LexCult

| ARTIGOS

DOI: https://doi.org/10.30749/2594-8261.v10n1p118-146

GEOPRICING E GEOBLOCKING NAS RELAÇÕES DE CONSUMO: PROTEÇÃO DE DADOS, DIFERENCIAÇÃO GEOGRÁFICA E RESPONSABILIDADE CIVIL NO ORDENAMENTO BRASILEIRO

GEOPRICING AND GEOBLOCKING IN CONSUMER RELATIONS: DATA PROTECTION, GEOGRAPHIC DIFFERENTIATION AND CIVIL LIABILITY UNDER BRAZILIAN LAW

Alice De Souza Araujo Barros [1]
Angela Maria Evangelista [2]
Gilmar Felipe Meireles Vital [3]

Resumo: Este artigo analisa em que medida as práticas de geopricing e geoblocking, quando baseadas na localização geográfica e em mecanismos de personalização digital, podem produzir diferenciações juridicamente problemáticas nas relações de consumo e quais instrumentos do ordenamento brasileiro podem contribuir para sua prevenção, controle e responsabilização. Adota-se abordagem qualitativa, exploratória, bibliográfica e documental. O corpus analítico reúne literatura especializada, fontes normativas primárias, documentos oficiais relacionados ao caso Decolar.com e a experiência regulatória da União Europeia, com levantamento orientado pelos descritores geopricing, geoblocking, geodiscriminação, geolocalização, dados pessoais, perfilização, precificação personalizada, discriminação algorítmica, responsabilidade civil e ilícito lucrativo. A análise interpretativa e comparativa foi organizada em categorias relacionadas à diferenciação geográfica, ao tratamento de dados, à proteção do consumidor, à responsabilidade civil e aos mecanismos de prevenção. Os achados indicam que a localização não caracteriza, por si só, ilicitude: a análise depende do critério territorial empregado, da finalidade, da base jurídica, da adequação e necessidade do tratamento, da transparência, dos impactos produzidos e da eventual ocorrência de abusividade, dano e vantagem indevida. Verifica-se, ainda, que a distinção entre

[1] Mestra em Administração pela UNIGRANRIO, graduada em Administração, Logística e Pedagogia, além de especializações em Auditoria e Controladoria, Consultoria e Planejamento Empresarial, Gestão em Logística e Docência no Ensino Superior. Docente pelo UNIABEU - Centro Universitário. http://orcid.org/0000-0003-0763-5503

[2] Mestre em Direito pela Universidade Gama Filho. Docente pelo UNIABEU - Centro Universitário e Cândido Mendes. http://orcid.org/0009-0001-2121-3879

[3] Bacharel em Direito pelo Uniabeu – Centro Universitário, Especialista em Direito Penal e Processual penal. http://orcid.org/0009-0003-4204-6242

informação de localização e dado pessoal é juridicamente relevante e que o art. 20 da LGPD reforça a tutela diante de decisões automatizadas que afetem o consumidor. Como contribuição, o estudo sistematiza uma matriz de critérios jurídicos para avaliar diferenciações geográficas e demonstra a necessidade de articulação entre CDC, LGPD, Marco Civil da Internet, direitos fundamentais e responsabilidade civil, sem equiparar automaticamente diferenciação territorial a discriminação ilícita.

Palavras-chave: Geopricing. Geoblocking. Relações de consumo. Proteção de dados. Geodiscriminação. Responsabilidade civil.

Abstract: This article examines the extent to which geopricing and geoblocking practices, when based on geographic location and digital personalization mechanisms, may produce legally problematic differentiation in consumer relations and which instruments of Brazilian law may contribute to their prevention, control, and accountability. A qualitative, exploratory, bibliographic, and documentary approach was adopted. The analytical corpus comprises specialized literature, primary legal sources, official documents concerning the Decolar.com case, and the European Union regulatory experience, with the review guided by the descriptors geopricing, geoblocking, geodiscrimination, geolocation, personal data, profiling, personalized pricing, algorithmic discrimination, civil liability, and profitable wrongdoing. Interpretive and comparative analysis was organized into categories concerning geographic differentiation, data processing, consumer protection, civil liability, and preventive mechanisms. The findings indicate that location, by itself, does not establish unlawful conduct: assessment depends on the territorial criterion used, purpose, legal basis, adequacy and necessity of processing, transparency, impacts, and the possible occurrence of abusive conduct, damage, and undue economic benefit. The study also shows that distinguishing location information from personal data is legally relevant and that Article 20 of the Brazilian General Data Protection Law strengthens protection against automated decisions affecting consumers. As its contribution, the article systematizes a matrix of legal criteria for assessing geographic differentiation and demonstrates the need to articulate consumer law, data protection, Internet law, fundamental rights, and civil liability without automatically equating territorial differentiation with unlawful discrimination.

Keywords: Geopricing. Geoblocking. Consumer relations. Data protection. Geodiscrimination. Civil liability.

Recebido em: 27/08/2026
Aceito para publicação em: 01/10/2026

1. INTRODUÇÃO

A expansão do comércio eletrônico e a crescente incorporação de tecnologias digitais às atividades empresariais modificaram profundamente as relações estabelecidas entre fornecedores e consumidores. Plataformas digitais passaram a dispor de recursos capazes de coletar, organizar e processar grandes volumes de informações sobre seus usuários, permitindo a personalização de ofertas, serviços e condições comerciais. Nesse cenário, a localização geográfica passou a constituir

uma variável potencialmente relevante para a organização dos mercados digitais e para a definição das condições apresentadas aos consumidores.

Entre as práticas associadas a esse contexto encontram-se o *geopricing* e o *geoblocking*. O primeiro corresponde à utilização da localização geográfica do consumidor como elemento para estabelecer ou modificar preços e condições econômicas de uma oferta; o segundo envolve a restrição, diferenciação ou impossibilidade de acesso a determinados produtos, serviços ou conteúdos em razão da localização do usuário. A literatura especializada demonstra que essas práticas podem estar relacionadas a fatores legítimos, como custos logísticos, tributação ou características específicas do mercado, mas também podem ser utilizadas em estratégias de personalização baseadas em informações pessoais.

O problema assume maior complexidade quando a localização é tratada conjuntamente com outras informações e incorporada a mecanismos de perfilização e decisão automatizada. Basan e Faleiros Júnior (2021) relacionam o *geopricing* e o *geoblocking* à geolocalização, ao *profiling* e à discriminação algorítmica, demonstrando que a tecnologia pode permitir diferenciações que não são necessariamente perceptíveis pelos consumidores. Ferneda, Ziliotto e Klein (2023), por sua vez, ampliam essa discussão ao relacionar o tratamento econômico de dados às assimetrias informacionais e às transformações dos mercados digitais.

A questão, entretanto, não pode ser resolvida pela afirmação de que toda diferenciação geográfica constitui discriminação ilícita. Frazão (2018) e Vita e Costa (2023) indicam que diferenças territoriais podem decorrer de fatores objetivos e juridicamente justificáveis, enquanto Franco e Marini (2025) ressaltam que as relações de consumo digitais ampliam os desafios de transparência e controle das práticas comerciais. O ponto jurídico relevante, portanto, é identificar quando a diferenciação deixa de refletir uma razão objetiva relacionada ao mercado e passa a explorar, de modo opaco ou desproporcional, informações sobre o consumidor.

A proteção dos dados pessoais acrescenta uma dimensão específica ao problema. Frazão (2020) e Marques e Mucelin (2021) evidenciam o valor econômico dos dados e sua incorporação aos modelos de negócio. Essa dimensão exige distinguir a informação meramente espacial do dado pessoal: a localização integra o conceito de dado pessoal da LGPD quando estiver relacionada a pessoa natural identificada ou identificável. Assim, quando a localização é utilizada para determinar

condições econômicas ou de acesso, a análise deve alcançar tanto a relação contratual quanto a legitimidade do tratamento dos dados envolvidos.

No ordenamento brasileiro, a análise articula a Constituição Federal, especialmente a igualdade, a intimidade, a vida privada e a defesa do consumidor (Brasil, 1988); o Código de Defesa do Consumidor, sobretudo quanto à informação, vulnerabilidade e práticas abusivas (Brasil, 1990); o Marco Civil da Internet (Brasil, 2014); e a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, que estabelece princípios, direitos e deveres relativos ao tratamento de dados (Brasil, 2018a). A legislação, portanto, oferece parâmetros que devem ser aplicados de forma integrada, sem pressupor que toda diferença territorial seja ilícita.

A discussão também alcança a responsabilidade civil. Quando o tratamento irregular de dados ou a diferenciação injustificada produz dano, a LGPD prevê dever de reparação nos termos de seu art. 42, sem prejuízo dos mecanismos do Direito do Consumidor. Em paralelo, a teoria do ilícito lucrativo, desenvolvida por Levy (2012), Rosenvald (2019) e Antunes (2019), permite discutir situações em que a vantagem econômica obtida com a conduta ilícita não se confunde com o dano individualmente mensurado. A análise, contudo, deve distinguir reparação, restituição, sanções administrativas e eventual função punitiva.

Diante desse cenário, o problema de pesquisa consiste em investigar: em que medida as práticas de *geopricing* e *geoblocking*, fundamentadas na utilização de dados de localização e em mecanismos de personalização digital, podem produzir discriminação nas relações de consumo e quais instrumentos jurídicos são capazes de assegurar a proteção dos consumidores no ordenamento brasileiro?

O objetivo geral é analisar em que medida as práticas de geopricing e geoblocking podem produzir diferenciação geográfica juridicamente relevante nas relações de consumo, considerando a proteção do consumidor, a tutela dos dados pessoais e os mecanismos de responsabilidade civil aplicáveis ao ambiente digital. Especificamente, busca-se: (a) caracterizar as práticas de geopricing e geoblocking e seus efeitos; (b) examinar a relação entre geolocalização, perfilização, tratamento de dados e decisões automatizadas; (c) estabelecer critérios jurídicos para distinguir diferenciações territoriais justificáveis de práticas potencialmente abusivas; e (d) analisar os mecanismos de responsabilidade e de aprimoramento da tutela brasileira, em diálogo com a experiência da União Europeia.

A pesquisa justifica-se pela necessidade de compreender fenômenos decorrentes da transformação digital das relações de consumo que podem permanecer invisíveis ao consumidor. A utilização de tecnologias de localização e análise de dados pode ampliar a eficiência econômica e permitir maior personalização dos serviços, mas também pode aprofundar assimetrias informacionais e criar novas formas de diferenciação entre consumidores. Investigar os limites jurídicos dessas práticas contribui, portanto, para o debate sobre a compatibilização entre inovação tecnológica, liberdade econômica, proteção de dados, igualdade e defesa do consumidor.

Para alcançar os objetivos, realizou-se pesquisa qualitativa, exploratória, bibliográfica e documental, com seleção das fontes por pertinência temática e aderência ao problema de pesquisa. O percurso metodológico, os critérios de seleção e as categorias de análise são detalhados na seção 3. O artigo está organizado em cinco partes: introdução; referencial teórico; metodologia; análise e discussão; e conclusão.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. GEOPRICING E GEO-BLOCKING: CONCEITOS, CARACTERÍSTICAS E DISTINÇÕES

A transformação tecnológica das relações de consumo permitiu que informações relacionadas à localização dos usuários passassem a integrar estratégias empresariais de comercialização. Nesse contexto, Frazão (2018) identifica novas possibilidades de diferenciação dos consumidores relacionadas à utilização de informações geográficas. Para a autora, a análise jurídica dessas práticas não deve partir da premissa de que toda diferenciação seja ilícita, mas deve investigar a existência de fundamento capaz de justificar o tratamento distinto.

Vaz e Dias, da Silva Sant'Anna e Frazão Keller (2020) distinguem o geopricing do geoblocking a partir dos efeitos produzidos sobre o consumidor. Enquanto o primeiro está associado à utilização da localização para estabelecer diferentes condições de preço, o segundo envolve restrições ou diferenciações de acesso em razão da localização. Essa distinção permite compreender que as duas práticas possuem características próprias, embora possam utilizar tecnologias semelhantes.

Basan e Faleiros Júnior (2021) ampliam essa compreensão ao relacionarem

ambas as práticas à geolocalização, à formação de perfis e à discriminação algorítmica. A localização, nesse contexto, deixa de ser apenas uma informação espacial e passa a funcionar como variável capaz de participar de processos automatizados de decisão comercial.

A experiência relacionada à plataforma Decolar.com, discutida pelos autores, demonstra a relevância concreta dessa questão. O episódio envolveu diferenças de preços e disponibilidade de hospedagens relacionadas à localização dos consumidores, evidenciando que a utilização de informações geográficas pode produzir efeitos econômicos concretos sobre as relações de consumo.

Frazão (2018), entretanto, oferece uma importante ponderação. A existência de preços diferentes entre consumidores localizados em regiões distintas não permite, isoladamente, concluir pela ilicitude. Diferenças relacionadas a transporte, tributação, custos operacionais ou características específicas da prestação podem possuir justificativa econômica objetiva.

Vita e Costa (2023) aproximam-se dessa compreensão ao sustentarem que a diferenciação de preços e a geodiscriminação não devem ser classificadas previamente como lícitas ou ilícitas. A análise deve considerar as circunstâncias concretas e a compatibilidade da prática com as normas jurídicas aplicáveis.

2.2. GEOLOCALIZAÇÃO, TRATAMENTO DE DADOS E PERSONALIZAÇÃO NO AMBIENTE DIGITAL

A geolocalização tornou-se elemento importante para o funcionamento de diferentes serviços digitais. Machado e Mendes (2020) demonstram que informações relacionadas à localização podem integrar processos de perfilamento e produzir inferências sobre indivíduos e grupos. O risco, portanto, não está apenas no conhecimento da localização em si, mas também nas conclusões que podem ser produzidas a partir do cruzamento dessa informação com outros dados.

Basan e Faleiros Júnior (2021) relacionam essa dinâmica ao *profiling*, demonstrando que sistemas empresariais podem utilizar informações sobre usuários para estabelecer classificações e orientar decisões comerciais. Nesse processo, a localização pode ser incorporada a outros elementos do perfil do consumidor, aumentando a capacidade de personalização.

Chala, Burille e Paulo (2021) relacionam a geodiscriminação eletrônica

diretamente à proteção de dados pessoais. Essa aproximação é importante porque demonstra que práticas aparentemente relacionadas apenas à precificação ou ao acesso podem, na realidade, envolver operações de tratamento de dados submetidas ao regime jurídico da LGPD.

Quinelato (2021) acrescenta que a precificação personalizada constitui uma das possibilidades econômicas decorrentes do tratamento de dados. A utilização de informações pessoais pode permitir que fornecedores adaptem preços e ofertas às características identificadas de determinados consumidores.

Mucelin, Bergstein e Martini (2020) aproximam essa discussão da relação entre perfilização, precificação discriminatória e proteção do consumidor. Os autores demonstram a necessidade de articulação entre diferentes campos jurídicos, uma vez que a utilização de dados pessoais pode interferir diretamente nas condições econômicas oferecidas aos consumidores.

Santos (2024), ao analisar o emprego de *cookies* e *big data* na personalização de preços, evidencia que o aumento da capacidade de processamento de informações amplia as possibilidades de individualização das relações comerciais. Essa expansão, entretanto, reforça a necessidade de transparência e de observância dos limites estabelecidos pela legislação de proteção de dados e pelo Direito do Consumidor.

A literatura, portanto, demonstra que a geolocalização deve ser compreendida como parte de um processo mais amplo de tratamento de dados. O problema jurídico não decorre simplesmente da possibilidade técnica de identificar a localização, mas da transformação dessa informação em elemento utilizado para produzir consequências econômicas.

2.3. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR E PRINCÍPIO DA NÃO DISCRIMINAÇÃO NO AMBIENTE DIGITAL

A transformação digital modifica as formas de manifestação da vulnerabilidade do consumidor. Ferneda, Ziliotto e Klein (2023) relacionam geopricing e geoblocking à utilização de dados em mercados digitais, enquanto Franco e Marini (2025) destacam que a relação de consumo digital amplia os desafios de transparência, informação e controle das práticas comerciais. Barboza e Winter (2026) contribuem para compreender a dimensão tecnológica e informacional da vulnerabilidade, sem tratar seu estudo como específico de geopricing ou geoblocking.

Frazão (2018) destaca que a utilização de dados para estabelecer condições diferenciadas pode dificultar a percepção do consumidor acerca dos critérios empregados pelo fornecedor. Essa assimetria é relevante porque o consumidor pode visualizar apenas o preço ou a disponibilidade final, sem conhecer as variáveis que conduziram ao resultado. Motta e Asensi (2024) também evidenciam que a digitalização pode produzir exclusões quando o acesso a serviços e procedimentos depende de condições tecnológicas não igualmente disponíveis.

Vita e Costa (2023) contribuem para evitar uma interpretação absoluta do princípio da igualdade: tratamentos distintos não são necessariamente ilícitos quando sustentados por critérios juridicamente justificáveis. No ambiente digital, essa análise deve ser combinada com a vulnerabilidade do consumidor e com a transparência das práticas, especialmente quando a diferenciação resulta de dados ou inferências não perceptíveis.

A distinção entre diferenciação justificável e tratamento abusivo exige critérios verificáveis. Devem ser considerados, conjuntamente, o critério territorial utilizado, a finalidade econômica ou operacional, a base jurídica, a adequação e necessidade do tratamento, a transparência, o impacto sobre preço ou acesso e a eventual produção de dano ou vantagem indevida.

O Código de Defesa do Consumidor estabelece parâmetros relevantes para essa avaliação, entre eles a vulnerabilidade do consumidor e o direito à informação adequada e clara (Brasil, 1990). A disciplina das práticas abusivas também deve ser considerada quando a diferenciação restringir injustificadamente a escolha ou estabelecer condições incompatíveis com a boa-fé e o equilíbrio contratual.

Basan e Faleiros Júnior (2021) mostram que a discriminação algorítmica pode ampliar a dificuldade de identificação dessas práticas, pois sistemas automatizados podem produzir resultados sem revelar ao consumidor as variáveis utilizadas. A questão torna-se ainda mais sensível quando a localização é combinada com histórico de navegação, comportamento de compra ou outros elementos de perfil.

O conjunto dessas contribuições indica que a tutela do consumidor digital depende não apenas da igualdade formal, mas também da possibilidade de compreender e contestar os processos que determinam preços, ofertas e condições de acesso. Nesse ponto, transparência e controle institucional complementam a proteção individual.

2.4. PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E RESPONSABILIDADE CIVIL

Frazão (2020) demonstra que os dados pessoais assumiram posição estratégica na economia contemporânea e passaram a integrar modelos de negócio e processos de tomada de decisão. Marques e Mucelin (2021) também ressaltam a dimensão econômica das informações pessoais. A consequência, para o presente estudo, é que a utilização da localização deve ser examinada não apenas como mecanismo comercial, mas como possível operação de tratamento de dados.

A LGPD estabelece princípios de finalidade, adequação, necessidade, transparência, segurança, prevenção e não discriminação, entre outros (Brasil, 2018a). Esses parâmetros são relevantes quando a localização é empregada para personalização de preços ou para restringir o acesso a ofertas. Santos, Rodrigues, Vilela e Ferreira (2026), ao discutirem análise territorial e inteligência artificial em contexto socioassistencial, reforçam, em outro campo, a importância de compreender como dados territoriais podem integrar processos automatizados de apoio à decisão.

A localização, contudo, não é automaticamente dado pessoal. Ela assume essa natureza, para fins da LGPD, quando estiver relacionada a uma pessoa natural identificada ou identificável. A distinção é importante porque evita atribuir proteção de dados a toda informação geográfica indistintamente e, ao mesmo tempo, impede que a utilização de localização vinculada a indivíduos seja tratada como simples dado espacial.

A questão alcança diretamente as decisões automatizadas. O art. 20 da LGPD 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 seu perfil de consumo, além de prever o fornecimento de informações claras e adequadas sobre critérios e procedimentos utilizados, ressalvados os segredos comercial e industrial (Brasil, 2018a). Esse dispositivo é especialmente relevante quando a personalização interfere no preço, na oferta ou no acesso.

Maimone (2022) relaciona a proteção de dados à responsabilidade civil, destacando a necessidade de respostas adequadas às violações. A LGPD prevê reparação por danos patrimoniais e morais, individuais ou coletivos, decorrentes de tratamento realizado em violação à legislação, nos termos do art. 42 (Brasil, 2018a). A responsabilidade civil, portanto, deve ser diferenciada das sanções administrativas

aplicáveis pela autoridade competente.

A questão torna-se mais complexa quando a conduta produz vantagem econômica. Nesse ponto, a teoria do ilícito lucrativo pode funcionar como instrumento doutrinário de problematização, mas não substitui os requisitos específicos da responsabilidade civil nem cria, por si só, uma regra automática de restituição do lucro obtido.

2.5. RESPONSABILIDADE CIVIL PELO ILÍCITO LUCRATIVO

Levy (2012) propõe ampliar a perspectiva tradicional da responsabilidade civil para considerar as condutas lesivas e os benefícios que delas podem resultar. O ponto de partida é evitar que uma conduta antijurídica permaneça economicamente vantajosa para o responsável.

Rosenvald (2019) desenvolve a responsabilidade civil pelo ilícito lucrativo a partir da ideia de que determinadas condutas podem produzir vantagem econômica superior ao dano individualmente identificado. A construção interessa ao presente estudo porque práticas digitais podem ser escaláveis e gerar benefícios econômicos que não se revelam integralmente em cada dano individual.

Antunes (2019) acrescenta que a consideração do proveito econômico não implica necessariamente a adoção de um sistema geral de danos punitivos. A análise pode envolver a remoção de vantagens indevidamente obtidas, desde que observados os fundamentos jurídicos aplicáveis ao caso.

Por isso, a teoria do ilícito lucrativo deve ser delimitada no artigo como construção doutrinária complementar. Ela não se confunde com indenização compensatória, restituição automática de lucros, sanção administrativa ou punição civil. Sua utilidade está em permitir que a análise considere, quando juridicamente pertinente, a vantagem econômica vinculada causalmente à conduta ilícita.

No contexto dos dados pessoais, essa discussão se articula com a responsabilidade prevista na LGPD e com os mecanismos de tutela do consumidor. O benefício econômico do agente pode ser relevante para a análise de sanções administrativas, pois a própria LGPD o inclui entre os critérios de aplicação das sanções, mas isso não significa transferência automática desse benefício à vítima (Brasil, 2018a).

3. METODOLOGIA

A pesquisa é qualitativa, exploratória, bibliográfica e documental. O objeto de investigação compreende as práticas de geopricing e geoblocking, sua relação com geolocalização e tratamento de dados pessoais, seus efeitos sobre a proteção do consumidor e os mecanismos de responsabilidade civil aplicáveis.

A natureza exploratória decorre da necessidade de articular conceitos provenientes do Direito do Consumidor, da proteção de dados, da regulação do ambiente digital e da responsabilidade civil. Gil (2019) fundamenta a pesquisa exploratória como estratégia de aproximação e delimitação de problemas cuja compreensão exige levantamento e organização de diferentes contribuições.

A abordagem qualitativa foi escolhida porque o estudo interpreta conceitos jurídicos, argumentos doutrinários, normas e documentos institucionais, sem realizar mensuração estatística de comportamento de consumidores. Minayo (2014) sustenta a pertinência da abordagem qualitativa para fenômenos cuja compreensão depende de significados, relações e interpretações.

O procedimento bibliográfico contemplou livros, artigos científicos, teses e dissertações diretamente relacionados a geopricing, geoblocking, geodiscriminação, geolocalização, perfilização, precificação personalizada, discriminação algorítmica, proteção do consumidor, proteção de dados e responsabilidade civil. Foram priorizadas fontes publicadas ou atualizadas até agosto de 2026, sem excluir obras anteriores consideradas fundamentais para a construção conceitual.

Foram adotados como critérios de inclusão: pertinência direta ao problema de pesquisa; contribuição para pelo menos uma das categorias analíticas; identificação bibliográfica suficiente; e, no caso de questões normativas, preferência por fontes primárias. Foram excluídos materiais duplicados, textos sem relação direta com o objeto e fontes secundárias utilizadas como substitutas de legislação ou documentos oficiais quando a fonte primária estava disponível.

A pesquisa documental concentrou-se na Constituição Federal, no Código de Defesa do Consumidor, no Marco Civil da Internet, na LGPD, no Regulamento (UE) 2018/302 e em documentos oficiais relativos ao caso Decolar.com. A utilização de fontes institucionais permitiu distinguir a descrição de fatos e decisões documentadas das interpretações construídas no artigo.

O levantamento foi orientado pelos descritores “geopricing”, “geoblocking”,

"geodiscriminação", "geolocalização", "dados pessoais", "perfilização", "precificação personalizada", "discriminação algorítmica", "responsabilidade civil" e "ilícito lucrativo", combinados de acordo com o objeto de cada eixo. Por se tratar de pesquisa bibliográfica qualitativa, e não de revisão sistemática, o número bruto de resultados recuperados não foi utilizado como unidade de análise; o corpus final foi delimitado pela pertinência e pelas fontes efetivamente mobilizadas na argumentação.

A análise foi organizada com apoio da análise de conteúdo de Bardin (2016), compreendida em três movimentos: pré-análise, com leitura e delimitação do corpus; exploração do material, com codificação dos trechos segundo categorias; e tratamento e interpretação, mediante comparação das categorias e identificação de convergências, tensões e lacunas. As categorias foram definidas de forma predominantemente dedutiva a partir dos objetivos do estudo, com abertura para subcategorias emergentes durante a leitura.

As categorias analíticas foram: (1) caracterização e efeitos do geopricing e do geoblocking; (2) geolocalização, perfilização e tratamento de dados; (3) proteção do consumidor, igualdade, informação e transparência; (4) responsabilidade civil e ilícito lucrativo; e (5) mecanismos de prevenção, fiscalização e aprimoramento da tutela jurídica. Os quadros apresentados no capítulo 4 são sínteses analíticas construídas a partir dessas categorias, e não resultados de pesquisa empírica.

Não foram realizadas entrevistas, questionários, experimentos ou coleta direta de dados pessoais. O estudo é documental e bibliográfico. Essa delimitação impede generalizações empíricas sobre o comportamento de consumidores e direciona a contribuição do artigo para a sistematização de critérios jurídicos aplicáveis à análise das práticas investigadas.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DA LITERATURA

4.1. GEOPRICING E GEOBLOCKING COMO PRÁTICAS DE DIFERENCIAÇÃO NO MERCADO DIGITAL

A análise do corpus permite distinguir duas práticas que compartilham o uso da localização, mas produzem efeitos distintos. O geopricing utiliza a localização como variável para estabelecer ou modificar preços ou condições econômicas; o geoblocking utiliza a localização para restringir, diferenciar ou impedir o acesso a ofertas, produtos, serviços ou conteúdos. A distinção é relevante porque o primeiro

incide diretamente sobre a dimensão econômica da contratação, enquanto o segundo pode atingir a própria disponibilidade da oferta (Vaz e Dias; Da Silva Sant'Anna; Frazão Keller, 2020; Basan; Faleiros Júnior, 2021).

A análise também afasta a ideia de que a diferença territorial seja, isoladamente, suficiente para caracterizar ilicitude. Frazão (2018) e Vita e Costa (2023) indicam que custos logísticos, tributários, operacionais ou características específicas do mercado podem justificar condições diferentes. O problema jurídico se intensifica quando o território é utilizado para inferir atributos do consumidor, sem justificativa objetiva, com baixa transparência ou com efeitos desproporcionais sobre preço, acesso ou liberdade de escolha.

O caso Decolar.com oferece documentação institucional concreta para essa discussão. Em 2018, o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), do Ministério da Justiça, informou decisão administrativa que aplicou multa de R$ 7,5 milhões à empresa por diferenciação de preços de acomodações e negativa de oferta de vagas, quando existentes, de acordo com a localização geográfica do consumidor. O Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro também informou o ajuizamento de ação civil pública em janeiro de 2018 envolvendo alegações de geo-pricing e geo-blocking. Esses documentos devem ser lidos como registros de atos administrativos e processuais, não como demonstração de que toda diferenciação territorial seja ilícita (Brasil, 2018b; Rio de Janeiro, 2018).

A partir do corpus e dos documentos analisados, propõe-se uma matriz de leitura jurídica da diferenciação geográfica. A matriz não constitui modelo empírico de detecção automática; trata-se de síntese analítica destinada a orientar a avaliação jurídica de casos concretos. Seus critérios são: critério territorial, finalidade, base jurídica, adequação e necessidade, transparência, impacto, abusividade ou dano e responsabilidade.

A aplicação conjunta desses critérios desloca a análise da pergunta abstrata “há diferença de preço ou acesso?” para perguntas juridicamente verificáveis: por que o território foi utilizado, qual dado foi empregado, qual sua relação com uma pessoa identificável, qual a finalidade do tratamento, qual a base jurídica, se o tratamento é adequado e necessário, se o consumidor foi informado, quais efeitos foram produzidos e se existe dano ou vantagem indevida. Essa sequência constitui a contribuição analítica central do artigo.

Quadro 1 – Matriz de critérios jurídicos para análise da diferenciação geográfica

Elemento	Questão de análise
Critério territorial	Qual informação de localização é utilizada e como ela se relaciona com o consumidor?
Finalidade	Qual finalidade econômica, operacional ou comercial justifica a diferenciação?
Base jurídica	Qual é a base jurídica do tratamento e sua compatibilidade com o ordenamento?
Adequação e necessidade	O uso da localização é adequado ao objetivo e limitado ao necessário?
Transparência	O consumidor consegue compreender que a localização influencia a oferta e, quando cabível, os critérios da decisão?
Impacto	Quais efeitos existem sobre preço, acesso, igualdade, liberdade de escolha e comparação de ofertas?
Abusividade e dano	Há arbitrariedade, opacidade, desproporcionalidade, dano ou restrição injustificada?
Responsabilidade	Há violação jurídica, nexo causal, dano e/ou vantagem econômica indevida que justifique responsabilização?

Fonte: elaborado pelos autores (2026), com base no corpus bibliográfico e documental analisado.

O Quadro 1, portanto, não representa resultado de experimento ou levantamento empírico. Ele sistematiza, a partir do corpus bibliográfico e documental, os critérios que devem orientar a análise jurídica da diferenciação geográfica. Sua utilidade está em tornar explícita a passagem entre descrição tecnológica e qualificação jurídica.

A diferenciação baseada em localização pode ser legítima quando estiver vinculada a fatores objetivos do mercado e for aplicada de modo adequado e transparente. Em sentido diverso, a utilização da localização para inferir disposição individual de pagamento, ocultar ofertas ou impor restrições não justificadas exige exame mais rigoroso à luz do CDC e da LGPD (Frazão, 2018; Quinelato, 2021; Mucelin; Bergstein; Martini, 2020).

Quando a localização é combinada com histórico de navegação, comportamento de compra, dispositivo ou outras variáveis, a prática deixa de ser apenas segmentação territorial e pode integrar perfilização. Nessa hipótese, a análise deve considerar também os princípios e direitos da LGPD, inclusive a disciplina das decisões automatizadas.

O resultado da primeira etapa da análise, portanto, é a identificação de uma condição de legitimidade: a diferenciação geográfica não pode ser qualificada apenas pelo resultado aparente. É necessário reconstruir o caminho entre informação territorial, finalidade, tratamento, decisão comercial e efeito sobre o consumidor.

4.2. GEOLOCALIZAÇÃO, PERFILIZAÇÃO E TRATAMENTO DE DADOS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

A segunda etapa da análise concentra-se na transformação da localização em informação utilizada para decisões econômicas. IP, GPS, redes Wi-Fi e outros mecanismos podem produzir diferentes níveis de precisão espacial. O mecanismo técnico, contudo, não é suficiente para definir a licitude: é necessário verificar se a informação está vinculada a pessoa identificada ou identificável e como será posteriormente tratada.

A LGPD define dado pessoal como a informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável (Brasil, 2018a). Assim, uma informação territorial abstrata não se torna automaticamente dado pessoal, mas uma localização vinculada a uma conta, dispositivo ou conjunto de elementos que permita identificar ou individualizar uma pessoa pode ingressar no regime de proteção da lei.

Essa distinção é relevante porque o risco jurídico não decorre apenas da obtenção da localização, mas de sua combinação com outros dados e de sua transformação em critério de decisão. Basan e Faleiros Júnior (2021), Machado e Mendes (2020) e Quinelato (2021) convergem ao mostrar que perfilização e personalização podem atribuir significado econômico a informações que, isoladamente, parecem neutras.

A precificação personalizada amplia essa complexidade. Quinelato (2021) e Mucelin, Bergstein e Martini (2020) indicam que dados pessoais podem ser utilizados para ajustar ofertas e preços. Santos (2024) acrescenta a discussão sobre cookies e big data, evidenciando a expansão da capacidade de individualização das relações comerciais.

O ponto de análise, entretanto, não é presumir que toda personalização seja abusiva. É necessário verificar finalidade, adequação, necessidade, transparência e não discriminação, além da relação entre o dado utilizado e o resultado produzido. Quando a localização é apenas uma variável objetiva de logística, sua função jurídica é distinta daquela em que o território é usado como proxy para inferir capacidade econômica ou disposição individual de pagamento.

A dimensão automatizada também precisa ser examinada. O art. 20 da LGPD garante ao titular o direito de solicitar revisão de decisões tomadas unicamente com base em tratamento automatizado que afetem seus interesses, inclusive aquelas

destinadas a definir perfil de consumo, e prevê informações claras e adequadas sobre critérios e procedimentos, observados os segredos comercial e industrial (Brasil, 2018a).

Consequentemente, quando geopricing ou geoblocking estiverem associados a decisões automatizadas baseadas em dados pessoais, a análise jurídica deve considerar não apenas o resultado comercial, mas também a possibilidade de revisão e a transparência compatível com a legislação. Essa conclusão decorre da articulação entre o regime de proteção de dados e os direitos do consumidor, e não da presunção de ilicitude de qualquer algoritmo.

A literatura sobre vulnerabilidade tecnológica reforça esse ponto. Guimarães, Guimarães e Silva (2026) discutem a assimetria decorrente de transformações tecnológicas em relações de consumo, enquanto Santos et al. (2026) demonstram, em outro domínio, como dados territoriais e inteligência artificial podem integrar processos de apoio à decisão. Esses estudos são utilizados aqui apenas para sustentar a dimensão tecnológica e informacional do problema, sem equipará-los a estudos específicos sobre geopricing ou geoblocking.

A síntese dessa etapa é que a geolocalização deve ser analisada em cadeia: obtenção da informação, vinculação a pessoa identificável, cruzamento com outras variáveis, formação de perfil, decisão automatizada ou não e efeito econômico. Essa cadeia permite identificar em que ponto surgem os deveres jurídicos relevantes.

4.3. LIMITES JURÍDICOS À DIFERENCIAÇÃO DE CONSUMIDORES NO AMBIENTE DIGITAL

A terceira etapa da análise busca estabelecer os limites jurídicos da diferenciação. O consumidor digital pode experimentar vulnerabilidade não apenas pela assimetria econômica ou informacional tradicional, mas também pela dificuldade de conhecer como dados e sistemas automatizados interferem na oferta. Ferneda, Ziliotto e Klein (2023), Franco e Marini (2025), Motta e Asensi (2024) e Barboza e Winter (2026) contribuem para essa compreensão sob perspectivas complementares.

No plano do Direito do Consumidor, a informação adequada e clara é elemento central. A prática deve ser examinada à luz da vulnerabilidade do consumidor, do direito à informação e da proteção contra práticas abusivas previstos no CDC (Brasil, 1990). A ocultação de ofertas ou a apresentação de condições

distintas sem justificativa inteligível pode afetar a liberdade de escolha, mas a qualificação jurídica depende do contexto concreto.

No plano da proteção de dados, devem ser considerados finalidade, adequação, necessidade, transparência e não discriminação, além dos direitos associados às decisões automatizadas (Brasil, 2018a). O fato de um preço ou acesso ser diferente não basta, por si só, para concluir pela violação da LGPD; é necessário verificar se houve tratamento de dado pessoal, qual foi sua base e finalidade e quais efeitos foram produzidos.

Com base na literatura e nas fontes normativas, a análise jurídica pode ser organizada em oito perguntas: (1) qual é o critério territorial; (2) qual é a finalidade; (3) qual a base jurídica; (4) o tratamento é adequado e necessário; (5) existe transparência suficiente; (6) quais são os impactos sobre preço, acesso e escolha; (7) há abusividade ou dano; e (8) estão presentes pressupostos de responsabilidade. Esse conjunto transforma a discussão abstrata em uma sequência de verificação jurídica.

A discriminação algorítmica merece tratamento específico. Quando o resultado decorre de sistema automatizado, a dificuldade de identificar o critério pode aumentar, mas a automatização não cria automaticamente ilicitude. O ponto relevante é saber se a decisão utiliza dados pessoais em desacordo com a legislação, se produz efeitos discriminatórios juridicamente relevantes e se os direitos de informação e revisão são respeitados.

A análise também exige distinguir localização de nacionalidade, residência, domicílio e perfil econômico. O Regulamento (UE) 2018/302 trata de situações específicas de discriminação baseada em nacionalidade, local de residência ou estabelecimento no mercado interno europeu; seu alcance não pode ser transposto automaticamente para o direito brasileiro nem para todo caso de geopricing (União Europeia, 2018).

O Quadro 2 é uma síntese analítica do corpus. Ele não mede frequência de ocorrência nem representa pesquisa empírica com consumidores. Sua finalidade é comparar os efeitos jurídicos potenciais das duas práticas e evidenciar que preço, acesso, informação, igualdade, dados pessoais e concorrência podem ser afetados por mecanismos diferentes.

A síntese permite afirmar, em termos jurídicos, que a proteção não depende

de proibir toda diferenciação territorial, mas de exigir justificativa, proporcionalidade, transparência e compatibilidade com os direitos do consumidor e do titular de dados. Essa formulação preserva a distinção entre estratégia comercial legítima e prática potencialmente abusiva.

Quadro 2 – Síntese analítica dos impactos potenciais do geopricing e do geoblocking

Dimensão	***Geopricing***	***Geoblocking***
Econômica	Pode produzir preços diferenciados	Pode impedir acesso a ofertas mais vantajosas
Informacional	Dificulta a identificação do critério de formação do preço	Pode ocultar a existência de ofertas disponíveis em outras regiões
Liberdade de escolha	Pode restringir a escolha econômica	Pode impedir o acesso à própria oferta
Igualdade	Pode produzir tratamento econômico diferenciado	Pode produzir tratamento desigual no acesso
Proteção de dados	Pode depender de perfilização baseada em localização	Pode utilizar localização para autorizar ou impedir acesso
Concorrência	Pode dificultar comparação de preços	Pode fragmentar mercados e limitar alternativas

Fonte: elaborado pelos autores (2026), como síntese analítica do corpus bibliográfico e documental; não constitui resultado de pesquisa empírica.

A comparação apresentada demonstra que os impactos do *geopricing* e do *geoblocking* ultrapassam a dimensão estritamente econômica da relação de consumo. Embora o *geopricing* esteja diretamente relacionado à possibilidade de diferenciação de preços e o *geoblocking* à restrição de acesso a produtos, serviços ou ofertas, ambas as práticas podem interferir na liberdade de escolha, na igualdade de tratamento e na capacidade do consumidor de compreender as condições às quais está sendo submetido.

Além disso, quando essas práticas são operacionalizadas mediante coleta, cruzamento e análise de dados de localização, seus efeitos passam a alcançar também a esfera da proteção de dados pessoais. Nesse sentido, a literatura analisada permite compreender que a vulnerabilidade do consumidor no ambiente digital não decorre apenas da diferença de conhecimento entre consumidor e fornecedor, mas também da assimetria informacional e tecnológica existente entre as partes.

Quanto maior a capacidade do fornecedor de conhecer, classificar e antecipar o comportamento do consumidor, maior é a necessidade de transparência e controle sobre os critérios utilizados para estabelecer diferentes preços, ofertas ou condições de acesso. Assim, os impactos identificados na tabela reforçam que a análise jurídica dessas práticas deve considerar conjuntamente a proteção econômica do consumidor, o direito à informação, a igualdade e a proteção dos dados pessoais.

A partir dessa síntese, verifica-se que, embora os efeitos imediatos das duas práticas sejam distintos, ambas possuem como elemento comum a utilização da localização geográfica para modificar as condições da relação de consumo. Por essa razão, a análise de sua legitimidade não pode se limitar ao resultado econômico produzido, devendo considerar também os critérios utilizados para a diferenciação, a transparência oferecida ao consumidor e os possíveis efeitos sobre seus direitos.

4.4. RESPONSABILIDADE CIVIL E APLICAÇÃO DA TEORIA DO ILÍCITO LUCRATIVO

A responsabilidade civil deve ser analisada apenas depois de demonstrada a ocorrência de uma prática juridicamente irregular e, quando exigido, de dano e nexo causal. A LGPD estabelece no art. 42 o dever de reparação quando o tratamento de dados causar dano patrimonial ou moral, individual ou coletivo, em violação à legislação de proteção de dados (Brasil, 2018a). O CDC oferece instrumentos próprios de tutela individual e coletiva, que devem ser considerados de forma complementar.

A responsabilidade civil não se confunde com a atuação administrativa. A LGPD prevê sanções administrativas no art. 52 e inclui a vantagem auferida ou pretendida pelo infrator entre os critérios de dosimetria. Esse dado normativo demonstra que o benefício econômico pode ser juridicamente relevante, mas não autoriza concluir que o lucro obtido seja automaticamente transferido à vítima como indenização (Brasil, 2018a).

Nesse ponto, a teoria do ilícito lucrativo, discutida por Levy (2012), Rosenvald (2019) e Antunes (2019), oferece uma chave doutrinária para problematizar situações em que a conduta ilícita gera benefício econômico. Sua utilização exige, contudo, distinção entre compensação do dano, restituição do proveito, sanção administrativa e eventual função punitiva.

Para o objeto deste artigo, a teoria é juridicamente pertinente quando houver

elementos que permitam relacionar: conduta juridicamente ilícita; tratamento irregular, quando houver dados pessoais; dano ou violação juridicamente relevante; vantagem econômica; e nexo causal. A mera existência de preços diferentes não satisfaz esses requisitos.

A vantagem econômica também pode ser analisada sob a perspectiva preventiva. Se um modelo de negócio conserva benefício econômico apesar de medidas compensatórias insuficientes, a discussão sobre remoção do proveito pode ganhar relevância. Isso, porém, depende da via jurídica adequada e não autoriza a criação, por interpretação doutrinária, de uma sanção não prevista no ordenamento.

A matriz analítica proposta no artigo, portanto, permite conectar a etapa de identificação da prática à responsabilidade: primeiro verifica-se a legitimidade da diferenciação; depois, a ocorrência de tratamento irregular ou prática abusiva; em seguida, os efeitos e danos; por fim, a existência de fundamentos para reparação, sanção ou outras medidas juridicamente cabíveis.

conduta ilícita → tratamento irregular → dano → vantagem econômica → nexo causal.

A principal contribuição desta etapa é delimitar o papel do ilícito lucrativo: ele amplia a discussão sobre a vantagem econômica decorrente da conduta, mas não substitui os regimes de responsabilidade do CDC e da LGPD, nem transforma toda vantagem comercial em lucro ilícito. Sua aplicação depende de demonstração jurídica e probatória em cada caso.

A principal contribuição dessa perspectiva é preventiva. Caso determinado modelo de negócio permita conservar vantagem econômica mesmo após a reparação de danos individuais, pode existir incentivo econômico à manutenção da prática.

4.5. LACUNAS E POSSIBILIDADES DE APRIMORAMENTO DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

A análise das fontes normativas e da literatura indica que o ordenamento brasileiro já dispõe de instrumentos para enfrentar parte relevante das práticas investigadas. O desafio não está apenas na ausência de norma específica, mas na articulação entre regimes jurídicos e na capacidade institucional de identificar práticas automatizadas e assimetrias informacionais.

A Constituição Federal fornece o fundamento geral de igualdade, proteção da

intimidade e defesa do consumidor (Brasil, 1988). O CDC estabelece direitos de informação e proteção contra práticas abusivas (Brasil, 1990), enquanto o Marco Civil da Internet disciplina princípios e direitos no ambiente digital (Brasil, 2014).

A LGPD acrescenta regras específicas sobre tratamento de dados pessoais, incluindo princípios de finalidade, adequação, necessidade, transparência e não discriminação, direitos do titular e disciplina das decisões automatizadas (Brasil, 2018a). Sua aplicação, entretanto, depende de a informação de localização enquadrar-se como dado pessoal no caso concreto.

Uma das principais lacunas práticas é a opacidade. O consumidor pode observar apenas o preço ou a indisponibilidade de determinada oferta, sem conhecer que sua localização participou da decisão. A solução jurídica não se resume à publicação de políticas extensas: a transparência deve ser compreensível e compatível com o direito à informação e com os direitos previstos na LGPD.

Outra dificuldade é a escala. Sistemas automatizados podem aplicar pequenas diferenças a grande número de consumidores. Guimarães, Guimarães e Silva (2026) e Barboza e Winter (2026) ajudam a compreender a dimensão tecnológica e informacional dessa vulnerabilidade, sem que seus objetos sejam confundidos com geopricing ou geoblocking.

A literatura também sugere que a capacidade de fiscalização precisa acompanhar a capacidade de personalização dos mercados digitais. A atuação articulada entre órgãos de defesa do consumidor e a autoridade de proteção de dados pode favorecer a identificação de padrões, especialmente quando a prática não é perceptível por comparação individual.

A educação e as ferramentas de comparação podem ampliar a capacidade de reação do consumidor, mas não substituem a fiscalização institucional. Franco e Marini (2025) reforçam a importância de mecanismos de informação e responsabilização nas relações de consumo digitais, enquanto Motta e Asensi (2024) evidenciam que barreiras tecnológicas podem ampliar situações de exclusão.

A partir dessas lacunas, a análise propõe quatro frentes de aprimoramento: transparência compreensível; fiscalização e cooperação institucional; educação e instrumentos de comparação; e responsabilização proporcional aos efeitos e fundamentos jurídicos da prática.

Quadro 3 – Frentes de aprimoramento da proteção do consumidor

Estratégia	Finalidade
Transparência compreensível	Permitir compreensão dos fatores relevantes para a oferta, nos limites do segredo comercial e industrial.
Fiscalização e cooperação institucional	Identificar padrões de diferenciação e articular proteção do consumidor e proteção de dados.
Educação e comparação	Ampliar a capacidade de identificar, comparar e contestar condições diferenciadas.
Responsabilização	Impedir que violações permaneçam sem resposta jurídica adequada aos danos e benefícios indevidos.

Fonte: elaborado pelos autores (2026), a partir da síntese das categorias analíticas e das fontes normativas examinadas.

A transparência deve permitir ao consumidor compreender, em nível compatível com a legislação, que fatores relevantes influenciaram a oferta. Isso não significa exigir divulgação de segredo comercial ou do código-fonte, mas assegurar informação juridicamente suficiente sobre o tratamento e os critérios pertinentes.

A fiscalização deve combinar análise de casos concretos e identificação de padrões. A LGPD já prevê mecanismos de fiscalização e sanção, enquanto o CDC oferece instrumentos administrativos e judiciais. A coordenação entre essas estruturas pode reduzir zonas de opacidade.

Por fim, instrumentos tecnológicos de comparação e educação digital podem auxiliar o consumidor a identificar diferenças de preço ou acesso. Sua função é complementar: a tutela jurídica não pode depender exclusivamente da capacidade individual de detectar uma prática automatizada e potencialmente escalável.

4.6. EXPERIÊNCIA INTERNACIONAL E LIMITES DA REGULAÇÃO BRASILEIRA

A comparação internacional é delimitada ao Regulamento (UE) 2018/302, instrumento específico da União Europeia destinado a enfrentar formas injustificadas de geoblocking e outras discriminações baseadas em nacionalidade, local de residência ou estabelecimento no mercado interno. Seu alcance é específico e não equivale a uma disciplina geral de todo geopricing (União Europeia, 2018).

O Regulamento europeu não elimina toda diferenciação territorial. Seu objetivo é prevenir determinadas formas injustificadas de bloqueio e discriminação no mercado interno, preservando, dentro dos limites previstos, a liberdade de

organização comercial. A experiência é relevante para o Brasil porque demonstra a possibilidade de formular critérios específicos sem transformar qualquer diferença territorial em ilícito.

Quadro 4 – Comparação delimitada entre o Regulamento (UE) 2018/302 e a tutela brasileira

Aspecto	União Europeia	Brasil
Marco jurídico principal	Regulamento (UE) 2018/302, específico para determinadas situações de *geoblocking* injustificado no mercado interno.	Não há, no ordenamento brasileiro, legislação específica destinada exclusivamente ao *geoblocking*. A proteção decorre da aplicação conjunta do CDC, da LGPD, do Marco Civil da Internet e dos direitos fundamentais.
Objeto da proteção	Enfrentamento de determinadas formas de discriminação injustificada relacionadas à localização em operações transfronteiriças.	Proteção do consumidor, dos dados pessoais, da privacidade, da igualdade e da liberdade de escolha diante de práticas digitais potencialmente abusivas.
Tratamento diferenciado por localização	Não é proibido de forma absoluta. A regulamentação estabelece limites para determinadas formas de diferenciação injustificada.	Também não se pode considerar toda diferenciação geográfica automaticamente ilícita. A análise depende da justificativa, finalidade, proporcionalidade e efeitos da prática.
Foco regulatório	Estabelecimento de regras específicas para situações de *geoblocking* e discriminação geográfica no mercado interno europeu.	Aplicação integrada de normas gerais para avaliar a licitude da prática e proteger consumidores e titulares de dados.
Transparência	Busca limitar práticas de diferenciação injustificada e estabelecer maior previsibilidade nas relações transfronteiriças.	Fundamentada principalmente no direito à informação do consumidor e no princípio da transparência previsto na LGPD.
Justificativa da diferenciação	A existência de diferenças de tratamento deve ser analisada segundo as situações contempladas pela regulamentação europeia.	A diferenciação pode ser legítima quando fundamentada em fatores objetivos, mas pode ser questionada quando arbitrária, opaca ou abusiva.
Proteção de dados pessoais	Integra-se ao sistema europeu de proteção de dados, especialmente ao RGPD, quando houver tratamento de dados pessoais.	A LGPD estabelece princípios e direitos aplicáveis ao tratamento de dados pessoais utilizados nas práticas digitais.
Vantagem do modelo	Maior especificidade normativa e definição de regras próprias para determinadas situações de *geoblocking*.	Maior flexibilidade para aplicação conjunta de diferentes instrumentos jurídicos a situações tecnológicas novas.
Limitação do modelo	A regulamentação possui âmbito específico e não elimina todas as formas possíveis de diferenciação geográfica.	A ausência de disciplina específica pode gerar maior incerteza sobre os critérios aplicáveis a determinadas práticas de diferenciação geográfica.
Possível contribuição para o Brasil	Oferece referência para a construção de critérios mais objetivos sobre *geoblocking* e diferenciação geográfica.	Pode incorporar, de forma adaptada à realidade nacional, critérios mais claros de transparência, justificativa, fiscalização e controle.

Fonte: elaborado pelos autores (2026), com base no Regulamento (UE) 2018/302 e nas fontes normativas brasileiras analisadas.

A comparação revela, portanto, diferença de técnica regulatória. A União Europeia possui disciplina específica para situações selecionadas de geoblocking; o Brasil enfrenta o fenômeno predominantemente por meio da articulação entre normas gerais de consumo, proteção de dados, Internet e direitos fundamentais. Não se trata de afirmar superioridade de um modelo, mas de identificar diferenças de desenho normativo.

O Regulamento europeu pode servir como referência comparativa para critérios de transparência, acesso e justificativa, mas sua aplicação direta ao contexto brasileiro não é cabível. A contribuição comparativa está em demonstrar como uma disciplina específica pode aumentar a previsibilidade jurídica em determinadas hipóteses.

No Brasil, a ausência de diploma geral específico sobre geopricing e geoblocking não significa ausência de tutela. Ao contrário, a combinação entre CDC, LGPD, Marco Civil da Internet e Constituição permite avaliar diferentes dimensões da prática. A limitação está na necessidade de construir, caso a caso, a conexão entre tecnologia, tratamento de dados, abusividade, dano e responsabilidade.

A experiência da União Europeia, assim, é utilizada neste artigo como referência de comparação regulatória, e não como modelo a ser reproduzido. Sua utilidade está em reforçar a importância de critérios objetivos e verificáveis para identificar situações de diferenciação geográfica juridicamente problemáticas.

A comparação reforça a contribuição proposta pelo estudo: em vez de uma proibição abstrata, a tutela pode ser estruturada a partir de critérios jurídicos de finalidade, base, adequação, necessidade, transparência, impacto, abusividade e responsabilidade.

5. CONCLUSÃO

A pesquisa analisou as práticas de geopricing e geoblocking nas relações de consumo, buscando compreender seus efeitos jurídicos quando a localização geográfica participa da formação de preços, condições ou acesso e identificar instrumentos de proteção no ordenamento brasileiro. A partir do corpus bibliográfico e documental delimitado, verificou-se que as duas práticas são distintas em seus efeitos imediatos, embora possam compartilhar mecanismos tecnológicos de geolocalização e personalização.

A primeira conclusão responde ao objetivo de caracterizar as práticas: geopricing refere-se à utilização da localização para estabelecer ou modificar preços e condições econômicas, enquanto geoblocking envolve restrição, diferenciação ou impedimento de acesso. O caso Decolar.com demonstra a relevância concreta do tema, pois documentos oficiais registraram, em 2018, decisão administrativa do DPDC envolvendo diferenciação de preços e negativa de oferta de vagas conforme a localização do consumidor, além de ação civil pública ajuizada pelo MPRJ. Esses documentos são utilizados como evidência documental de um caso específico, sem generalizar suas conclusões para toda diferenciação geográfica.

A segunda conclusão relaciona-se ao tratamento de dados. A localização não é automaticamente dado pessoal; sua sujeição à LGPD depende de sua relação com pessoa natural identificada ou identificável. Quando vinculada a indivíduos e combinada com outras informações para perfilização ou decisão automatizada, a análise passa a envolver os princípios e direitos da LGPD. O art. 20 é particularmente relevante porque assegura ao titular a possibilidade de solicitar revisão de decisões automatizadas que afetem seus interesses, inclusive decisões de perfil de consumo.

A terceira conclusão decorre da análise dos limites jurídicos. Não é suficiente observar que consumidores situados em locais distintos receberam preços ou condições diferentes. A matriz proposta neste estudo indica a necessidade de verificar o critério territorial, a finalidade, a base jurídica, a adequação e necessidade, a transparência, os impactos, a eventual abusividade ou dano e os pressupostos de responsabilidade. Essa matriz constitui a contribuição analítica própria do artigo e foi construída a partir da síntese do corpus bibliográfico, da legislação e dos documentos examinados.

A quarta conclusão diz respeito à responsabilidade civil. A LGPD prevê reparação quando o tratamento de dados causar dano em violação à legislação, enquanto o art. 52 disciplina sanções administrativas e considera a vantagem auferida ou pretendida entre seus critérios. A teoria do ilícito lucrativo contribui para problematizar situações em que a conduta ilícita produz vantagem econômica, mas não se confunde com indenização compensatória, sanção administrativa ou restituição automática de lucros. Sua aplicação exige demonstração dos pressupostos jurídicos e probatórios do caso concreto.

A comparação com a União Europeia também deve ser compreendida de

forma delimitada. O Regulamento (UE) 2018/302 trata de situações específicas de geoblocking e discriminação baseada em nacionalidade, residência ou estabelecimento no mercado interno europeu. Sua contribuição para o debate brasileiro é comparativa: evidencia a possibilidade de critérios regulatórios específicos, sem autorizar transposição automática para o ordenamento nacional.

Como contribuição para a área, o estudo sistematiza uma matriz de análise jurídica que conecta tecnologia, tratamento de dados, proteção do consumidor e responsabilidade. A proposta não substitui a análise judicial ou administrativa de casos concretos, mas oferece uma sequência de perguntas que pode organizar a identificação de diferenciações potencialmente problemáticas e evitar tanto a presunção de ilicitude de toda diferenciação territorial quanto a aceitação automática de práticas opacas.

Entre as limitações, destaca-se a natureza exclusivamente bibliográfica e documental da pesquisa. Não foram realizados testes de plataformas, experimentos de preços, entrevistas com consumidores ou auditorias de algoritmos. Por isso, o artigo não permite estimar a frequência das práticas nem afirmar como fornecedores concretos operam atualmente. Pesquisas futuras podem aplicar a matriz proposta a estudos de caso, auditorias comparativas de ofertas, decisões administrativas e judiciais e análises empíricas de sistemas de personalização.

Conclui-se, portanto, que a tutela jurídica das relações de consumo diante do geopricing e do geoblocking depende menos de uma proibição abstrata da diferenciação geográfica e mais da capacidade de identificar quando a localização é utilizada de forma juridicamente justificável ou quando se converte em instrumento de tratamento opaco, desproporcional ou abusivo. A articulação entre CDC, LGPD, Marco Civil da Internet, direitos fundamentais e responsabilidade civil oferece a base normativa para essa análise, enquanto critérios objetivos de transparência, finalidade, adequação, necessidade, impacto e responsabilização podem contribuir para maior segurança jurídica.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Henrique Sousa. Das funções reconstitutiva e punitiva da responsabilidade civil: propostas de reforma do Código Civil português. Revista IBERC, Belo Horizonte, v. 2, n. 1, p. 1-23, 2019.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2016.

BARBOZA, Douglas Vieira; WINTER, Eduardo. Indicadores de ciência, tecnologia e inovação no combate à vulnerabilidade social. Revista da Seção Judiciária do Rio de Janeiro - Auditorium, [S. l.], v. 30, n. 64, p. 236-252, jun. 2026. DOI: https://doi.org/10.30749/2177-8337.v30n64p236-252.

BASAN, Arthur Pinheiro; FALEIROS JÚNIOR, José Luiz de Moura. Discriminação algorítmica, profiling e geolocalização: uma análise dos impactos jurídicos do geopricing e geoblocking. Meritum: Revista de Direito da Universidade FUMEC, Belo Horizonte, v. 16, n. 3, p. 302-320, 2021.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidência da República, 1988.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 1990.

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Brasília, DF: Presidência da República, 2014.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Brasília, DF: Presidência da República, 2018a.

BRASIL. Ministério da Justiça. Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor. Decolar.com é multada por prática de geo pricing e geo blocking. Brasília, 18 jun. 2018b. Disponível em: https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/noticias/collective-nitf-content-51. Acesso em: 28 set. 2026.

CHALA, Bárbara Guerra; BURILLE, Cíntia; PAULO, Lucas Moreschi. A proteção dos dados pessoais do consumidor e a prática de geodiscriminação eletrônica: geopricing e geoblocking. Revista da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, v. 49, n. 1, 2021.

FERNEDA, Arie Scherreier; ZILIOTTO, Bruna Antunes; KLEIN, Vinicius. Geopricing e geoblocking: a geodiscriminação com base na utilização de dados à luz da defesa do consumidor e da concorrência. Revista Direito em Debate, Ijuí, v. 32, n. 59, e12289, 2023.

FRANCO, Ana Flávia Fistarol; MARINI, Bruno. Relação de consumo digital: consequências jurídicas aplicadas às publicidades enganosas e abusivas. LexCult: revista eletrônica de direito e humanidades, v. 9, n. 2, p. 76-95, jul. 2025. DOI: https://doi.org/10.30749/2594-8261.v9n2p76-95.

FRAZÃO, Ana. Geo pricing e geo blocking: as novas formas de discriminação de consumidores e os desafios para o seu enfrentamento. Jota, 15 ago. 2018. Disponível em: https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/geopricing-e-geoblocking-as-novas-formas-de-discriminacao-de-consumidores-15082018. Acesso em: 28 set. 2026.

FRAZÃO, Ana. Objetivos e alcance da Lei Geral de Proteção de Dados. In: TEPEDINO, Gustavo; FRAZÃO, Ana; OLIVA, Milena Donato (coord.). Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e suas repercussões no Direito brasileiro. 2. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020. p. 97-125.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GUIMARÃES, Clayton Douglas Pereira; GUIMARÃES, Glayder Daywerth Pereira; SILVA, Michael César. Defasagem tecnológica mascarada: um passo além da obsolescência programada. Revista da Seção Judiciária do Rio de Janeiro - Auditorium, v. 31, n. 65, p. 155-175, ago. 2026. DOI: https://doi.org/10.30749/2177-8337.v31n65p155-175.

LEVY, Daniel de Andrade. Responsabilidade civil: de um direito dos danos a um direito das condutas lesivas. São Paulo: Atlas, 2012.

MACHADO, Diego Carvalho; MENDES, Laura Schertel. Tecnologias de perfilamento e dados agregados de geolocalização no combate à Covid-19 no Brasil: uma análise dos riscos individuais e coletivos à luz da LGPD. Revista Brasileira de Direitos Fundamentais & Justiça, Belo Horizonte, v. 14, n. 1, p. 105-148, 2020.

MAIMONE, Flávio Henrique Caetano de Paula. Responsabilidade civil na LGPD: efetividade na proteção de dados pessoais. Indaiatuba, SP: Foco, 2022.

MARQUES, Claudia Lima; MUCELIN, Guilherme. Novo mercado de consumo ‘simbiótico’ e a necessidade de proteção de dados dos consumidores. In: SARLET, Gabrielle Bezerra Sales; TRINDADE, Manoel Gustavo Neubarth; MELGARÉ, Plínio. Proteção de dados: temas controvertidos. Indaiatuba: Foco, 2021. p. 67-94.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

MOTTA, Jouse Paulino de Carvalho Andrade da; ASENSI, Felipe Dutra. Acesso à justiça e excluídos digitais: um estudo sobre atendimento virtual e teletrabalho dos servidores do Judiciário na era pós pandemia. LexCult: revista eletrônica de direito e humanidades, v. 8, n. 3, p. 94-112, out. 2024. DOI: https://doi.org/10.30749/2594-8261.v8n3p94-112.

MUCELIN, Guilherme; BERGSTEIN, Laís; MARTINI, Sandra Regina. Precificação discriminatória no novo paradigma tecnológico do mercado de consumo: a tutela do consumidor e a defesa da concorrência contra práticas abusivas com o uso de dados pessoais. Revista Direito Mackenzie, São Paulo, v. 14, n. 3, p. 1-20, 2020. DOI: https://doi.org/10.5935/2317-2622/direitomackenzie.v14n314119.

QUINELATO, Pietra Daneluzzi. Preços personalizados à luz da Lei Geral de Proteção de Dados: viabilidade e juridicidade. 2021. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2021. DOI: https://doi.org/10.11606/D.107.2021.tde-15082022-121538.

RIO DE JANEIRO. Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro. MPRJ ajuíza ação inédita contra empresa de comércio eletrônico - Decolar.com. Rio de Janeiro, 25 jan. 2018. Disponível em: https://rap.gov.br/web/guest/visualizar?noticiaId=54503. Acesso em: 28 set. 2026.

ROSENVALD, Nelson. A responsabilidade civil pelo ilícito lucrativo: o disgorgement e a indenização restitutória. Salvador: JusPodivm, 2019.

SANTOS, Giuseppe Grando. Tratamento de dados e o direito do consumidor: a possibilidade jurídica do tratamento de dados para prática de preços personalizados no e-commerce a partir da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e à luz do Código de Defesa do Consumidor (CDC). 2024. [Tipo de trabalho não informado]. Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2024.

SANTOS, Ricardo Marciano dos; RODRIGUES, Fernanda Cristina Teixeira; VILELA, Joice Aparecida Rezende; FERREIRA, Vinícius Marques da Silva. Análise territorial e inteligência artificial na política socioassistencial: o aplicativo Visível como instrumento de apoio à decisão no enfrentamento das vulnerabilidades sociais. Revista da Seção Judiciária do Rio de Janeiro - Auditorium, v. 30, n. 64, p. 103-128, jun. 2026. DOI: https://doi.org/10.30749/2177-8337.v30n64p103-128.

UNIÃO EUROPEIA. Parlamento Europeu; Conselho da União Europeia. Regulamento (UE) 2018/302, de 28 de fevereiro de 2018, que visa prevenir o bloqueio geográfico injustificado e outras formas de discriminação baseadas na nacionalidade, no local de residência ou no local de estabelecimento dos clientes no mercado interno. Jornal Oficial da União Europeia, L 60 I, 2 mar. 2018, p. 1-15. Disponível em: https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2018/302/oj/por. Acesso em: 28 set. 2026.

VAZ E DIAS, José Carlos; DA SILVA SANT'ANNA, Leonardo; FRAZÃO KELLER, Gabriel Muller. Novos horizontes negociais nas plataformas digitais: a concorrência desleal sob a prática do geo-blocking e geopricing. Quaestio Iuris, Rio de Janeiro, v. 13, n. 4, p. 1914-1938, 2020. DOI: https://doi.org/10.12957/rqi.2020.45898.

VITA, Jonathan Barros; COSTA, Thiago Maciel de Paiva. Discriminação de preços: os limites jurídicos da oferta e precificação. Revista de Direito Civil Contemporâneo, São Paulo, n. 36, p. 99-120, 2023.