



Termos de Uso e Inteligência Artificial: Análise dos Termos de Uso da Plataforma Digital da Rede McDonald's à Luz do Ordenamento Jurídico Brasileiro, Desafios da Transparência e Explicabilidade Algorítmica e Tomada de Decisão Automatizada

Terms of Use and Artificial Intelligence: Analysis of the Terms of Use of the Digital Platform of McDonald's in Light of the Brazilian Legal Challenges of Transparency and Algorithmic Explainability, and Automated Decision-Making

Beatriz Bispo Anacleto

Graduanda em Direito, Universidade Católica de Santos (UNISANTOS).

Gabriel Moreira de Almeida

Graduando em Direito, Universidade Católica de Santos (UNISANTOS).

Julia Luise Peninque Moraes

Graduanda em Direito, Universidade Católica de Santos (UNISANTOS).

Kamilly Araújo da Cruz

Graduanda em Direito, Universidade Católica de Santos (UNISANTOS).

Maria Eduarda Fernandes

Graduanda em Direito, Universidade Católica de Santos (UNISANTOS).

Otávio Henrique Matzuoka

Graduando em Direito, Universidade Católica de Santos (UNISANTOS).

Resumo: Este estudo intitulado “Termos de Uso e Inteligência Artificial: Análise dos Termos de Uso da Plataforma Digital da Rede McDonald's à Luz do Ordenamento Jurídico brasileiro, Desafios da Transparência e Explicabilidade Algorítmica e Tomada de Decisão Automatizada”, busca analisar os Termos e Condições de Uso dispostos na plataforma online da rede McDonald's Brasil, sendo essa a plataforma escolhida para a realização da presente pesquisa, justamente por considerar que está franquia utiliza plataforma digital de Delivery para intermediar seu serviço. A partir dessa análise foi possível coletar na seção “Restrições de Responsabilidade” a problematização, visto que a “não” responsabilização por danos por parte da empresa em sua plataforma online, de certa forma, contraria o Código de Defesa do Consumidor, especialmente o disposto no artigo 14, bem como o princípio da transparência das informações que se encontra amparado pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Em um segundo momento, a pesquisa também se propôs a explorar explicabilidade algorítmica nos termos de Uso da empresa McDonald's Brasil que tem como objetivo fazer o uso de algoritmos e de inteligência artificial nos contratos de adesão através de coletas de dados do que os usuários mais pedem no aplicativo, gerando assim uma comercialização personalizada em seus cardápios digitais. Além disso, tem-se a importância de trazer ao estudo o princípio da boa-fé contratual, visto que por vezes há “quebras” por

parte da Empresa, colocando assim os usuários da plataforma digital em desvantagem, eximindo-se da sua responsabilidade caso haja uma violação na utilização do mesmo.

Palavras-chave: termos de uso; McDonalds; plataforma digital; restrições de responsabilidade; explicabilidade algorítmica; inteligência artificial; contrato de adesão; boa-fé.

Abstract: This study, entitled “Terms of Use And Artificial Intelligence: Analysis of the Terms of Use of the Digital Platform of McDonald’s in Light of the Brazilian Legal, Challenges of Transparency and Algorithmic Explainability, and Automated Decision-Making”, seeks to examine the Terms and Conditions of Use available on the digital platform of McDonald’s Brazil. This platform was selected for the present research because the franchise operates through an online delivery system to intermediate its services. Based on this analysis, it was possible to identify a point of concern in the section entitled “Limitation of Liability,” since the company’s disclaimer of liability for damages on its online platform appears, to some extent, to conflict with the Brazilian Consumer Defense Code, particularly Article 14, as well as with the principle of transparency of information safeguarded by the Brazilian General Data Protection Law (LGPD). In a second stage, the research also aimed to explore algorithmic explainability within the Terms of Use of McDonald’s Brazil, which involve the use of algorithms and artificial intelligence in adhesion contracts through the collection of data regarding users’ most frequent orders within the application. This practice enables personalized marketing strategies and customized digital menus, as algorithms analyze data to validate consumption patterns and user preferences. Furthermore, it is essential to address the principle of good faith in contractual relations, since there are instances in which the company’s conduct may constitute a breach of this principle, thereby placing users of the digital platform at a disadvantage and exempting itself from liability in the event of violations related to the use of the platform.

Keywords: terms of use; McDonald’s; digital platform; limitations of liability; algorithmic explainability; artificial intelligence; contract of adhesion; good faith.

INTRODUÇÃO

Atualmente, com a internet, é muito comum o uso de aplicativos e sites para serviços como o Fast-Food, contratar serviços ou fazer compras. Essas plataformas digitais se tornaram uma ponte entre quem oferece um serviço e quem consome. Para funcionar, essas empresas estabelecem regras e condições que uma pessoa precisa aceitar para utilizar um serviço, mais conhecidas como “Termos de Uso”. O problema é que essas regras nem sempre são justas. Muitas vezes, são escritas de forma que favorece somente a empresa, deixando o consumidor em desvantagem. Por exemplo, algumas colocam que não se responsabilizam por erros ou prejuízos, mesmo quando tendo em vista que o usuário/consumidor é a parte mais vulnerável da relação. Um exemplo claro dessa situação é a plataforma digital do McDonald’s Brasil, que, além de ser um dos gigantes do Fast-Food, utiliza sistemas de delivery e outras tecnologias para mediar sua relação com os consumidores. Sendo assim, torna-se relevante analisar as cláusulas impostas pela plataforma, levando em consideração as legislações vigentes que estabelecem diretrizes para o uso da internet e para o tratamento de dados pessoais no Brasil, como o Marco Civil da Internet e a Lei Geral de Proteção de Dados. Cumpre salientar que a plataforma

ao utilizar a Inteligência Artificial, cria uma experiência de consumo mediada por sistemas algorítmicos o que traz desafios para a transparência e aplicabilidade das decisões automatizadas.

Diante do que foi exposto, é nítido a necessidade de conformidade dos Termos de Uso com as normas brasileiras e como a proteção de dados dos usuários está cada vez mais exigidas no mercado digital. Nesse cenário, analisar as cláusulas nos termos de uso da plataforma do McDonald's Brasil é fundamental para entender as implicações jurídicas relacionadas à exclusão de responsabilidade da empresa e aos direitos dos consumidores.

A presente pesquisa tem como objetivo geral averiguar os Termos e Condições de Uso estabelecidas pela rede de Fast Food McDonald's Brasil, principalmente no que tange à irresponsabilidade direta da rede McDonald's por danos, considerando sua atuação como franquia operada por aplicativos de delivery. Para tanto, a pesquisa se propõe a cumprir quatro objetivos específicos: 1) Analisar os Termos e Condições estabelecidos pela rede McDonald's em sua plataforma digital; 2) Examinar especialmente a seção "Restrições de Responsabilidade", à luz do art. 14, do Código de Defesa do Consumidor; 3) Explorar acerca do uso de algoritmos e inteligência artificial nos sistemas operacionais, como o software do McDonald's, influenciando a consumação dos contratos de adesão, principalmente na vinculação entre a transparência e a boa-fé contratual; 4) e por fim, verificar a efetividade das práticas de transparência algorítmica no aplicativo do McDonald's, considerando as informações adquiridas dos usuários e a gama de ofertas oferecidas, e como isso se compõe com as premissas da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

JUSTIFICATIVA

A justificativa deste estudo fundamenta-se na crescente inserção da tecnologia e da inteligência artificial nas relações de consumo mediadas por plataformas digitais, como ocorre com a rede McDonald's Brasil. Grande maioria dos chamados "Termos e Condições de Uso" dessas plataformas apresentam redações complexas e extensas, favorecendo apenas as empresas e contrariando princípios estabelecidos no Código de Defesa do Consumidor e na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Nesse contexto, investiga-se de que maneira a transparência e a explicabilidade algorítmica se aprimoram para assegurar relações digitais equilibradas e justas. A relevância social desta pesquisa está em contribuir para a construção de um ambiente digital mais ético e responsável, promovendo a conscientização dos usuários sobre seus direitos e incentivando práticas empresariais pautadas na boa-fé e na clareza das informações.

METODOLOGIA

A metodologia da presente pesquisa baseia-se na construção de um referencial teórico fundamentado em obras de autores (as) reconhecidos (as),

como Carlos Roberto Gonçalves (2025), Danilo Doneda (2014), bem como, as autoras Adrienne Lima; Daniela Samaniego; Thainá Baronosyky (2021) e Maria Helena Diniz (2025), aliadas à interpretação dos dispositivos pertinentes a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, ao Marco Civil da Internet, ao Código Civil e ao Código de Defesa do Consumidor. Tal referencial teórico é complementado por uma abordagem qualitativa, o que permite explorar os Termos e Condições de Uso da plataforma digital, com ênfase na seção “Restrições de Responsabilidades”, especialmente no que tange a “não” responsabilização direta por danos por parte da rede McDonald’s Brasil.

REFERENCIAL TEÓRICO

A construção teórica do presente estudo, no âmbito da disciplina de Direito Digital, fundamenta-se em dois pilares normativos essenciais do ordenamento jurídico brasileiro: o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) e a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018). Ambas as leis constituem a base legal para a análise dos Termos e Condições de Uso adotados por plataformas digitais, tais como a rede McDonald’s Brasil. O Marco Civil da Internet está diretamente relacionado ao seu papel de “marco regulatório das relações digitais para o uso da Internet no Brasil”, estabelecendo princípios como a proteção da privacidade e a garantia de informações claras sobre o uso de dados pessoais. Para tanto, foi escolhida a obra do autor Danilo Doneda, por ser um dos principais juristas brasileiros na temática da proteção de dados e por destacar que o Marco Civil tenta equilibrar liberdade de expressão e proteção à dignidade do usuário. No mesmo sentido, a Lei Geral de Proteção de Dados é inserida no referencial por disciplinar de forma específica o tratamento de dados pessoais, impondo obrigações de transparência, finalidade, adequação e consentimento claro e informado. As autoras Adrienne Lima; Daniela Samaniego; Thainá Baronosyky (2021), foram essenciais para o estudo, visto que oferecem grande contribuição ao abordar a vedação de expressões exageradas ou extensas nos Termos e Condições de Uso dispostos pela plataforma. Leva-se em consideração que tamanha extensão frequentemente desestimula a leitura por parte dos usuários, levando-os na maioria das vezes a consentir algo que futuramente pode lhe resultar em prejuízos. Além disso, as autoras apresentam de forma simples, que tais Termos devem ser redigidos com clareza, detalhamento e transparência nas informações prestadas, por meio de linguagem simples e de fácil compreensão, para que os usuários tenham maior aproveitamento da plataforma digital, sabendo de sua real procedência e o motivo pelo qual os dados estão sendo coletados, bem como serão utilizados, com quem serão compartilhados e por quanto tempo serão armazenados. Além disso, foi objeto de estudo nesta disciplina, o uso de algoritmos e Inteligência Artificial nas plataformas digitais e como são inseridas no contrato de adesão. Para isso utilizou-se o site Team Digital Fynd e a LGPD, bem como a IA contribui para auxiliar a plataforma da rede McDonald’s na hora de fazer a coleta de dados de itens mais comprados pelos usuários do aplicativo através de análises algorítmicas que desempenham o papel

de gerir informações que são de interesse do consumidor, tendo como papel levar informações e elaborar dados de relevância consumeristas, com gerenciamento de ofertas daqueles produtos fornecidos no cardápio digital do McDonald's. Mesmo com as vantagens da Inteligência Artificial computacional, pode-se dizer que o uso dela pode ferir a boa-fé objetiva e o princípio da transparência que são importantes em todas as fases do contrato, podendo o usuário da plataforma fazer a solicitação e a respectiva revisão dos dados fornecidos através da plataforma desde que venham a afetar seus interesses consumeristas presente no artigo 20, da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

Ademais, para o estudo da disciplina de Direito Civil, foi selecionada a obra do autor Carlos Roberto Gonçalves, em razão de sua linguagem simples e acessível, o que contribuiu para melhor compreensão do que se entende por Contrato de Adesão. Essa espécie contrato, por sua vez, caracteriza-se pela inexistência de uma efetiva negociação entre as partes, sendo suas cláusulas elaboradas unilateralmente pelo contratante, sem possibilidade de o aderente discutir ou sequer adaptar/ou modificar substancialmente seu conteúdo caso considere “abusivo”. Além do mais, foi utilizada a obra da escritora Maria Helena Diniz devido sua facilidade em tratar da boa-fé, princípio este que rege o contrato e estabelece que as partes devem realizar atos de transparência e lealdade no âmbito contratual, conforme previsto no artigo 422 do Código Civil. O estudo também dialoga com o Código de Defesa do Consumidor, especialmente quanto à disciplina dos contratos de adesão (art. 54) e à vedação de cláusulas abusivas (art. 51), reforçando a vulnerabilidade do consumidor no ambiente digital.

O MARCO CIVIL DA INTERNET E A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

À medida que as tecnologias digitais avançam e as plataformas digitais são cada vez mais utilizadas como intermediadoras de acesso aos serviços, novas dimensões e desafios concernentes aos direitos do usuário, como privacidade, consentimento e transparência em relação à coleta e uso sobre dados pessoais tornam-se preponderantes. O Marco Civil da Internet, Lei nº 12.965/2014, e a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709/2018, desempenham um papel fundamental na regulação dessas relações virtuais, uma vez que, fornecem diretrizes a serem respeitadas por empresas como a empresa McDonald's Brasil em seus termos e condições de uso.

O Marco Civil da Internet estabelece princípios e garantias fundamentais para o uso da internet no Brasil, entre eles a proteção à privacidade e aos dados pessoais dos usuários (art. 3º, II e III), além do direito à informação clara sobre o tratamento de seus dados (art. 7º, VII e VIII) (Brasil, 2014).

Conforme destaca o autor Danilo Doneda (2014, p. 90-91), o Marco Civil representa uma tentativa de equilibrar a liberdade de expressão e o acesso à

informação com a necessidade de preservar a dignidade e a autonomia dos usuários da rede. Os termos de uso, nesse cenário, passam a ser mais do que instrumentos contratuais: tornam-se veículos de concretização desses direitos, exigindo clareza, acessibilidade e linguagem compreensível por parte do fornecedor do serviço. Para tanto, se faz importante compreender o que se entende por “Termos de Uso”.

CONCEITO JURÍDICO DOS CHAMADOS TERMOS E CONDIÇÕES DE USO

Por sua vez, denominam-se “Termos de uso” ou “Condições de Uso” os contratos que elencam as regras, as diretrizes, as condições, os direitos e deveres de cada uma das partes (usuário e de quem gerencia o serviço), bem como a política de proteção de dados no âmbito da plataforma digital (Reani, 2016). A Terracap descreve perfeitamente os Termos de Uso, ao dizer que:

O Termo de Uso advém da consciência do controlador e operador ser transparente com o titular de dados pessoais e comunicar como as atividades de tratamento desses dados observam os princípios dispostos no art. 6º da LGPD. Em cumprimento aos princípios da publicidade e da transparência e a fim de assegurar aos cidadãos amplo acesso às informações, os termos devem ser regularmente atualizados a fim de refletir, de modo claro e preciso, as finalidades de coleta, uso, armazenamento, tratamento e proteção dos dados pessoais dos titulares [...] (Terracap, 2022).

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais veda o uso de expressões genéricas nos Termos de Uso, como “seus dados serão utilizados para melhorar a qualidade dos nossos serviços” ou “seus dados podem ser compartilhados com terceiros”, exigindo, portanto, maior clareza, detalhamento e transparência nas informações prestadas, por meio de linguagem simples e de fácil compreensão, para que os usuários tenham maior aproveitamento da plataforma digital, sabendo de sua real procedência e o motivo pelo qual os dados estão sendo coletados, bem como serão utilizados, com quem serão compartilhados e por quanto tempo serão armazenados (Lima; Samaniovsky; Baronosvsky, 2021, p. 279):

[...] como serão utilizados, com quem serão compartilhados e por quanto tempo serão armazenados. [...] como “seus dados podem ser compartilhados com terceiros”, ou ainda “utilizamos suas informações para melhorar nossos serviços”, sem especificar quais dados, quais terceiros e qual o critério de melhoria. Esse tipo de formulação é vedado expressamente pela LGPD [...].

Além disso, a legislação brasileira deixa claro que o consentimento do usuário deve ser livre, informado e inequívoco, ou seja, não pode ser presumido, tampouco condicionado ao aceite forçado de cláusulas impostas de forma genérica ou em blocos. Como observa Valéria Reani (2016, p. 142-143): “A ausência de

mecanismos claros de escolha e a extensão dos textos contratuais dificultam a compreensão dos termos e afastam a possibilidade de um verdadeiro controle por parte do usuário [...]”.

Breves Considerações sobre os Termos e Condições de uso da Plataforma Digital da Rede McDonald's Brasil

Os Termos e Condições de Uso estabelecidos pela rede McDonald's Brasil em sua plataforma digital definem as diretrizes para utilização de seu conteúdo e do serviço por ele prestado. Assim, para que as pessoas consigam utilizar essa e qualquer outra plataforma se faz necessário anuir com essas condições estabelecidas por ela, e se caso vier a discordar do que foi apresentado, deve-se abster de utilizá-la. Dentre os diversos tópicos previstos nos Termos e Condições de Uso da plataforma McDonald's Brasil, destacam-se as seções que merecem maior atenção do consumidor (McDonald's. Termos e Condições). A rede McDonald's na seção “Restrições de Responsabilidade”, menciona que não se responsabiliza por eventuais danos ou lesões causadas decorrentes da utilização da plataforma online, incluindo o erro; a comissão; a interrupção; o defeito; o atraso operacional da plataforma na prestação do serviço/ e ou atendimento ao usuário, ou seja falhas em seu desempenho; bem como vírus computacional (McDonald's. Termos e Condições). Há de se perceber que tal “recusa” fere o Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 14, que dispõe:

Art. 14, CDC - O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos (Brasil, 1990).

Ademais, na seção “Renúncia” o McDonald's pode realizar modificações nos materiais disponibilizados na plataforma ou realizar melhorias a qualquer instante, o que é compreensível devido à necessidade contínua na atualização dos serviços (McDonald's. Termos e Condições). Entretanto, logo a frente na subseção “Outros”, causa-se certa estranheza o fato de a rede McDonald's alterar os Termos e Condições de Uso da plataforma sem “aviso prévio” (McDonald's. Termos e Condições). Tal conduta não leva em consideração o princípio da “transparência” na comunicação das informações aos consumidores. O artigo 6º, Inciso VI, da Lei Geral de Proteção de Dados, destaca:

Art. 6º. VI – Transparência garantia, aos titulares, de informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento [...] (Brasil, 2018).

NATUREZA JURÍDICA DOS TERMOS DE USO: CONTRATO DE ADESÃO OU ELETRÔNICOS

A ideia dos Termos de Uso serem interpretados como “contratos eletrônicos” resulta de um simples meio de “formalizar” a relação entre o fornecedor de serviços e aquele que consome ou utiliza da plataforma, uma vez que ao acessar a plataforma já se estabelece o termo (Omie, 2024). Por sua vez, essa espécie de contrato também pode ser caracterizada como “Contrato de Adesão”, em que o Código de Defesa do Consumidor destinou um capítulo apenas para ele, ao conceituar da seguinte maneira (Gonçalves, 2025, p.53):

Art. 54, CDC – Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo (Brasil, 1990).

Portanto, entende-se que de fato, no contrato de adesão, o aderente não tem acesso à sua elaboração/construção do conteúdo, o que não o permite eventualmente modificar as cláusulas ou sequer adaptar alguma disposição nele presente caso considere “abusivo”, sendo apenas disposta essa prerrogativa unilateralmente ao “contratante” (Gonçalves, 2025, p 55). Nesse caso, ou você aceita esses termos ou não utiliza da plataforma (Reani, 2016). O autor Carlos Roberto Gonçalves (2025, p. 84) entende que o contrato de Adesão:

São os que não permitem essa liberdade, devido à ponderância da vontade de um dos contratantes, que elabora todas as cláusulas. O outro adere ao modelo de contrato previamente confeccionado, não podendo, modificá-las: aceitá-las ou rejeitá-las, de forma pura e simples e, em bloco, afastada qualquer alternativa de discussão.

Princípio da Boa-Fé Contratual

A boa-fé objetiva constitui princípio indispensável à formação e à execução dos contratos, uma vez que impõe às partes um padrão de conduta pautado na lealdade, cooperação, confiança e probidade (Gonçalves, 2025, p. 37). Trata-se de um princípio geral do direito que orienta todo o vínculo obrigacional, não se limitando à fase de celebração contratual, mas também à interpretação e ao cumprimento das obrigações assumidas, pelos quais todos devem agir com boa-fé nas relações que estabelecem entre si (Gonçalves, 2025, p. 37). O autor Carlos Roberto Gonçalves, afirma que:

Denota-se, portanto, que a boa-fé é tanto forma de conduta (subjéctiva ou psicológica) como norma de comportamento (objectiva). Nesta última acepção, está fundada na honestidade, na retidão, na lealdade e na consideração para com os interesses do outro contratante, especialmente no sentido de não lhe sonegar informações relevantes a respeito do objecto do conteúdo do negócio.

Tal princípio encontra-se amparado no Código Civil brasileiro, em seu artigo 422, segundo o qual disciplina que:

Art. 422, CC – Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios da probidade e boa-fé (Brasil, 2002).

Surge, portanto, o princípio da autonomia da vontade, segundo o qual as partes, por meio do consenso, estabelecem livremente o conteúdo do contrato, que passa a reger a relação jurídica conforme as balizas nele estipuladas. Todavia, cumpre destacar que, nos contratos de adesão, essa liberdade negocial se apresenta mitigada, uma vez que apenas uma das partes, que em regra, é o fornecedor, estipula previamente as cláusulas contratuais, cabendo à outra parte apenas aceitá-las ou rejeitá-las em sua integralidade, sem possibilidade de discussão ou modificação do conteúdo (Gonçalves, 2025, p. 84).

Pode-se dizer que quando um contrato é “quebrado” por uma das partes ocorre à violação do princípio da supremacia da ordem pública, que visa assegurar que o direito da sociedade deve prevalecer sobre o direito individual como previsto no Código Civil em que (Diniz, 2025):

Art. 2.035, Parágrafo Único, CC – Nenhuma convenção prevalecerá se contrariar os preceitos de ordem pública, tais como os estabelecidos por este código para assegurar a função social da propriedade e dos contratos (Brasil, 2002).

Assim, tanto o princípio da boa-fé contratual como da transparência dentro dos Termos e Condições de Uso da empresa McDonalds Brasil tem sofrido quebras em seus contratos de adesão, como no caso das cláusulas abusivas que simplesmente colocam os clientes em desvantagem, como por exemplo, neste caso da exclusão de responsabilidade do aplicativo caso haja algum prejuízo ou violação, além de não se incumbir por alguma irregularidade ou demora que venha a ocorrer na execução para comunicação da linha, trazendo condições que suprimem a legitimidade do usuário, visto que o hipossuficiente venha a consentir essas diretrizes, ocorrendo assim a violação do princípio da dignidade humana que é constitucionalmente previsto no art.1º, Inciso III (Brasil, 1988) e tem o papel de reconhecer o valor intrínseco de cada ser humano, que deve ser tratado com equidade e justiça. Portanto, os termos de uso podem mitigar esses riscos através de uma linguagem simples e coerente para com os contratantes, evitando que cláusulas abusivas coloquem em risco o contraente, sendo nulas como disposto no art. 51, do Código de Defesa do Consumidor (Brasil, 1990), além da certificação de consentimento comunicado que é protegido pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e tem como função transmitir os dados pessoais com autorização prévia do regulador, sendo:

Art. 8º – O consentimento previsto no inciso I do art. 7º desta Lei deverá ser fornecido por escrito ou por outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular.

§1º – Caso o consentimento seja fornecido por escrito, esse deverá constar de cláusula destacada das demais cláusulas contratuais (Brasil, 2018).

A transparência contratual nos termos e condições de uso do aplicativo do McDonald's prevê que a própria empresa possui a prerrogativa de realizar alterações unilaterais no conteúdo contratual. Nessas hipóteses, o usuário poderá ser solicitado a aceitar as eventuais modificações no momento em que acessar novamente o aplicativo (McDonald's. Termos e Condições). Caso o usuário não anua às novas disposições, ficará impossibilitado de continuar utilizando a plataforma, o que reforça o caráter de contrato de adesão da relação estabelecida, haja vista que o uso contínuo da plataforma requer o aceite aos termos e condições. Portanto, o princípio da transparência contratual traz que quando houver qualquer alteração no contrato ou em seus termos de uso o proponente deve transmitir ao consumidor de maneira clara e objetiva as cláusulas presentes no contrato de adesão, como bem traz o Código de Defesa do Consumidor:

Art. 6º, CDC – São direitos básicos do consumidor:

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem (Brasil, 1990).

O equilíbrio contratual tem como objetivo proteger a parte mais vulnerável da relação pactual, colocando em posição de equilíbrio as pessoas socialmente e economicamente distintas, de forma que é direito do consumidor realizar a revisão cabível pelo fator da onerosidade excessiva, que é previsto no artigo 6º, inciso V do Código do Consumidor, para que não haja um desequilíbrio contratual (Brasil, 1990), na esfera do Direito Civil, o código traz regulamentações que possibilitem a retificação por onerosidade excessiva que facilitem para um dos estipulantes.

Art. 478, CC – Nos contratos de execução continuada ou diferida, se a prestação de uma das partes se tornar excessivamente onerosa, com extrema vantagem para a outra, em virtude de acontecimentos extraordinários e imprevisíveis, poderá o devedor pedir a resolução do contrato. Os efeitos da sentença que a decretar retroagirão à data da citação (Brasil, 2002).

Dentro dos Termos e Condições de Uso da empresa do McDonalds, há desequilíbrio contratual nos termos de uso em seu aplicativo, no que tange como, por exemplo, a falta de responsabilização da empresa por algum dano posterior ao uso do respectivo site, mesmo que haja uma negligência por parte do próprio site ou do representante intitulado, mesmo que tenha sido alertado sobre eventuais prejuízos sofridos pelo aderente, sendo a responsabilizado a empresa em razão de alguma perda que será limitado ao valor pago no acesso ao site (McDonalds. Termos e Condições).

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E EXPLICABILIDADE ALGORÍTMICA

Para tanto, o uso de algoritmos e de inteligência artificial cresce rapidamente no âmbito das plataformas digitais, tendo sua criação no decênio de 1950 na Conferência de Dartmouth com a finalidade de “pensar” pelos seres humanos (Junior, 2024), trazendo desafios para os contratos de adesão. No âmbito da transparência algorítmica e à explicabilidade das decisões automatizadas dentro do aplicativo do McDonald's é possível observar que se faz uso de algoritmos e de inteligência artificial nos contratos de adesão, através do aperfeiçoamento de pedidos por meio computacional como a coleta de dados dos pedidos que os clientes mais utilizam através do meio digital, além de gerar uma comercialização personalizada em seus cardápios digitais, fazendo com que os algoritmos analisam dados para convalidar padrões e gostos, permitindo que a Inteligência Artificial apresente itens semelhantes ou ofertas especiais caso um consumidor compre frequentemente um produto específico (TeamDigitalDefynd, 2025).

Assim, o uso da inteligência artificial traz consequências claras com a ausência de transparência ao contradizer a boa-fé objetiva se não for usada de maneira correta, além de contrapor o que está disposto na lei nº 13.709/2018, que dispõe:

Art. 20, LGPD – O titular dos dados tem direito a solicitar a revisão de decisões tomadas unicamente com base em tratamento automatizado de dados pessoais que afetem seus interesses, incluídas as decisões destinadas a definir o seu perfil pessoal, profissional, de consumo e de crédito ou os aspectos de sua personalidade (Brasil, 2018).

§1º – O controlador deverá fornecer, sempre que solicitadas, informações claras e adequadas a respeito dos critérios e dos procedimentos utilizados para a decisão automatizada, observados os segredos comercial e industrial (Brasil, 2018).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar os Termos e Condições de Uso da plataforma digital do McDonald's Brasil, são encontrados abusos de direito praticados pela rede de Fast-Food revelando um descompasso significativo com a legislação brasileira. Inclusive sobre as cláusulas de limitação de responsabilidade que, à luz do Código de Defesa do Consumidor, são consideradas abusivas pois afastam a responsabilidade objetiva da empresa por falhas no serviço, afrontando direitos básicos dos consumidores. Contudo, pode-se concluir que o uso de algoritmos e inteligência artificial para a personalização da experiência de consumo carece da transparência exigida pela Lei Geral de Proteção de Dados. Essa opacidade impede que o usuário compreenda

como seus dados são utilizados para moldar as ofertas que recebe, fragilizando seu direito à informação e ao consentimento informado.

REFERÊNCIAS

- BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF.
- BRASIL. **Lei nº 8.087, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União, de 11 set, 1990.
- BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União, de 11 jan, 2002.
- BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Estabelece princípios, garantias e deveres para o uso da internet no Brasil. Diário Oficial da União, de 23 abr, 2014.
- BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Dispõe sobre a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Diário Oficial da União, de 14 agosto, 2018.
- DONEDA, Danilo. O Marco Civil da Internet: notas sobre a lei nº 12.965/2014 e a proteção dos dados pessoais. In: SARLET, Ingo Wolfgang; DONEDA, Danilo (Org.). **Direitos Fundamentais, Internet e Marco Civil da Rede**. São Paulo: Saraiva, 2014.
- DINIZ, Maria Helena. **Manual de Direito Civil**. 5ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2025. E-book.
- DIGITALDEFYND, Team. **5 maneiras como o McDonald 's está usando a IA**. digitaldefynd, 2025. Disponível em: digitaldefynd.com/IQ/mcdonalds-using-ai-case-study/. Acesso em: 16 abril, 2025.
- FERREIRA, Adriano De Assis. **Contrato de adesão**. Direito legal, 2025. Disponível em: direito.legal/contrato-de-adesao/. Acesso em: 16 abril, 2025.
- GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro - Contratos e Atos Unilaterais**. 22ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2025.
- JUNIOR, Silvio Moreira Alves. **Direito civil na era digital: A interseção da IA, smart contracts e novas formas de propriedade**. jusbrasil, 2024. Disponível em: jus.com.br/artigos/111553/direito-civil-na-era-digital-a-intersecao-da-ia-smart-contracts-enovas-formas-de-propriedad. Acesso em: 16 abril, 2025.
- LIMA, Adrianne; SAMANIEGO, Daniela; BARONOSVKY, Thainá. **LGPD para contratos: adequando contratos e documentos à Lei Geral de Proteção de Dados**. São Paulo: Expressa, 2021. E-book.
- MCDONALD'S. **Termos e Condições**. Disponível em: www.mcdonalds.com.br/termos-e-condicoes. Acesso em: 16 abril, 2025.

OMIE. **O que são termos de uso, para que servem e por que são importantes ?** omie.blog, 2024. Disponível em: blog.omie.com.br/termo-de-uso-para-sites-por-que-e-tao-necessario/. Acesso em: 16 abril, 2025.

REANI, Valéria. **As Cláusulas Abusivas nos Termos de Uso de Aplicativos Digitais**. oabcampinas, 2016. Disponível em: oabcampinas.org.br/as-clausulas-abusivas-nos-termos-deuso-de-aplicativos-digitais/. Acesso em: 18 abril, 2025.

REANI, Valéria. **Contratos eletrônicos e a proteção do consumidor na internet**. Curitiba: Juruá, 2016. p. 142-143.

TERRACAP, Gov. **O que seria o Termo de Uso conforme a LGPD?**. terracapdfgov, 2022, Disponível em: terracap.df.gov.br/index.php/listagem-faq/78-lgpd-lei-geral-de-protecao-dedados-pessoais/200-57-o-que-seria-o-termo-de-uso-conforme-a-lgpd. Acesso em: 16 abril, 2025.