos utilizados na cadeia produtiva, restando ao consumidor apenas confiar na boa-fé do fornecedor¹⁹.

Essa vulnerabilidade técnica é potencializada no ambiente digital pela opacidade algorítmica e ainda extrapola a dimensão técnica para atingir também a vulnerabilidade jurídica. Cavalieri destaca que essa vulnerabilidade decorre da dificuldade de compreensão dos direitos assegurados e do acesso efetivo à Justiça, o que expõe o consumidor a práticas abusivas.

À vista desse contexto, torna-se necessário reconhecer que tais práticas também colidem com compromissos assumidos em âmbito internacional, notadamente no plano global de promoção da igualdade previsto na Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas²⁰. A segregação econômica resultante da geolocalização discriminatória desafia diretamente os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), orientados à redução das desigualdades e à ampliação do acesso equitativo a bens e serviços.

Em 28 de fevereiro de 2018, no contexto europeu, foi publicado o Regulamento (UE) 2018/302²¹, com o objetivo de prevenir bloqueios geográficos injustificados e práticas discriminatórias baseadas, entre outros fatores, no local de residência dos consumidores. A regulamentação reconhece que, apesar da ausência de fronteiras internas na União Europeia, muitos operadores privados impõem barreiras artificiais incompatíveis com as liberdades de mercado, comprometendo a efetividade dos direitos econômicos e sociais dos cidadãos. A justificação mais recorrente para essas práticas repousa em divergências entre os ambientes jurídicos nacionais, nos riscos associados à proteção dos consumidores, nas legislações ambientais, nas questões fiscais e tributárias, nos custos logísticos ou nos requisitos linguísticos, conforme destacado no próprio preâmbulo do Regulamento (UE) 2018/302. Esses fatores contribuem para a relutância dos comerciantes em estabelecer relações comerciais transfronteiriças, resultando na fragmentação artificial do mercado.

Em paralelo, a análise da realidade brasileira revela que os efeitos dessas práticas discriminatórias se somam a um histórico quadro de desigualdade socioeconômica, aprofundando a segregação econômica e a disparidade de acesso entre diferentes regiões do país. A utilização de dados de localização para segmentar consumidores

18. CAVALIERI FILHO (2022) p. 436.

19. CAVALIERI FILHO (2022) p. 436.

20. ONU (2015).

21. UNIÃO EUROPEIA (2018).

acentua as diferenças econômicas já existentes, contrariando princípios constitucionais de igualdade e inclusão, além de contrariar os compromissos firmados pelo Brasil na Agenda 2030. A persistente desigualdade regional no Brasil, refletida nas variações do poder aquisitivo entre as diversas regiões, agrava-se ainda mais quando práticas digitais discriminatórias limitam o acesso a bens e serviços conforme o local de residência do consumidor. A clássica desigualdade na distribuição de renda, historicamente constatada, passa a ser também reforçada por dinâmicas digitais de exclusão algorítmica.

Desse modo, torna-se imprescindível a implementação de normas que assegurem ampliada transparência nas relações digitais, exigindo que informações sobre critérios de precificação, segmentação e tomada de decisão automatizada sejam disponibilizadas de forma objetiva, acessível e compreensível para o público consumidor, superando barreiras técnicas que hoje impedem a efetiva autodeterminação informacional dos indivíduos.

Por fim, autores como Julie Cohen, Shoshana Zuboff, Daniel Solove e Danielle Citron²², que discutem a opacidade algorítmica, revelam os limites estruturais do modelo jurídico atual frente ao avanço da economia de dados. Essas contribuições teóricas não apenas iluminam as práticas discriminatórias relacionadas ao *geo-pricing* e *geo-blocking*, mas também indicam a necessidade de transformar a dogmática jurídica tradicional para abarcar os atuais contornos da vulnerabilidade digital, especialmente em países com altas desigualdades a exemplo do Brasil.

4. Marco normativo brasileiro aplicável

A ascensão das práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking* no comércio eletrônico brasileiro desafia a aplicação dos marcos normativos existentes, evidenciando tanto a importância dos instrumentos já vigentes quanto a necessidade de seu aperfeiçoamento para responder às especificidades do ambiente digital. Embora o Brasil disponha de legislação consumerista, de proteção de dados pessoais e de defesa da concorrência, ainda não há normativos específicos voltados para a regulação explícita dessas práticas discriminatórias no meio eletrônico, o que impõe desafios interpretativos relevantes, a serem enfrentados mediante a aplicação dos princípios jurídicos e constitucionais e pela atuação integrativa da jurisprudência.

O Código de Defesa do Consumidor²³ estabelece princípios estruturantes das relações de consumo, a boa-fé objetiva, a transparência e a harmonização dos interesses entre consumidores e fornecedores. A prática de *geo-pricing*, ao estabelecer preços diferenciados com base em localização ou perfis de consumo, atinge diretamente a

22. COHEN (2012); SOLOVE e CITRON (2022); ZUBOFF (2021).

23. Lei nº 8.078, de 1990.

proteção da confiança legítima do consumidor, além de poder configurar prática comercial abusiva vedada pelo artigo 39, incisos IV e V, que proíbem a elevação sem justa causa do preço de produtos e serviços e a discriminação entre consumidores. A ausência de informação objetiva sobre os critérios de precificação viola ainda o direito fundamental do consumidor à informação adequada, previsto no artigo 6º, III, do CDC, intensificando a assimetria informacional que a legislação busca mitigar. Nesse contexto, Cláudia Lima Marques²⁴ ressalta que a assimetria digital intensifica a vulnerabilidade do consumidor e pode gerar situações de vulnerabilidade agravada, especialmente quando o consumidor, além da posição estrutural de vulnerabilidade reconhecida pelo CDC, encontra-se exposto a fatores adicionais de fragilização, como exclusão digital, baixa compreensão técnica, idade, deficiência ou dificuldade de acesso efetivo à informação. Daí a necessidade de reforço dos deveres de transparência, lealdade e correção nas práticas comerciais digitais – preocupação alinhada a diretrizes internacionais, conforme a European Data Protection Board – Guidelines 03/2022²⁵, que tratam de padrões enganosos em interfaces digitais.

No ambiente digital, a proteção dos direitos dos usuários também é reforçada pelo Marco Civil da Internet²⁶, que estabelece princípios entre os quais se destacam a preservação da neutralidade de rede e o respeito à liberdade de expressão. O princípio da neutralidade da rede, previsto no artigo 9º da referida lei, obriga o tratamento isonômico de todos os pacotes de dados, vedando práticas discriminatórias que possam limitar o acesso a conteúdos ou serviços com base na origem, destino ou aplicação utilizada. Embora o *geo-blocking* não afete diretamente o fluxo de dados, a limitação do acesso ao conteúdo com base na localização do consumidor afronta os ideais da neutralidade, comprometendo o pleno exercício da cidadania digital. Nesse sentido, Danilo Doneda²⁷ reforça que a proteção dos direitos fundamentais no ambiente digital deve ser interpretada de forma extensiva, impedindo discriminações indiretas que afetem o livre exercício de direitos no ciberespaço.

Em consonância com essa proteção ampliada, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)²⁸ introduz dispositivos relevantes para coibir práticas discriminatórias baseadas em tratamento automatizado de dados pessoais. O artigo 20 da LGPD garante ao titular dos dados o direito de solicitar a revisão de decisões automatizadas que afetem seus interesses, aquelas que resultem em preços personalizados ou bloqueios de acesso. Ainda que o texto legal não exija que a revisão seja realizada necessariamente por um ser humano, o §2º do mesmo artigo faculta à Autoridade Nacional

24. MARQUES (2023) p. 114.

25. EUROPEAN DATA PROTECTION BOARD (2023) pp. 19-24.

26. Lei 12.965, de 2014.

27. DONEDA (2021) p. 199.

28. Lei 13.709, de 2018.

de Proteção de Dados (ANPD) a realização de auditorias para verificar a existência de práticas discriminatórias. Bruno Ricardo Bioni²⁹ destaca que a LGPD, ao consagrar o princípio da não discriminação, estabelece um distinto patamar de responsabilidade para os controladores de dados, impondo-lhes o dever de zelar para que algoritmos não reproduzam desigualdades históricas ou criem outras formas de exclusão.

As práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking* também suscitam preocupações no âmbito da defesa da concorrência. De acordo com a Lei nº 12.529/2011³⁰, constitui infração à ordem econômica qualquer ato que tenha por objeto ou possa produzir efeitos anticoncorrenciais, incluída a manipulação de condições comerciais ou a imposição de preços discriminatórios. A fixação diferenciada de preços em razão da localização geográfica, se realizada por agentes com poder de mercado significativo, pode configurar abuso de posição dominante, especialmente se tais práticas resultarem em fechamento de mercado ou exclusão de concorrentes. A OECD³¹ destaca que a precificação algorítmica pode ter efeitos semelhantes à colusão, mesmo sem acordo explícito, exigindo vigilância concorrencial.

O Conselho Administrativo de Defesa Econômica³², em julgados envolvendo atos de concentração entre plataformas digitais, já alertou para os riscos concorrenciais derivados do uso estratégico de dados pessoais e de perfis de consumidores, enfatizando que a informação pode ser utilizada não apenas para aprimorar serviços, mas também para práticas discriminatórias e excludentes.

No contexto do comércio eletrônico, a assimetria informacional não se limita ao desconhecimento das condições contratuais, mas alcança também os critérios algorítmicos de segmentação, os quais são, em regra, opacos para o consumidor. Esse fenômeno agrava a vulnerabilidade técnica e jurídica do consumidor, conforme leciona Sérgio Cavalieri Filho³³, ao salientar que o desconhecimento acerca dos mecanismos utilizados pelo fornecedor coloca o consumidor em posição de extrema dependência e fragilidade. Em ambientes digitais de alta complexidade, a exemplo da precificação dinâmica, essa vulnerabilidade é acentuada, o que demanda soluções normativas que reforcem o direito à informação objetiva, acessível e compreensível.

Apesar da importância dos instrumentos jurídicos existentes, o ordenamento brasileiro revela lacunas normativas específicas no enfrentamento das práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking*. Diferentemente da União Europeia, que editou o Regulamento (UE) 2018/302³⁴ para combater diretamente o bloqueio geográfico injustificado, o

29. BIONI (2021) p. 112.

30. Lei 12.529, de 2011.

31. OECD (2022) pp. 23-25.

32. CADE (2017).

33. CAVALIERI FILHO (2022) pp. 67-69.

34. UNIÃO EUROPEIA (2018).

Brasil ainda carece de diretrizes específicas que disciplinem essas práticas de maneira expressa. Essa ausência regulatória favorece a perpetuação de discriminações digitais e compromete a realização dos direitos fundamentais dos consumidores no ambiente virtual. Conforme enfatiza Patrícia Peck³⁵, a velocidade das transformações tecnológicas impõe a necessidade urgente de atualização do marco jurídico, de forma a assegurar a proteção da autonomia informacional, da igualdade de acesso e da livre concorrência na sociedade da informação.

Assim, a análise do marco normativo brasileiro demonstra que, embora existam instrumentos capazes de coibir parcialmente as práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking*, há uma persistente necessidade de aprimoramento legislativo para enfrentar os emergentes desafios impostos pela economia digital. O fortalecimento dos deveres de transparência, a ampliação dos mecanismos de controle sobre decisões automatizadas e a criação de normas específicas contra a discriminação geográfica no comércio eletrônico constituem passos indispensáveis para a construção de um ambiente digital mais justo, democrático e inclusivo.

5. Impactos nas relações contratuais e nos direitos fundamentais do consumidor

A compreensão contemporânea do contrato supera a concepção liberal clássica, fundada na autonomia da vontade e na igualdade meramente formal, para reconhecer a necessidade de proteção da parte vulnerável e de realização da justiça contratual. Essa inflexão adquire especial relevo no ambiente digital, em que a assimetria informacional, a coleta massiva de dados e a opacidade dos sistemas automatizados ampliam o desequilíbrio entre consumidores e fornecedores.

É precisamente nesse contexto que se inserem as práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking*, as quais, mais do que estratégias comerciais, representam formas sofisticadas de segmentação e potencial discriminação econômica, com impacto direto sobre igualdade material, dignidade e autodeterminação informacional. Daí decorre a necessidade de análise jurídica rigorosa e de leitura sistemática dessas práticas à luz dos direitos fundamentais do consumidor, especialmente a tensão que instauram entre dignidade, igualdade material e liberdade de escolha no ambiente digital.

Nesse quadro, a doutrina consumerista desempenha papel decisivo ao explicitar que a proteção do consumidor não é mera opção política, mas elemento estrutural da teoria contratual contemporânea, sobretudo diante da intensificação da vulnerabilidade no ambiente digital. Paulo Lôbo³⁶ destaca que a vulnerabilidade do consumidor é jurídica, econômica, técnica e informacional, sendo presumida de forma absoluta, decorrente de uma presunção legal absoluta de vulnerabilidade respaldada pelo

35. PECK (2021) pp. 41-44.

36. LOBO (2024) pp. 389-392.

art. 170, V, da Constituição³⁷ e pelo art. 4º, I, do Código de Defesa do Consumidor (CDC)³⁸. Mesmo quando se trata de consumidores com elevada capacidade econômica, o desequilíbrio negocial permanece, dada a superioridade estrutural do fornecedor, especialmente no ambiente digital, em que algoritmos, plataformas e técnicas de precificação complexas criam barreiras invisíveis à autodeterminação do consumidor.

O artigo 4º, inciso III, do CDC³⁹, reforça a necessidade de harmonização dos interesses dos participantes da relação de consumo, promovendo o desenvolvimento tecnológico sem sacrificar a boa-fé e o equilíbrio contratual. O artigo 4º, inciso III, do CDC reforça a necessidade de harmonização dos interesses dos participantes da relação de consumo, compatibilizando o desenvolvimento econômico e tecnológico com a boa-fé, o equilíbrio contratual e a proteção da parte vulnerável. Nesse contexto, a boa-fé objetiva deve ser compreendida não apenas como regra de conduta orientada à lealdade, cooperação e confiança nas relações obrigacionais, nos termos do art. 422 do Código Civil, mas também como parâmetro específico de controle das práticas abusivas nas relações de consumo. No microssistema consumerista, sua função é reforçada pelo art. 51 do CDC, que permite invalidar cláusulas e práticas que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, contrariem a equidade contratual ou sejam incompatíveis com a boa-fé. Assim, em ambientes digitais marcados por opacidade algorítmica, personalização invisível de ofertas e assimetria informacional, a boa-fé objetiva impõe deveres qualificados de transparência, lealdade, informação adequada e não manipulação das escolhas do consumidor.

Nesse sentido, Luís Antônio Rizzatto Nunes⁴⁰ afirma que o princípio da boa-fé estampado no art. 4º da lei consumerista tem, então, a função de viabilizar os ditames constitucionais da ordem econômica, compatibilizando interesses aparentemente contraditórios, entre eles a proteção do consumidor e o desenvolvimento econômico e tecnológico. A partir dessa compreensão, cláusulas ou práticas que coloquem o consumidor em desvantagem excessiva, produzam desequilíbrio contratual manifesto ou contrariem os deveres de lealdade e transparência devem ser submetidas ao controle de abusividade próprio do microssistema consumerista.

À luz desses princípios, práticas de geo-pricing e geo-blocking podem comprometer o equilíbrio contratual quando implementadas sem transparência, justificativa objetiva ou possibilidade efetiva de compreensão e contestação pelo consumidor. Essa prática cria uma assimetria concreta, pois priva o consumidor da possibilidade de contratar em condições materialmente equitativas, com base em critérios decisórios que lhe são inacessíveis e incontroláveis. A manipulação de ofertas com base

37. BRASIL (1988).

38. Lei 8.078, de 1990.

39. Lei 8.078, de 1990.

40. NUNES (2025) pp. 164-166.

em algoritmos, quando realizada sem transparência, justificativa objetiva ou critérios acessíveis ao consumidor, pode caracterizar, constitui abuso de direito, nos termos do art. 187 do Código Civil, por exceder os limites impostos pela boa-fé, pela finalidade econômica e social do contrato e pela proteção da parte vulnerável. Nas relações de consumo, essa conduta também pode ser compreendida como prática abusiva quando implicar discriminação injustificada, restrição indevida de acesso, elevação de preço sem justa causa ou imposição de desvantagem excessiva ao consumidor.

Conforme aponta a doutrina contemporânea, a liberdade de contratar não é um salvo-conduto para práticas que resultem na opressão econômica da parte mais fraca. A ideia de que a autonomia da vontade leva, por si só, à justiça contratual está superada. Hoje, segundo lembra Claudia Lima Marques⁴¹, exige-se uma atuação do direito privado voltada à tutela dos consumidores em situação de vulnerabilidade agravada no ambiente digital, principalmente em contextos de contratação por meios digitais e com mediação algorítmica.

A ausência de uma regulamentação específica sobre *geo-pricing* e *geo-blocking* no Brasil não impede que essas práticas sejam enquadradas como abusivas, conforme previsto no artigo 39 do CDC⁴², especialmente nos incisos II, IX e X. Esses dispositivos proíbem, entre outras condutas, o aproveitamento da fraqueza do consumidor para impor condições desvantajosas, o tratamento discriminatório entre clientes e a recusa injustificada de venda. Mesmo sem a comprovação de dano individualizado, basta a prática ter potencial lesivo e ocorrer no âmbito de uma relação de consumo.

Para compreender adequadamente a gravidade dessas práticas, é necessário reconhecer que a geodiscriminação hoje não se opera por decisões casuísticas e visíveis do fornecedor, mas por meio de sistemas algorítmicos capazes de coletar, agregar e tratar grande volume de dados territoriais, comportamentais e socioeconômicos. A precificação e o bloqueio territorial deixam de ser meros atos comerciais para se converterem em decisões automatizadas, estruturadas por modelos probabilísticos, que segmentam consumidores, estimam sua capacidade de pagamento, classificam riscos e definem, de maneira opaca, quem terá acesso a determinadas ofertas e em quais condições. Trata-se de verdadeira arquitetura de decisão, compreendida como a organização técnica, informacional e visual do ambiente digital por meio da qual plataformas estruturam as opções disponíveis ao consumidor, definem a forma de apresentação de preços e ofertas, direcionam escolhas e, em certos casos, restringem o acesso a determinados bens ou serviços. Nesse modelo, a exclusão ou a diferenciação econômica não se apresenta necessariamente como uma recusa explícita, mas como consequência aparentemente neutra ou naturalizada do funcionamento dos sistemas digitais.

41. MARQUES (2023) pp. 327-331.

42. Lei 8.078, de 1990.

Nesse cenário, a distinção entre *geo-pricing* e *geo-blocking* assume relevância jurídica. Enquanto o *geo-pricing* implica diferenciação de preços com base em localização, o *geo-blocking* representa etapa qualitativamente mais grave, porque nega o próprio acesso ao bem, serviço ou oferta, impedindo o consumidor de sequer participar da relação contratual em condições razoavelmente equitativas. Entre ambos, há ainda práticas intermediárias, como o *geo-filtering* e o *price steering*, em que o consumidor não é formalmente excluído, mas recebe versões empobrecidas do serviço, opções mais caras ou um conjunto limitado de alternativas comerciais. Em todos esses casos, há impacto direto sobre a autodeterminação informacional, a igualdade material e a liberdade de escolha do consumidor — elementos estruturantes da própria ideia contemporânea de contrato.

Daí a relevância de enquadrar essas práticas não apenas sob a ótica da livre iniciativa, mas sob o prisma do controle jurídico dos algoritmos que organizam o mercado digital. A assimetria informacional é elevada ao seu nível máximo quando o consumidor desconhece não apenas o preço praticado em outros contextos, mas também os critérios de segmentação que o posicionam em determinada “categoria” de tratamento econômico. Sem transparência sobre as lógicas decisórias, sem possibilidade de contestação e sem parâmetros normativos claros de justificação, o mercado digital deixa de ser espaço de concorrência e passa a funcionar como ambiente de discriminação estrutural tecnicamente sofisticada. É nessa chave que a prática de *geo-blocking* — por excluir territorialmente consumidores e regiões inteiras do acesso pleno ao mercado — revela-se incompatível com o modelo constitucional brasileiro de proteção da dignidade, da igualdade e da defesa do consumidor, ao mesmo tempo em que desafia a dogmática clássica do direito contratual.

Essa compreensão já começa a encontrar eco, ainda que de forma incipiente, na jurisprudência brasileira, como se observa no Recurso em Mandado de Segurança nº 61.306 – RJ (2019/0199274-6)⁴³, que ilustra essa realidade ao reconhecer que práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking*, ao se utilizarem de algoritmos para impor condições discriminatórias, violam o direito à informação e ao tratamento isonômico. O julgado salientou a importância de garantir ampla publicidade das ações coletivas que discutem tais temas, de modo a concretizar os princípios da informação e da transparência — pilares do sistema consumerista. Tal decisão, embora pontual, é um importante precedente e demonstra abertura da jurisprudência nacional para reconhecer a complexidade dessas emergentes formas de exclusão estrutural.

O princípio da transparência, aliás, exige que o consumidor tenha pleno acesso aos elementos essenciais do contrato, inclusive à lógica da precificação, o que é, em regra, tornado inacessível ao consumidor nas práticas de segmentação digital. A au-

43. Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro v. Decolar.com (2019).

sência de informações claras e acessíveis sobre os critérios utilizados para segmentar o consumidor, determinar preços diferenciados ou bloquear o acesso a ofertas viola o direito à autodeterminação informacional e converte o contrato em instrumento de opressão invisível. A despersonalização das relações contratuais, mediadas por sistemas automatizados, evidencia a necessidade de resgatar a centralidade da dignidade do contratante vulnerável, mesmo em interações digitais aparentemente neutras.

Diante disso, reforça-se a urgência de aplicar os princípios fundamentais do direito contratual contemporâneo — boa-fé objetiva, transparência, equilíbrio e função social — às práticas comerciais baseadas em geodiscriminação, de modo a reequilibrar a relação jurídica entre consumidores e fornecedores no mercado digital.

Dessa forma, percebe-se que as práticas do *geo-pricing* e do *geo-blocking* transcendem a esfera contratual e passam a afetar diretamente direitos fundamentais, a igualdade, a dignidade da pessoa humana, a autodeterminação informacional e a própria liberdade de escolha no consumo digital. Esses direitos, consagrados nos artigos 1º, III e 5º, *caput*, da Constituição Federal⁴⁴, não são meras garantias formais, mas diretrizes concretas que devem informar toda a atuação privada no mercado, inclusive nas relações de consumo mediadas por algoritmos.

A incidência desses direitos sobre as relações privadas decorre da compreensão contemporânea de que a Constituição irradia seus valores fundamentais também sobre o direito privado, especialmente quando estão em jogo relações marcadas por assimetria estrutural, vulnerabilidade e possibilidade de exclusão. Nesse sentido, a dignidade da pessoa humana não atua apenas como limite à atuação estatal, mas também como parâmetro interpretativo para o controle de práticas privadas que afetem, de modo relevante, a liberdade, a igualdade material e a autonomia do consumidor. A contribuição de Lênio Streck⁴⁵, pode ser mobilizada, nesse ponto, para reforçar a necessidade de uma leitura constitucionalmente adequada das práticas jurídicas, evitando que categorias tradicionais do direito privado sejam aplicadas de forma indiferente aos compromissos constitucionais de proteção da pessoa humana.

Em sintonia com essa crítica, Luciano Floridi⁴⁶ adverte que, quanto mais invisíveis forem os sistemas de coleta e uso de dados, mais severos devem ser os critérios éticos e jurídicos que regulam sua aplicação. A ausência de transparência na definição dos preços, acessos e ofertas com base na localização e no perfil de consumo cria verdadeiras “zonas cinzentas de responsabilidade”, nas quais o consumidor se torna objeto de decisões automatizadas sem conhecimento, consentimento ou possibilidade de contestação. O direito à autodeterminação informacional — reconhecido no plano

44. BRASIL (1988).

45. STRECK (2021) pp. 211-214.

46. FLORIDI (2015) pp. 13-16.

doutrinário como desdobramento da dignidade da pessoa humana — é de modo significativo violado.

A igualdade material também é diretamente atingida. apresentada como estratégia comercial aparentemente neutra, pode produzir efeitos de discriminação indireta e reforça estruturas históricas de exclusão e desigualdade regional. No presente estudo, a expressão não é utilizada como categoria normativa expressamente tipificada no ordenamento brasileiro nos mesmos moldes do direito da União Europeia, mas como categoria analítica voltada à identificação de práticas aparentemente neutras que, em sua aplicação concreta, podem gerar impactos desproporcionais sobre determinados grupos, regiões ou perfis socioeconômicos de consumidores. No contexto brasileiro, marcado por profundas desigualdades territoriais e econômicas, a utilização de dados de geolocalização para restringir ofertas, diferenciar preços ou limitar condições de contratação pode reforçar estruturas históricas de exclusão e desigualdade regional.

No plano econômico, isso significa limitar o acesso equitativo à informação, à oferta e ao consumo, negando aos consumidores de regiões periféricas as mesmas oportunidades de escolha e preço garantidas a outros. Para Hans Micklitz⁴⁷, essa fragmentação digital do mercado cria um direito privado disfuncional, no qual o contrato já não expressa um acordo entre partes racionais, mas sim a imposição unilateral de condições moldadas por bancos de dados e inferências estatísticas.

No mesmo sentido, Frank Pasquale⁴⁸ mostra que a chamada “sociedade da caixa-preta” vem naturalizando práticas de discriminação algorítmica sob o pretexto de eficiência. A ausência de mecanismos eficazes de explicação e contestação das decisões automatizadas — inclusive sobre preços — transforma o consumidor em uma figura passiva, vulnerável à lógica dos sistemas que o perfilam, o ranqueiam e o separam por meio de critérios ocultos.

Mesmo no Brasil, a jurisprudência já demonstra preocupação com essas consequências. Conforme já mencionado, o RMS 61.306/RJ⁴⁹ reconheceu que tais práticas não apenas afetam direitos individuais, mas violam princípios coletivos do ordenamento, a publicidade, a transparência e a igualdade nas relações de consumo. Essa decisão, embora pontual, abre margem para uma interpretação evolutiva do sistema jurídico, que permita o enfrentamento de distintas formas de exclusão estruturada.

Diante disso, reforça-se a necessidade de uma abordagem que ultrapasse a mera análise econômica das práticas de precificação e acesso. É preciso uma resposta jurídica sistemática, orientada pela busca de simetria normativa entre as partes da relação contratual, que compreenda tais práticas na condição de desafios à própria arquitetura normativa do direito privado contemporâneo, fundada na solidariedade, na função social do contrato e na proteção da parte vulnerável.

47. MICKLITZ (2020) pp. 156-160.

48. PASQUALE (2016) pp. 3-8.

49. Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro v. Decolar.com (2019).

6. Análise comparada: tratamento jurídico das práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking* no Brasil e na União Europeia

A crescente digitalização das relações de consumo e a consequente implementação de mecanismos algorítmicos de segmentação de mercado evidenciaram a prática de diferenciação de preços e de bloqueios geográficos com base em perfis digitais de consumidores — fenômenos identificados sob as categorias de *geo-pricing* e *geo-blocking*. Ainda que globalmente difundidas, tais práticas são tratadas de forma desigual pelos ordenamentos jurídicos nacionais e regionais. Esta seção apresenta uma análise comparada entre os marcos normativos e doutrinários do Brasil e da União Europeia, ressaltando as distintas abordagens regulatórias e suas implicações para a proteção dos consumidores.

Na União Europeia, as práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking* foram objeto de regulação específica com a entrada em vigor do Regulamento (UE) 2018/302⁵⁰, que visa prevenir a discriminação injustificada de consumidores com base em sua nacionalidade, local de residência ou local de conexão. A normativa proíbe, por exemplo, a recusa de acesso a websites, a diferenciação de condições de pagamento ou a imposição de redirecionamento sem consentimento do usuário. Essa regulamentação foi estruturada com base no princípio da não discriminação e da liberdade de circulação de bens e serviços no mercado interno europeu. Segundo Cremer, De Montjoye e Schweitzer⁵¹, tais medidas refletem um esforço consciente da União Europeia em adaptar a política de concorrência à era digital, reconhecendo que a segmentação algorítmica pode produzir efeitos anticompetitivos e aprofundar desigualdades no acesso a bens e serviços.

Nesse ínterim, de acordo com o relatório elaborado pela BEUC⁵² e pelo Parlamento Europeu⁵³, o objetivo das normas europeias que tratam da regulação digital — a exemplo do Regulamento (UE) 2018/302⁵⁴ sobre bloqueio geográfico injustificado — é garantir a justiça digital (*digital fairness*), promovendo o acesso equitativo a bens e serviços no ambiente online, independentemente da localização geográfica dos consumidores.

Além da estrutura normativa, a eficácia prática do Regulamento (UE) 2018/302 encontra respaldo em avaliações institucionais e na literatura acadêmica sobre *geo-blocking* no mercado interno europeu. A avaliação inicial promovida pela Comissão Europeia constatou que a incidência de práticas injustificadas de bloqueio geográfico

50. UNIÃO EUROPEIA (2018).

51. CREMER *et al.* (2019) pp. 47-49.

52. BEUC (2024) pp. 6-8.

53. PARLAMENTO EUROPEU (2023) pp. 12-14.

54. UNIÃO EUROPEIA (2018).

em sites de comércio eletrônico diminuiu substancialmente, a conscientização dos consumidores sobre seus direitos aumentou e as autoridades nacionais desempenharam papel relevante na resolução de reclamações, demonstrando que o Regulamento tem efeitos operacionais concretos no funcionamento do mercado digital⁵⁵. Estudos de síntese sobre a matéria, por sua vez, destacam que o *geo-blocking* constituía uma barreira significativa ao comércio transfronteiriço e que a adoção de normas específicas como o Regulamento 2018/302 representa resposta normativa essencial para mitigar discriminações territoriais e realizar o potencial do mercado único digital⁵⁶.

Em consonância com esses diagnósticos, a própria Comissão Europeia lançou recentemente um processo de “*call for evidence*” para avaliar se o Regulamento tem atendido de forma efetiva aos seus objetivos, convidando consumidores, empresas e autoridades nacionais a compartilharem evidências de impacto e experiências de aplicação prática⁵⁷. Esse movimento institucional de monitoramento contínuo reforça a compreensão de que a norma não é apenas um marco formal, mas um instrumento vivo de política pública que vem influenciando tanto a conduta dos agentes econômicos quanto as expectativas e comportamentos dos consumidores no espaço digital europeu. A combinação entre evidências empíricas e discussão doutrinária qualificada torna mais robusta a argumentação em favor da importação de um modelo legislativo semelhante para o Brasil, que ainda carece de mecanismos específicos para enfrentar de forma estruturada a geodiscriminação digital.

No plano brasileiro, ainda não há legislação específica que regule o *geo-pricing* ou o *geo-blocking*. A proteção aos consumidores em face de tais práticas se dá, de forma indireta, por meio dos princípios e normas do Código de Defesa do Consumidor⁵⁸. A discriminação entre consumidores, a ausência de transparência nos critérios de precificação e a manipulação de ofertas podem ser qualificadas como práticas abusivas nos termos do artigo 39, incisos II, IX e X do CDC, conforme abordado na seção anterior. Essa lacuna normativa contrasta com o que Van Dijk⁵⁹ denomina “infraestrutura social em rede”, na qual as regras de acesso e circulação de informação são determinantes para a inclusão ou exclusão econômica no ambiente digital.

A doutrina nacional vem alertando para os riscos dessas práticas no ambiente digital. Claudia Lima Marques⁶⁰, por exemplo, ressalta que a vulnerabilidade informacional no ambiente digital exige uma atualização interpretativa das normas do CDC,

55. COMISSÃO EUROPEIA (2020) pp. 2-4.

56. KISS (2019) pp. 115-118.

57. COMISSÃO EUROPEIA (2025) pp. 2-4.

58. Lei n. 8.078, de 1990.

59. VAN DIJK (2020) pp. 43-47.

60. MARQUES (2023) p. 336.

de modo a compreender os algoritmos como possíveis instrumentos de violação da boa-fé, da transparência e da igualdade contratual. Em linha semelhante, Bruno Miragem⁶¹ sustenta que a ausência de transparência nos critérios de segmentação digital infringe o dever de informação e compromete a autodeterminação do consumidor.

Nesse ponto, é possível realizar um cotejo legislativo mais minucioso entre os dois sistemas. Na União Europeia, o enfrentamento do *geo-blocking* e do *geo-pricing* é estruturado mediante regime normativo específico, dotado de comandos claros, obrigações expressas impostas aos fornecedores e instrumentos institucionalizados de monitoramento e fiscalização. O Regulamento (UE) 2018/302 estabelece, por exemplo, hipóteses objetivas de proibição de bloqueio geográfico injustificado, disciplinando acesso a *websites*, condições de pagamento, redirecionamento automático e barreiras artificiais ao comércio transfronteiriço, em diálogo com a lógica do mercado interno europeu e com a proteção dos consumidores. Trata-se de um modelo legislativo pensado para atuar de forma preventiva, funcionando como barreira jurídica anterior à ocorrência da discriminação territorial.

No Brasil, ao contrário, a disciplina jurídica das práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking* não decorre de um marco normativo específico, mas da interpretação sistemática de princípios e cláusulas gerais do Código de Defesa do Consumidor, da Constituição Federal e, em alguma medida, da Lei Geral de Proteção de Dados. A ilicitude das práticas decorre, assim, da violação à boa-fé objetiva, ao dever de informação, ao equilíbrio contratual e à vedação de discriminação entre consumidores (art. 39, II, IX e X, CDC), mas não há previsão expressa que discipline as hipóteses, limites e consequências jurídicas das práticas de geodiscriminação digital. Forma-se, portanto, um regime predominantemente reativo e judicializado, cuja efetividade depende da atuação jurisdicional e do desenvolvimento jurisprudencial.

Enquanto a União Europeia opera com comandos normativos claros, fiscalização administrativa e mecanismos institucionais de acompanhamento contínuo, o Brasil ainda se apoia em construções doutrinárias e interpretações judiciais para enquadrar tais práticas como abusivas. O resultado é uma assimetria relevante de segurança jurídica: no contexto europeu, agentes econômicos conhecem com antecedência os limites de conduta e os consumidores dispõem de instrumentos objetivos de proteção; no contexto brasileiro, persiste margem significativa de incerteza normativa. Esse contraste reforça o argumento de que a experiência europeia constitui modelo normativo apto a inspirar o aperfeiçoamento do sistema brasileiro, especialmente diante da crescente centralidade dos algoritmos na organização do mercado digital.

61. MIRAGEM (2023) pp. 201-204.

No que tange aos fundamentos normativos, a União Europeia ancora sua resposta institucional no art. 114 do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia (TFUE)⁶², que permite a harmonização das legislações nacionais em prol do mercado interno. Além disso, o art. 20 da Carta dos Direitos Fundamentais da UE⁶³, que trata da igualdade perante a lei, é frequentemente invocado na condição de fundamento constitucional contra práticas discriminatórias.

Por sua vez, o ordenamento brasileiro ampara-se na Constituição Federal⁶⁴, em especial nos artigos 5º, *caput* (igualdade), 170, inciso V (defesa do consumidor enquanto princípio da ordem econômica), e no marco infraconstitucional do CDC⁶⁵, interpretado à luz da jurisprudência e da doutrina.

Essa distinção de abordagem é particularmente relevante quando se analisa o papel dos dados pessoais no contexto dessas práticas. Enquanto a União Europeia possui um arcabouço robusto de proteção de dados — especialmente o Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD)⁶⁶ — que impõe deveres estritos de transparência e controle ao tratamento automatizado de dados, o Brasil, embora conte com a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei n. 13.709/2018), ainda carece de mecanismos efetivos para garantir a revisão humana das decisões automatizadas e a explicabilidade dos sistemas utilizados.

Segundo destaca Hans-W. Micklitz⁶⁷, a proteção do consumidor no ambiente digital exige um equilíbrio distinto entre autonomia privada e intervenção regulatória, especialmente diante da opacidade dos sistemas de precificação algorítmica. O autor ressalta que o direito privado europeu caminha para uma lógica funcional, orientada por princípios de justiça social, enquanto em países periféricos como o Brasil, o desafio é ainda mais complexo diante da fragmentação institucional e das barreiras de acesso à justiça. Nesse contexto, as práticas de *geo-blocking* e *geo-pricing*, ao se basearem em variáveis socioeconômicas invisíveis ao consumidor, aprofundam desigualdades estruturais e impõem barreiras à inclusão econômica.

A análise comparada permite concluir que, enquanto a União Europeia constrói um modelo normativo proativo, centrado na harmonização e no controle preventivo das práticas de exclusão digital, o Brasil ainda caminha em direção à construção de uma resposta jurídica mais sistemática e eficaz. A inexistência de normas específicas e a dependência de interpretação judicial aumentam a insegurança jurídica e dificultam a responsabilização das plataformas. Portanto, faz-se urgente a incorporação

62. UNIÃO EUROPEIA (2016).

63. UNIÃO EUROPEIA (2012).

64. BRASIL (1988).

65. Lei 8.078, de 1990.

66. UNIÃO EUROPEIA (2016a).

67. MICKLITZ (2021) pp. 175-200.

explícita dessas temáticas na política nacional de relações de consumo e na legislação infraconstitucional, com o objetivo de garantir igualdade material, autonomia informacional e dignidade no mercado digital.

7. Jurisprudência nacional e internacional sobre *geo-pricing* e *geo-blocking*

A resposta institucional aos desafios impostos pelas práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking* tem se estruturado de maneira diversa na União Europeia e no Brasil, refletindo trajetórias normativas, arranjos institucionais e contextos sociopolíticos distintos. No âmbito europeu, observa-se a construção de um corpo jurisprudencial articulado a iniciativas legislativas específicas voltadas ao enfrentamento da geodiscriminação digital, em consonância com a lógica de harmonização do mercado interno e com a atuação coordenada de instâncias administrativas e judiciais.

No caso brasileiro, por sua vez, a resposta jurisdicional às práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking* se desenvolve a partir de um modelo normativo menos setorializado, apoiado predominantemente na aplicação principiológica do Código de Defesa do Consumidor, da legislação concorrencial e da proteção de dados pessoais, em um contexto marcado por diferentes padrões de litigância, capacidades institucionais e dinâmicas socioeconômicas. Ainda que não se observe a formação de um repertório jurisprudencial específico sobre geodiscriminação digital, há decisões e manifestações relevantes que indicam a incorporação gradual do tema no sistema de justiça, especialmente sob a ótica da proteção do consumidor e da tutela da concorrência.

No contexto europeu, destaca-se a decisão do Tribunal de Justiça da União Europeia (TJUE) no caso C-149/15 – *Wathelet v. Garage Bietheres & Fils SPRL*⁶⁸, que, embora não trate diretamente de *geo-pricing*, reforça a leitura ampla dos direitos do consumidor, inclusive nas relações transfronteiriças digitais. Mais especificamente, no campo do *geo-blocking*, a jurisprudência do TJUE embasou o Regulamento (UE) 2018/302⁶⁹, reconhecendo que restrições ao acesso a bens e serviços com base na localização violam os princípios da livre circulação e da não discriminação no mercado interno. A Corte tem interpretado tais restrições na condição de práticas discriminatórias incompatíveis com os objetivos de harmonização e integração econômica europeia.

Além disso, no caso C-30/14 – *Ryanair*⁷⁰, o TJUE reforçou que práticas digitais que impedem o acesso a ofertas com base na origem territorial podem configurar infração à liberdade contratual dos consumidores, sobretudo quando não há justificativa objetiva, como exigido pelo artigo 20, §2º, da Diretiva 2006/123/CE⁷¹, que trata dos

68. *Wathelet v. Garage Bietheres & Fils SPRL* (2016).

69. UNIÃO EUROPEIA (2018).

70. *Ryanair Ltd v. PR Aviation BV* (2015).

71. UNIÃO EUROPEIA (2006).

serviços no mercado interno. As recentes iniciativas regulatórias europeias evidenciam a consolidação de um paradigma emergente de justiça digital (*digital fairness*), que demanda o fortalecimento da transparência algorítmica e o enfrentamento das opacidades estruturais do mercado digital. Conforme relatório da BEUC⁷², garantir a equidade informacional e a responsabilização das plataformas digitais é um passo essencial para restabelecer o equilíbrio nas relações de consumo mediadas por dados.

Em contraste, no ordenamento brasileiro, ainda que não haja regulamentação específica sobre *geo-pricing* ou *geo-blocking*, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) tem se posicionado reiteradamente sobre cláusulas abusivas, opacidade contratual e dever de informação. Embora o tema ainda não tenha sido enfrentado de modo consolidado pela jurisprudência brasileira sob a nomenclatura de geodiscriminação digital, o sistema de proteção do consumidor oferece parâmetros normativos suficientes para o controle de práticas digitais marcadas por opacidade, assimetria informacional e manipulação da arquitetura de escolha. Nessa perspectiva, mecanismos utilizados por plataformas digitais que ocultem informações relevantes, dificultem a comparação entre alternativas, restrinjam o acesso a ofertas ou induzam o consumidor a decisões economicamente desfavoráveis podem ser examinados à luz da boa-fé objetiva, da transparência, do dever de informação e da vedação de práticas abusivas previstos no Código de Defesa do Consumidor. Assim, a ausência de precedente específico não impede a aplicação sistemática do microssistema consumerista às práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking*, especialmente quando tais práticas comprometam a compreensão, a liberdade de escolha e a possibilidade de contestação pelo consumidor.

A doutrina nacional tem reconhecido essa abertura interpretativa. Segundo a análise de Claudia Lima Marques⁷³, o STJ vem sinalizando sensibilidade crescente à complexidade das relações digitais de consumo, ainda que a legislação permaneça limitada diante dos desafios tecnológicos contemporâneos.

Ademais, o Recurso em Mandado de Segurança n. 61.306/RJ (2019/0199274-6)⁷⁴, já analisado em seção anterior, representa importante precedente ao reconhecer que práticas de geodiscriminação, mesmo em estágio inicial de discussão no Brasil, têm potencial de lesar coletivamente consumidores e exigir providências para assegurar o direito à informação e à não discriminação nas plataformas digitais. A decisão ecoa as preocupações éticas e jurídicas levantadas por Frank Pasquale⁷⁵ sobre a “sociedade da caixa-preta”, na qual critérios automatizados são ocultados sob o véu do segredo comercial, fragilizando a autodeterminação informacional dos usuários.

72. BEUC (2024) pp. 6-9; 21–23.

73. MARQUES (2023) pp. 301-305.

74. *Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro v. Decolar.com* (2019).

75. PASQUALE (2016) pp. 196-200.

No plano da concorrência, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica também já se manifestou sobre condutas comerciais potencialmente lesivas à isonomia entre consumidores e à livre concorrência. No caso 08700.004185/2020-20⁷⁶, envolvendo plataformas digitais e cláusulas de paridade de preços, o órgão antitruste reconheceu que restrições contratuais impostas por *marketplaces* a fornecedores — notadamente a obrigação de não praticar preços mais baixos fora da plataforma — podem distorcer o mercado e prejudicar o consumidor. Embora não se trate expressamente de *geo-pricing*, tais práticas revelam o uso de algoritmos para controlar a precificação e segmentar ofertas, fenômeno identificado por Hans-W. Micklitz⁷⁷ na tendência de privatização da regulação contratual, marcada por lógicas de mercado opacas e assimétricas.

Essa assimetria entre as respostas institucionais europeias e brasileiras revela não apenas a defasagem regulatória do Brasil, mas também um desafio hermenêutico: quais critérios interpretativos permitem a aplicação de normas gerais — CDC, LGPD e Marco Civil da Internet — a condutas digitais que operam com lógicas probabilísticas, não evidentes e automatizadas? Conforme destaca Luciano Floridi, a ausência de *accountability* algorítmica transforma o direito em instrumento impotente frente às “zonas de irresponsabilidade computacional”⁷⁸, exigindo uma reformulação epistemológica da regulação digital.

Assim, a jurisprudência comparada demonstra que a judicialização das práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking* exige uma evolução interpretativa capaz de articular normas gerais — como o CDC, a LGPD e o Marco Civil da Internet — a condutas digitais baseadas em lógicas probabilísticas e automatizadas, sem ignorar a complexidade dos modelos econômicos digitais contemporâneos.

No plano institucional, observa-se que a União Europeia avança na harmonização e no controle normativo das plataformas digitais por meio da atuação do TJUE e de instrumentos regulatórios específicos, enquanto o Brasil ensaia respostas ainda incipientes, embora promissoras, a partir da atuação do STJ e do CADE. Esse descompasso evidencia a necessidade de um esforço coordenado que integre a proteção do consumidor à regulação da economia de dados — tanto no âmbito judicial quanto legislativo.

76. CADE (2021).

77. MICKLITZ (2021) pp. 175-200.

78. FLORIDI (2015) p. 89.

8. A agenda 2030 da ONU e os compromissos com a igualdade e inclusão digital

A Agenda 2030 das Nações Unidas, adotada por 193 países em 2015, representa um marco global na busca por desenvolvimento sustentável, inclusão e equidade. Seu conjunto de 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) articula metas interdependentes que exigem, para sua efetividade, a transformação estrutural das práticas econômicas, digitais e institucionais. No contexto da economia digital, práticas a exemplo de *geo-pricing* e *geo-blocking* se contrapõem diretamente aos propósitos de igualdade substancial, inclusão tecnológica e erradicação das desigualdades regionais, econômicas e informacionais.

As causas da desigualdade no Brasil são múltiplas e estruturalmente inter-relacionadas, não sendo possível estudá-las de forma autônoma. Mas o que se destaca no artigo é a disparidade econômica, vislumbrada pela patente desigualdade na distribuição de renda pelo país, e também pela ausência de igualdade de acesso a oportunidades, aqui, compreendida em sentido lato.

Tais práticas, ao se basearem na localização geográfica, perfil socioeconômico e outros dados sensíveis dos consumidores, reforçam dinâmicas de exclusão que comprometem o acesso isonômico à informação, ao consumo e à cidadania digital. Nesse sentido, a diferença no acesso a bens e serviços básicos contribui para tamanha desigualdade. Dá-se destaque à restrição ao acesso a ofertas de bens e serviços que muitas vezes ficam condicionadas à análise da geolocalização do indivíduo. Assim, a depender do local em que o indivíduo fixa residência, a oferta poderá ou não estar disponível. Configura-se, desse modo, uma forma de segregação geográfica, na qual a localização territorial passa a definir a quantidade e a qualidade das oportunidades acessíveis ao consumidor.

A segmentação de preços com base na localização não apenas infringe o princípio da isonomia consagrado no artigo 5º, *caput*, da Constituição Federal⁷⁹, mas também ameaça os compromissos firmados no ODS 10 da Agenda 2030, que visa “reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles”⁸⁰.

É possível identificar três graus de discriminação de preço: a discriminação perfeita, aquela compreendida como sendo de primeiro grau, a discriminação por quantidade, tida por segundo grau, e a discriminação por tipo do consumidor, a chamada de terceiro grau. No caso do *geo-pricing*, observa-se majoritariamente a terceira forma de discriminação, que, segundo Stucke e Ezrachi⁸¹, configura uma das expressões mais perversas da economia algorítmica, pois instrumentaliza vulnerabilidades re-

79. BRASIL (1988).

80. ONU (2015).

81. STUCKE e EZRACHI (2020), pp. 96-100.

gionais e cognitivas enquanto ferramentas de extração de valor. Acabar com tamanha disparidade é um dos escopos da Agenda 2030, mais precisamente do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) nº 10, que trata da redução das desigualdades.

A mencionada Agenda de Direitos Humanos das Nações Unidas é um compromisso assumido por 193 países, dentre eles o Brasil, que foi recebida pelo Poder Judiciário por intermédio do Conselho Nacional de Justiça⁸². Foram estabelecidos neste documento 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável para serem atingidos no intervalo compreendido entre 2016 e 2030, tendo como objetivo promover e efetivar os Direitos Humanos.

Esses compromissos foram incorporados em iniciativas como o “Pacto Nacional do Judiciário pelos ODS”, que vincula o sistema de justiça brasileiro à concretização de metas como acesso à justiça, inclusão digital e proteção de dados pessoais⁸³.

Busca-se uma igualdade social que corrobore o reconhecimento de igualdade de todos diante da lei, sem distinções entre as pessoas. Embora o conceito “social” tenha diferentes definições a depender da cultura presente em cada país, a igualdade social segue o conceito de justiça social. Essa concepção de justiça social é ainda reforçada por Rawls⁸⁴, ao destacar que sociedades justas devem corrigir desigualdades originadas de fatores arbitrários — a exemplo do local de nascimento ou classe social — o que se aplica diretamente às práticas comerciais baseadas em geolocalização.

A partir desse fundamento, a implementação de modelos econômicos digitais que desconsiderem os compromissos com a equidade representa uma ruptura não apenas com o espírito constitucional, mas com a ordem global baseada em direitos humanos e desenvolvimento sustentável.

É sabido que, hodiernamente, é muito mais simples e rápido movimentar capital ao redor do mundo. Atividades empresariais conseguem gerar muito mais riqueza e de forma mais célere. Isso já evidencia a grave desigualdade social, pois se nota que esta circulação de capital acaba sendo feita por poucos e para poucos.

É cediço também que o mundo vive hoje em uma configuração contemporânea de colonialidade, a denominada “colonialidade digital”. O colonialismo digital está enraizado no domínio das ‘coisas’ que constituem os meios de computação no mundo digital: software, hardware e conectividade de rede⁸⁵. Esse fenômeno, conforme analisa Couldry e Mejias⁸⁶, representa uma etapa distinta do extrativismo informacional, na qual a coleta massiva de dados e a manipulação algorítmica reproduzem lógicas de dominação típicas da era colonial, agora sob a roupagem da eficiência tecnológica.

82. CNJ (2020).

83. CNJ (2020).

84. RAWLS (2019) pp. 55-59.

85. COULDRY; MEJIAS (2019) pp. 7-11.

86. COULDRY; MEJIAS (2019) pp. 87-92.

A prática de *geo-pricing* se ajusta a esse modelo, pois acaba tomando por referência a localização do consumidor para ajustar o preço. Por meio da análise de dados é que se determina a capacidade dos potenciais consumidores em diferentes áreas.

O “preço dinâmico” acaba sendo ajustado conforme a conjugação de fatores relativos à renda média da área. Empresas de marketing não apenas direcionam suas ofertas, mas também segmentam promoções que serão indubitavelmente direcionadas para regiões específicas, tomando por base a análise geográfica do indivíduo.

Tem-se notado que, embora o objetivo do *e-commerce* seja facilitar as condições aos contratantes, viabilizando a transação de bens e serviços a preços mais atrativos e de forma ágil, superando a ideia inicial de fronteira geográfica, a realidade demonstra o oposto. Verifica-se que os preços variam de acordo com a localização, o que contribui para o agravamento da desigualdade econômica.

Essas práticas, ao aprofundarem disparidades já existentes, violam diretamente o princípio da não discriminação econômica — base do ODS 10 — e a meta específica de “garantir a igualdade de oportunidades, inclusive pela eliminação de leis, políticas e práticas discriminatórias”⁸⁷.

Tal prática torna os bens menos acessíveis às pessoas de baixa renda. Além disso, compromete frontalmente a privacidade dos mais vulneráveis, pois, diante da assimetria informacional existente, a classe mais baixa fica em desvantagem com relação a seus direitos, por não dispor de meios adequados para protegê-los. Ademais, verifica-se uma notória assimetria nos contratos digitais, marcada por acentuada desigualdade entre fornecedores e consumidores.

Diante disso, é preciso reconhecer a necessidade de se erradicar a pobreza em todas as suas formas e dimensões. Buscar integrar e equilibrar as três dimensões do desenvolvimento sustentável, entendidas, neste contexto, enquanto econômica, social e ambiental, pois somente assim os indivíduos poderão desenvolver seu potencial com dignidade e igualdade.

É necessário que se promova uma sociedade justa e inclusiva, fundada em uma solidariedade global orientada à promoção de um crescimento sustentável, inclusivo e economicamente sustentado, em consonância com os objetivos da Agenda 2030.

Portanto, o enfrentamento às práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking* não é apenas uma questão de regulação de mercado, mas um imperativo ético e constitucional, alinhado aos compromissos internacionais do Brasil com a justiça social, a inclusão digital e a igualdade de oportunidades.

87. ONU (2015).

9. Diretrizes para o enfrentamento normativo e institucional no Brasil

Diante do cenário de assimetria entre a regulação brasileira e a europeia no enfrentamento das práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking*, torna-se imperativa a formulação de estratégias normativas e institucionais que possibilitem ao Brasil alinhar-se aos compromissos constitucionais e internacionais de justiça social, proteção da dignidade humana e inclusão digital. Mais do que a simples comparação entre modelos regulatórios, impõe-se reconhecer que tais assimetrias refletem trajetórias normativas, capacidades institucionais e contextos socioeconômicos distintos, o que exige soluções juridicamente ajustadas à realidade brasileira.

A experiência da União Europeia, especialmente com o Regulamento (UE) 2018/302 e com a atuação proativa do Tribunal de Justiça da União Europeia (TJUE), oferece parâmetros relevantes não como modelo de transplante normativo, mas como referência comparativa para a construção de um marco regulatório nacional específico que não apenas proíba a geodiscriminação injustificada, mas também imponha deveres de transparência, não discriminação e prestação de contas às plataformas digitais. Nesse sentido, o desafio brasileiro reside menos na ausência absoluta de normas e mais na articulação sistemática dos instrumentos já existentes no plano constitucional, consumerista, concorrencial e de proteção de dados.

Nesse contexto, recomenda-se o fortalecimento da atuação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) na análise de condutas digitais que impactem a livre concorrência e a isonomia no acesso a bens e serviços. A atuação antitruste mostra-se particularmente relevante em mercados digitais caracterizados por estruturas multilaterais, efeitos de rede e assimetrias informacionais, nos quais práticas como cláusulas de paridade, segmentação algorítmica e precificação territorializada podem produzir efeitos excludentes indiretos. Casos que envolvam essas dinâmicas devem ser objeto de apuração aprofundada, com foco não apenas em impactos econômicos, mas também nos reflexos sociais e distributivos dessas condutas, especialmente quando contribuem para a intensificação de desigualdades estruturais.

Paralelamente, é fundamental promover uma articulação interinstitucional entre a Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON), a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), os Ministérios Públicos e os tribunais superiores, com vistas à construção de parâmetros técnicos e jurídicos comuns para a identificação de discriminações digitais, em especial aquelas associadas à opacidade algorítmica, e sua incompatibilidade com os princípios da boa-fé objetiva, da informação e da igualdade.

Do ponto de vista legislativo, a incorporação explícita da vedação à geodiscriminação no Código de Defesa do Consumidor ou em legislação específica sobre comércio eletrônico e inteligência artificial digital contribuiria para conferir maior densidade normativa ao enfrentamento dessas práticas. Tal medida reduziria a dependência exclusiva da interpretação principiológica e ampliaria a segurança jurídica na tutela

dos consumidores em ambientes digitais altamente automatizados. Além disso, é recomendável que se promova a litigância estratégica por meio de ações civis públicas e coletivas, com o objetivo de formar precedentes jurisprudenciais que reconheçam no *geo-pricing* e no *geo-blocking* práticas abusivas e contrárias aos valores constitucionais da igualdade substancial, da dignidade da pessoa humana e da não discriminação.

Nesse contexto, a criação de um marco regulatório específico, alinhado aos princípios da proteção de dados e da autodeterminação informacional, constitui medida urgente para enfrentar as dinâmicas de exclusão geradas no ambiente digital. Da mesma forma, o fortalecimento da atuação dos órgãos de defesa do consumidor, como o Ministério da Justiça, os PROCONs e as agências reguladoras setoriais, deve caminhar em paralelo à formulação de protocolos de fiscalização digital.

Por fim, o Poder Judiciário, apoiado pela doutrina e pela hermenêutica constitucional contemporânea, deve assumir papel ativo na concretização dos direitos fundamentais nas relações digitais, adotando postura interpretativa coerente com as transformações contratuais e tecnológicas, sem substituir o legislador ou criar obrigações dissociadas do sistema normativo vigente. Sua atuação deve ocorrer mediante a aplicação sistemática dos princípios e regras já previstos no ordenamento jurídico brasileiro, especialmente a função social do contrato, a boa-fé objetiva, a transparência, o dever de informação, o equilíbrio contratual, a vedação de práticas abusivas e a proteção do consumidor diante das assimetrias informacionais no ambiente digital.

10. Conclusão

As práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking*, à luz da análise desenvolvida ao longo deste artigo, não representam apenas mecanismos técnicos de segmentação comercial, mas sim expressões contemporâneas de assimetrias estruturais reproduzidas na lógica digital. Para além de instrumentos de precificação ou controle de organização do mercado, tais práticas assumem a condição de fenômenos que tensionam os pilares do direito do consumidor, os fundamentos constitucionais da igualdade e da dignidade da pessoa humana e os compromissos internacionais com a justiça social e a inclusão digital.

A partir da fundamentação teórica desenvolvida, demonstrou-se que tais práticas operam sobre uma arquitetura de desequilíbrio contratual, na medida em que se estruturam a partir de assimetrias informacionais, vulnerabilidades tecnológicas e estratégias algorítmicas marcadas pela opacidade decisória. A promessa de liberdade contratual no ambiente digital é substancialmente anulada pela lógica discriminatória subjacente ao tratamento de dados e à definição de preços e acessos com base na localização e no perfil dos consumidores.

No plano normativo, identificou-se que o ordenamento jurídico brasileiro, embora disponha de princípios e dispositivos potentes — com destaque para os consagrados na Constituição Federal, no Código de Defesa do Consumidor, na Lei Geral de Proteção de Dados e no Marco Civil da Internet —, ainda carece de uma normatização específica capaz de enfrentar, com densidade normativa e eficácia suficientes, as práticas de geodiscriminação. Em contraste, a União Europeia avançou na construção de um modelo regulatório mais maduro, evidenciado pelo Regulamento (UE) 2018/302 e por uma jurisprudência consolidada do TJUE que reconhece nessas práticas violações à livre circulação, à concorrência leal e à não discriminação entre consumidores.

A análise comparada revelou não apenas diferentes estágios de regulação, mas sobretudo diferentes compreensões institucionais sobre o papel do Estado na contenção dos abusos do mercado digital. Se na União Europeia há um esforço de harmonização normativa e de combate ativo à geodiscriminação, o Brasil ainda se movimenta timidamente, por meio de decisões pontuais do STJ e de manifestações do CADE, que demonstram sensibilidade crescente, mas ainda insuficiente, para a complexidade do fenômeno.

Nesse contexto, evidenciou-se também que as práticas de *geo-pricing* e *geo-blocking* não se limitam à esfera contratual, mas impactam compromissos internacionais assumidos pelo Brasil, especialmente os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030. Em particular, confrontam o ODS 10, ao reforçar desigualdades socioeconômicas e regionais por meio da segmentação digital, o que compromete políticas de inclusão e justiça social no ambiente digital.

Diante disso, este artigo defende que o enfrentamento dessas práticas exige mais do que respostas pontuais: impõe-se uma reorientação jurídica que incorpore a complexidade da economia algorítmica à dogmática contratual, à proteção dos dados pessoais e à regulação do mercado digital. O caminho passa pela articulação interinstitucional entre órgãos de defesa do consumidor, autoridades de proteção de dados e entes do sistema de justiça; pela criação de um marco regulatório específico que vede expressamente a geodiscriminação injustificada; e pela formação de precedentes jurisprudenciais que reconheçam o *geo-pricing* e o *geo-blocking* na condição de práticas abusivas e incompatíveis com a Constituição Federal.

O enfrentamento dessas práticas não constitui apenas um desafio técnico, mas uma exigência jurídica e institucional vinculada aos valores constitucionais de igualdade, transparência e dignidade da pessoa humana. Nesse sentido, cabe ao Brasil estruturar respostas normativas e institucionais compatíveis com tais parâmetros, de modo a assegurar que a evolução tecnológica não aprofunde desigualdades históricas, mas contribua para a construção de um mercado digital mais inclusivo e equilibrado.

Diante desse cenário, a simples afirmação da necessidade de um modelo normativo semelhante ao europeu não é suficiente: é indispensável discutir sua operacionalização no contexto institucional brasileiro. Em termos legislativos, uma resposta adequada parece exigir a combinação entre uma disciplina específica e o fortalecimento do sistema já existente. Uma possibilidade seria a aprovação de legislação infraconstitucional própria sobre geodiscriminação digital, inspirada no Regulamento (UE) 2018/302, com definição clara de condutas proibidas, critérios de justificação, deveres de transparência algorítmica e mecanismos administrativos de fiscalização. Alternativamente, poder-se-ia avançar por meio de um processo de reforma legislativa setorial, mediante atualização do Código de Defesa do Consumidor e do Marco Civil da Internet, incorporando dispositivos expressos sobre *geo-pricing* e *geo-blocking*, o que reduziria incertezas interpretativas e fortaleceria a tutela preventiva.

No plano institucional, qualquer modelo normativo eficaz deverá articular, necessariamente, a Autoridade Nacional de Proteção de Dados com o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. A ANPD, à luz das competências previstas na Lei Geral de Proteção de Dados, teria papel central na regulação do tratamento de dados pessoais utilizados para segmentação territorial e precificação algorítmica, especialmente no que se refere à transparência, à revisão de decisões automatizadas e à responsabilização dos agentes de tratamento. Já a Secretaria Nacional do Consumidor (SENA-CON), os Procons e o Ministério Público seriam responsáveis pela fiscalização das práticas comerciais, repressão às condutas abusivas e tutela coletiva dos direitos dos consumidores. Um modelo cooperativo, com protocolos formais de atuação conjunta, intercâmbio de informações, coordenação sancionatória e definição de competências complementares, parece imprescindível para evitar sobreposição de funções e assegurar efetividade.

Ainda assim, a adoção de um marco normativo semelhante ao europeu não se faria sem desafios. Será necessário enfrentar a fragmentação institucional, fortalecer capacidades técnicas estatais para auditoria de sistemas automatizados, estruturar mecanismos eficientes de supervisão contínua e garantir instrumentos processuais céleres para tutela coletiva. Mesmo assim, a experiência europeia demonstra que a existência de parâmetros normativos claros, combinados com uma arquitetura institucional cooperativa, produz melhores níveis de proteção, previsibilidade regulatória e confiança no mercado digital. Portanto, mais do que uma recomendação abstrata, a adoção de um modelo brasileiro de enfrentamento ao *geo-pricing* e ao *geo-blocking* demanda escolhas legislativas e institucionais concretas, que integrem proteção de dados, tutela do consumidor e igualdade material no ambiente digital.

Contribución de los autores

Ambos autores participaron de manera equitativa en la concepción de la investigación, la revisión bibliográfica, el análisis de los resultados, la redacción del manuscrito y la revisión final del texto.

Declaración de conflicto de intereses

Los autores declaran no tener conflicto de interés.

Sobre los autores

Pablo Martins Bernardi Coelho: Profesor Adjunto del curso de Derecho de la Universidad del Estado de Minas Gerais (UEMG), donde se desempeña como Director de la Unidad Académica de Araguari y Coordinador de Investigación y Extensión. Profesor de la Facultad Presidente Antônio Carlos (UNIPAC/Uberlândia) y Profesor Colaborador del Programa de Posgrado en Tecnologías, Comunicación y Educación de la Universidad Federal de Uberlândia (UFU). Posdoctor en Derecho por la Universidad Federal de Rio Grande (FURG). Líder del Centro de Estudios Interdisciplinarios de Derecho e Innovación (CEINDI/UEMG). Sus investigaciones se desarrollan en las áreas de gobernanza digital, tecnologías emergentes, democracia, derechos fundamentales e innovación institucional.

Diana Georges Freiha: Doctoranda en Derecho por la Universidad del Estado de Rio de Janeiro (UERJ). Magíster en Derecho por la UNESA. Investigadora visitante en el Lisbon Public Law Research Centre de la Universidad de Lisboa. Investigadora del Observatorio de la Justicia Multiportas y del Centro de Estudios Interdisciplinarios de Derecho e Innovación (CEINDI). Miembro del equipo editorial de la Revista Electrónica de Derecho Procesal (REDP) y del Instituto Brasileño de Derecho Procesal (IBDP).

Referências

- BEUC – Bureau Européen des Unions de Consommateurs (2024): *Digital fairness for consumers* (Bruxelas, BEUC, março). Disponível em: https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/BEUC-X-2024-032_Digital_fairness_for_consumers_Report.pdf [consulta: 31 jul. de 2025].
- BIONI, Bruno Ricardo (2021): *Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento*. 3. ed. (Rio de Janeiro, Forense).
- BRASIL (1988): *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988* (Brasília, Diário Oficial da União, 5 de outubro). Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm [consulta: 3 set. de 2025].

- BRASIL (1990): *Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990* (Código de Defesa do Consumidor) (Brasília, Diário Oficial da União, 12 de setembro).
- BRASIL (2011): *Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011*. Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (Brasília, Diário Oficial da União, 1 de dezembro).
- BRASIL (2014): *Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014* (Marco Civil da Internet) (Brasília, Diário Oficial da União, 24 de abril).
- BRASIL (2018): *Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018* (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD) (Brasília, Diário Oficial da União, 15 de agosto).
- CAVALIERI FILHO, Sergio (2022): *Programa de Direito do Consumidor*. 6. ed. (São Paulo, Atlas).
- COHEN, Julie E. (2012): *Configuring the Networked Self: Law, Code, and the Play of Everyday Practice* (New Haven, Yale University Press).
- COMISSÃO EUROPEIA (2020). *European Commission publishes first evaluation of Geo-blocking regulation*. ECC Netherlands, 17 dez. Disponível em: <https://www.eccnederland.nl/en/news/european-commission-publishes-first-evaluation-geo-blocking-regulation> [consulta: jan. de 2026].
- COMISSÃO EUROPEIA (2025). *Commission launches evaluation of Geo-blocking Regulation to assess its impact on the internal market. Shaping Europe's digital future*, 11 fev. Disponível em: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/commission-launches-evaluation-geo-blocking-regulation-assess-its-impact-internal-market> [consulta: jan. de 2026].
- CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA – CADE (2017): *Ato de Concentração nº 08700.000908/2017-83*. Uber Tecnologia (Brasília, CADE). Disponível em: <https://www.gov.br/cade> [consulta: abr. de 2025].
- CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA – CADE (2021): *Parecer técnico – Processo nº 08700.004185/2020-20*. Ato de Concentração – Empresa Mercado Livre (Brasília, CADE). Disponível em: <https://cade.gov.br> [consulta: 25 jan. de 2025].
- CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA – CNJ (2020): *Pacto Nacional do Judiciário pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável* (Brasília, CNJ). Disponível em: <https://www.cnj.jus.br> [consulta: 3 maio de 2025].
- CONSUMIDOR MODERNO (s. d.): *“Geopricing e geoblocking: entenda o que são e como funcionam”*. Consumidor moderno. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2020/02/12/geopricing-geoblocking/> [consulta: 12 mar. de 2024].
- COULDRY, Nick; MEJIAS, Ulises A. (2019): *The Costs of Connection: How Data is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism* (Stanford, Stanford University Press).

- CREMER, Jacques; DE MONTJOYE, Yves-Alexandre; SCHWEITZER, Heike (2019): *Competition policy for the digital era* (Luxemburgo, Publications Office of the European Union).
- DONEDA, Danilo (2021): *Da privacidade à proteção de dados pessoais: fundamentos da Lei Geral de Proteção de Dados*. 3. ed. (São Paulo, Revista dos Tribunais).
- EUROPEAN DATA PROTECTION BOARD (2023): *Guidelines 03/2022 on Deceptive Design Patterns in Social Media Platform Interfaces*. Versão final (Bruxelas, EDPB).
- FLORIDI, Luciano (2015): *The Onlife Manifesto* (New York, Springer). Disponível em: <https://www.springer.com/gp/book/9783319040929> [consulta: s. d.].
- INCOGNIA (s. d.): “What is a device fingerprint and what is it used for?”. *Incognia Blog*. Disponível em: <https://www.incognia.com/glossary/device-fingerprint>. [consulta: 2 fev. de 2024].
- KISS, Lilla Nóra (2019). A General Summary on Geo-Blocking in the EU. *European Studies: The Review of European Law, Economics and Politics*, v. 6[MZ1.1] [PMBC1.2], n. 1, p. 95-107.
- LÔBO, Paulo (2024): *Direito Civil: parte geral*. 13. ed. (São Paulo, SaraivaJur).
- MARQUES, Cláudia Lima (2023): *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 10. ed. (São Paulo, RT).
- MARTINS, João Victor Ruiz; RIBEIRO, Marcia Carla Pereira (2016): “Economia do compartilhamento, assimetria informacional e regulação econômica consumerista”. *Revista de Direito, Economia e Desenvolvimento Sustentável* (Curitiba), v. 2, n. 2, p. 34–52, jul./dez. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/322571653_Economia_do_Compartilhament_Assimetria_Informacional_e_Regulacao_Economica_Consumerista [consulta: 25 out. de 2024].
- MICKLITZ, Hans-W. (2020): *The Law of Political Economy: Transformation in the Function of Law* (Cambridge, Cambridge University Press).
- MICKLITZ, Hans-W. (2021): “Choice Architectures in the Digital Economy[MZ2.1] [PC2.2]: Towards a New Understanding of Digital Vulnerability”. *Journal of Consumer Policy*, 45(2), p. 175–200.
- MIRAGEM, Bruno (2023): *Curso de Direito do Consumidor*. 9. ed. (São Paulo, Forense).
- NUNES, Luís Antônio Rizzatto (2025): *Curso de direito do consumidor*. 16. ed. (São Paulo, Saraiva).
- OECD (2022): *Algorithms and Collusion: Competition Policy in the Digital Age* (Paris, OECD Publishing).
- ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS – ONU. Assembleia Geral (1985): *Resolução 39/248: Guidelines for Consumer Protection* (New York, ONU, 16 abril). Disponível em: <https://digitallibrary.un.org/record/104377> [consulta: 10 fev. 2025].

- ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS – ONU (2015): *Transformando o nosso mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável* (NewYork, ONU). Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs> [consulta: 3 jul. 2024].
- PARLAMENTO EUROPEU (2023): *Report on the implementation of the 2018 Geoblocking Regulation* (Bruxelas, Parlamento Europeu).
- PASQUALE, Frank (2016): *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information* (Cambridge, Harvard University Press).
- PECK, Patrícia (2021): *Direito Digital*. 8. ed. (São Paulo, Saraiva).
- RAWLS, John (2019): *Justiça como equidade: uma reformulação* (São Paulo, Martins Fontes).
- SOLOVE, Daniel; CITRON, Danielle (2022): “Privacy Harms”. *Boston University Law Review*, v. 102, p. 793–864.
- STRECK, Lênio Luiz (2021): *Hermenêutica Jurídica e(m) Crise: uma exploração hermenêutica da construção do Direito*. 4. ed. (Porto Alegre, Livraria do Advogado).
- STUCKE, Maurice; EZRACHI, Ariel (2020): *Competition Overdose: How Free Market Mythology Transformed Us from Citizen to Consumer* (New York, Harper Business).
- TARGA, Maria Luiza Baillo (2023): “Discriminação e direito do consumidor: as práticas de geoblocking e geoprising nas relações digitais de consumo”. *Revista de Direito do Consumidor* (São Paulo), v. 32, n. 147, p. 105–141, maio/junho.
- UNIÃO EUROPEIA (2012): Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia. Diário Oficial da União Europeia, C 326, p. 391–407, 26 outubro. Disponível em: https://eur-lex.europa.eu/eli/treaty/char_2012/oj [consulta: 10 nov. 2024].
- UNIÃO EUROPEIA (2016a): Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril de 2016 (Regulamento Geral de Proteção de Dados – RGPD). Diário Oficial da União Europeia, L 119, p. 1–88, 4 maio. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj> [consulta: 2 out. 2024].
- UNIÃO EUROPEIA (2016b): Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia (TFUE). Versão consolidada. Diário Oficial da União Europeia, C 202, p. 47–390, 7 junho. Disponível em: https://eur-lex.europa.eu/eli/treaty/tfeu_2016/oj [consulta: 3 nov. 2024].
- UNIÃO EUROPEIA (2006): Diretiva 2006/123/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de dezembro de 2006, relativa aos serviços no mercado interno. Diário Oficial da União Europeia, L 376, p. 36–68, 27 dezembro. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2006/123/oj> [consulta: 10 ago. 2024].
- UNIÃO EUROPEIA. Parlamento Europeu; Conselho da União Europeia (2018): Regulamento (UE) 2018/302, de 28 de fevereiro de 2018, relativo à prevenção de bloqueios geográficos injustificados. Diário Oficial da União Europeia, L 60 I/1, 2 março.

VAN DIJK, Jan A. (2020): *The Network Society*. 4. ed. (London, Sage).

ZUBOFF, Shoshana (2021): *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano frente às novas fronteiras do poder* (Tradução de SCHLESINGER, George) (Rio de Janeiro, Intrínseca).

Jurisprudência citada

a) Sentenças de tribunais estrangeiros ou internacionais

Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro v. Decolar.com Ltda. (2019): Superior Tribunal de Justiça – Brasil, 10 de dezembro de 2019 (recurso ordinário em mandado de segurança nº 61.306 – RJ). Disponível em: <https://www.stj.jus.br/websecstj/cgi/revista/REJ.cgi/MON?CodOrgaoJgdr=&SeqCgrmaSessao=&dt=20191210&formato=PDF&nreg=201901992746&salvar=false&seq=103619332&tipo=0> [consulta: 08 jan. de 2025].

Ryanair Ltd v. PR Aviation BV (2015): Tribunal de Justiça da União Europeia, 15 de janeiro de 2015 (assunto C-30/14). Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex:62014CJ0030> [consulta: 18 jan. de 2025].

Wathelet v. Garage Bietheres & Fils SPRL (2016): Tribunal de Justiça da União Europeia, 4 de outubro de 2016 (assunto C-149/15). Disponível em: <https://curia.europa.eu> [consulta: 2 nov. de 2024].