



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 5.864, DE 2023

(Do Sr. Romero Rodrigues)

Dispõe sobre as relações de consumo entre consumidor e provedor de Rede Social, e dá outras providências.

DESPACHO:
ÀS COMISSÕES DE
COMUNICAÇÃO;
DEFESA DO CONSUMIDOR E
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

PROJETO DE LEI Nº , DE 2023

(Do Sr. ROMERO RODRIGUES)

Dispõe sobre as relações de consumo entre consumidor e provedor de Rede Social, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a equiparação de usuário de rede social a consumidor, nos termos definidos na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e disciplina a relação de consumo mantida com os provedores de redes sociais, estabelecendo direitos e deveres para ambas as partes.

Art. 2º Para efeitos desta Lei considera-se:

I – consumidor, nos termos definidos no art. 2º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, todo o usuário que mantém uma conta em alguma rede social, acessada no ambiente virtual, e que possua uma relação comercial, onerosa ou gratuita, com o provedor de rede social;

II - provedor de rede social, a empresa proprietária de aplicação de internet utilizada para veicular e gerir a rede social, seja pública ou privada, nacional ou estrangeira, que desenvolve atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização e gestão de conteúdo, na forma de oferta de produtos ou prestação de serviços, e/ou que possibilite o compartilhamento e disseminação, pelos usuários, de criações, opiniões e informações, veiculados por textos ou arquivos de imagens, sonoros ou audiovisuais, em uma única plataforma, por meio de contas conectadas ou acessíveis de forma articulada, permitida a conexão entre usuários;

Art. 3º Aplicar-se-ão as normas de proteção e defesa do consumidor, constantes da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, em todas



as relações comerciais mantidas entre o usuário de rede social e os provedores das respectivas redes.

Art. 4º Os provedores de redes sociais devem adotar medidas para combater a disseminação de informações falsas, discurso de ódio e práticas que violem os direitos humanos, conforme legislação vigente.

Art. 5º O provedor de rede social deve fornecer meios e canais de comunicação eficazes para que o usuário possa denunciar conteúdos impróprios, violações de direitos ou qualquer prática que viole as normas de uso da plataforma.

Art. 6º É vedada a prática de discriminação injustificada no fornecimento de produtos e serviços pelos provedores de redes sociais, inclusive em relação à raça, gênero, orientação sexual, religião, idade, entre outros.

Art. 7º Em caso de descumprimento das disposições desta Lei, o provedor de rede social sujeitar-se-á às sanções administrativas, previstas no art. 56 e seguintes da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor, sem prejuízo da aplicação das sanções penais previstas no art. 61 e seguintes da mesma Lei.

Art. 8º A fiscalização, apuração de denúncias e autuação por descumprimento desta Lei será feita pelos órgãos competentes, conforme suas atribuições legais previstas no art. 55, §§ 3º e 4º, da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 9º Esta Lei entra em vigor no prazo de 90 (noventa) dias de sua publicação.



JUSTIFICAÇÃO

Há que se buscar o reconhecimento das relações de consumo que existem no âmbito das redes sociais, uma vez que se tornaram essenciais na vida cotidiana, proporcionando interação, comunicação e compartilhamento de informações.

A relação mantida entre usuários e provedores de redes sociais se constitui, na prática, numa clara relação de consumo, na qual os usuários fornecem gratuitamente seus dados pessoais e, em troca, obtêm o acesso não oneroso aos serviços oferecidos.

Na verdade, percebe-se uma assimetria de poder entre as partes envolvidas – consumidores (usuários) e grandes provedores das redes sociais – porque existe um notável desequilíbrio de forças entre esses atores, sendo que, na maioria das vezes, os grandes provedores têm controle significativo sobre a experiência do usuário, incluindo os algoritmos de recomendação e a imposição unilateral dos termos de serviço no formato de contratos de adesão.

É certo, no entanto, que a nossa boa legislação de defesa do consumidor, o Código de 1990, pode ajudar a equilibrar e minorar essa assimetria, garantindo que os consumidores, enquanto usuários dessas redes, tenham seus direitos melhor protegidos.

De outro modo, há que se buscar a proteção dos direitos dos usuários, buscando equipará-los a consumidores e construindo uma base legal sólida que permita-lhes garantir seus direitos como privacidade, transparência, segurança e acesso às informações.

A legislação existente muitas vezes não abrange adequadamente questões específicas relacionadas às redes sociais, tornando necessária uma abordagem mais direcionada, sobretudo nos aspectos relacionados com a transparência e o direito à informação, quando deverão ser estabelecidas regras mais claras e precisas sobre a coleta, armazenamento e uso de dados pessoais por parte dos provedores de redes sociais.



A monetização das redes sociais, especialmente por meio da publicidade direcionada, desempenha um papel significativo na configuração das relações de consumo na era digital. Essas plataformas coletam uma grande quantidade de dados pessoais dos usuários, que são utilizados para criar perfis de consumo detalhados. Esses perfis são, por sua vez, altamente valiosos para anunciantes, que buscam direcionar seus produtos e serviços de maneira mais eficaz.

Nesse processo, o usuário, frequentemente sem plena consciência, torna-se o produto, cujos dados são vendidos ou utilizados para gerar lucro. Essa prática levanta questões cruciais sobre privacidade e consentimento, pois muitos usuários não estão completamente cientes de como suas informações são usadas ou da extensão da vigilância a que estão sujeitos. Além disso, a publicidade direcionada pode influenciar não apenas as escolhas de consumo, mas também moldar as percepções e comportamentos dos usuários, o que destaca a necessidade de regulamentações mais robustas.

Essas regulamentações deveriam garantir maior transparência e controle para os usuários sobre como seus dados são coletados e utilizados, assegurando que as redes sociais operem de uma maneira que respeite os direitos do consumidor e promova uma relação de consumo mais justa e ética.

Há que se exigir ainda uma maior transparência na forma como os algoritmos afetam os inúmeros conteúdos apresentados aos usuários, não se descuidando também da responsabilidade pelo conteúdo publicado pelos usuários nas redes sociais.

Assim, é inadiável definir-se claramente as responsabilidades dos provedores de redes sociais em relação ao conteúdo disseminado em suas plataformas, incentivando a moderação responsável.

Outra preocupação é a de se estabelecer mecanismos para que os usuários possam contestar decisões de moderação, incluindo-se dispositivos que facilitem a resolução de conflitos entre usuários, enquanto consumidores, e provedores, promovendo a eficiência e a justiça na solução de disputas, sem a necessidade de recorrer-se ao Poder Judiciário.



Ao abordar esses pontos, o presente projeto de lei pode estabelecer um melhor arcabouço legal que reconheça e proteja os direitos dos usuários de redes sociais, promovendo uma relação mais equilibrada entre os cidadãos consumidores e os provedores dessas plataformas das redes sociais.

Além disso, a iniciativa está alinhada com os princípios do Marco Civil da Internet no que diz respeito à proteção dos direitos dos usuários, à transparência e à responsabilidade dos provedores de aplicações de internet. Afinal, tanto o Marco Civil quanto o Código de Defesa do Consumidor enfatizam a importância da transparência e da disponibilização de informações claras e precisas aos usuários.

Pela importância e relevância do tema, que irá beneficiar milhões de consumidores no país que utilizam as diversas redes sociais, esperamos contar com o indispensável apoio de nossos pares para a aprovação desta proposição nesta Casa.

Sala das Sessões, em de de 2023.

Deputado ROMERO RODRIGUES

2023-17272





CÂMARA DOS DEPUTADOS
CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

**LEI Nº 8.078, DE 11 DE
SETEMBRO DE 1990**

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:1990-0911;8078>

FIM DO DOCUMENTO