

PROJETO DE LEI Nº , DE 2024

(Do Sr. JULIO LOPES)

Disciplina a oferta e comercialização de produtos e serviços por meio de plataformas de comércio eletrônico, estabelecendo medidas básicas de segurança e transparência voltadas à proteção dos direitos dos seus usuários.

O Congresso Nacional decreta:

Capítulo I – Disposições Gerais

Art. 1º Esta Lei disciplina a oferta e comercialização de produtos e serviços por meio das plataformas de comércio eletrônico, estabelecendo medidas básicas de segurança e transparência voltadas à proteção dos direitos dos seus usuários.

Art. 2º Para os efeitos desta Lei, são consideradas plataformas de comércio eletrônico as aplicações de internet que realizem operações de oferta ou comercialização de produtos ou serviços, de forma direta ou na condição de intermediárias, conectando vendedores a compradores.

Capítulo II – Da transparência e da segurança dos usuários

Art. 3º As plataformas de comércio eletrônico devem zelar por um ambiente digital seguro para todos os seus usuários, sendo-lhes obrigatório, no mínimo:

I – estabelecer políticas de prevenção e proibição da oferta e comercialização de produtos e serviços ilegais na plataforma, assim compreendidos:

- a) produtos de origem criminosa ou com venda proibida em território nacional;



* C D 2 4 2 0 1 1 1 6 4 3 0 0 *

b) produtos ou serviços em desacordo com normas de caráter cogente expedidas pelos órgãos regulatórios;

c) produtos falsificados, pirateados, ou que, de qualquer modo, violem a legislação que rege a defesa da propriedade industrial e dos direitos autorais;

d) produtos considerados impróprios ao uso e ao consumo na forma do art. 18, § 6º, da Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990.

II – disponibilizar canal de denúncias eficaz para que consumidores, titulares de direitos violados, associações e autoridades públicas possam notificar, de forma facilitada, a ocorrência de oferta ou comercialização de produtos e serviços ilegais pelos usuários da plataforma;

III - remover, em prazo não superior a 48 (quarenta e oito horas) oferta de produto ou serviço ilegal que tenha sido objeto de notificação por autoridades públicas, consumidores, associações ou titulares de direitos violados, sem prejuízo da adoção de medidas proativas pela plataforma, visando à remoção, de ofício, do respectivo conteúdo, após a constatação de ilegalidade;

IV - estabelecer políticas eficazes e claras para o banimento de vendedores reincidentes na oferta e comercialização de produtos ou serviços ilegais, mediante a aplicação de medidas rígidas e objetivas;

V – exigir o cumprimento adequado da legislação fiscal e tributária pelos usuários vendedores em todas as operações intermediadas pela plataforma.

Parágrafo único. Para os fins desta lei, considera-se vendedor reincidente aquele que, após ser notificado em razão da oferta ou venda de produto ou serviço comprovadamente ilegal, volta a ofertá-lo ou vendê-lo em plataforma de comércio eletrônico.

Art. 4º As plataformas de comércio eletrônico devem adotar políticas e termos de uso que condicionem a oferta e comercialização de produtos e serviços à formação de cadastro prévio do vendedor, contendo, no mínimo, as seguintes informações:



* C D 2 4 2 0 1 1 1 6 4 3 0 0 *

I – nome ou denominação completa e número de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;

II – endereço físico e eletrônico, telefone e demais informações necessárias para sua localização;

III – dados relativos a conta bancária, carteira digital ou outras contas de pagamento destinadas ao recebimento dos valores decorrentes das vendas intermediadas diretamente pela plataforma.

§ 1º As informações referidas nos incisos I e II do caput devem ser disponibilizadas, de forma clara e ostensiva, no perfil do usuário da plataforma e nos anúncios de produtos e serviços, como forma de garantir a transparência e permitir a identificação imediata dos responsáveis pela respectiva oferta.

§ 2º Caso a plataforma de comércio eletrônico identifique a ocorrência de oferta de produto ou serviço ilegal, deve, imediatamente, suspender o anúncio, notificar o vendedor e encaminhar os dados relacionados nos incisos I a III do *caput* deste artigo, sem prejuízo de outras informações legalmente passíveis de ser compartilhadas, às autoridades públicas competentes, para que sejam adotadas providências de investigação e as medidas punitivas cabíveis.

Art. 5º As plataformas de comércio eletrônico que realizem a intermediação de vendas mediante o recebimento de comissão integram a cadeia de fornecimento do produto ou serviço ofertado ou comercializado e são solidariamente responsáveis pelos atos ilícitos praticados pelos usuários vendedores por intermédio de suas aplicações, especialmente em caso de:

I – omissão na tomada de medidas necessárias à remoção de ofertas e suspensão da comercialização de produtos ou serviços ilegais na plataforma, na forma do art. 3º desta Lei, após terem sido cientificadas do fato, por meio de notificação, de procedimentos de denúncia disponíveis na própria plataforma, ou de qualquer outra comunicação apresentada por consumidores, associações ou titulares de direitos violados;



* C D 2 4 2 0 1 1 1 6 4 3 0 0 *

II – omissão no atendimento às notificações ou no cumprimento de medidas determinadas por órgãos públicos de defesa do consumidor ou de regulação setorial.

Parágrafo único. O disposto neste artigo se estende a quaisquer anúncios publicitários, promovidos diretamente pela plataforma ou por seu intermédio, com o objetivo de ofertar ao público produto ou serviço ilegal.

Capítulo III – Disposições finais

Art. 6º Cabe às plataformas de comércio eletrônico o dever de guarda, em ambiente controlado e de segurança, dos registros de todas as transações comerciais realizadas por intermédio de suas aplicações, pelo prazo mínimo de 1 (um) ano.

Art. 7º A Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 21-A:

“Art. 21-A. A plataforma de comércio eletrônico será responsabilizada solidariamente pela oferta ou comercialização de produto ou serviço que seja de origem criminosa ou com venda proibida em território nacional, que esteja em desacordo com norma regulatória de caráter cogente, ou que viole a legislação que rege a defesa da propriedade industrial e dos direitos autorais, quando, após o recebimento de notificação apresentada por qualquer interessado, deixar de promover, de forma diligente, no âmbito e nos limites técnicos da sua atividade comercial, a suspensão e remoção do respectivo anúncio.

§ 1º A notificação prevista no caput deve conter, sob pena de nulidade, elementos que permitam a identificação específica do material considerado ilegal e do responsável pela apresentação da notificação.

§ 2º Para os efeitos deste artigo, é considerada plataforma de comércio eletrônico a aplicação de internet que realize operações de oferta ou comercialização de produtos ou serviços, de forma direta ou na condição de intermediária, conectando vendedores a compradores.” (NR)



* C D 2 4 2 0 1 1 1 6 4 3 0 0 *

Art. 8º. O disposto nesta Lei não afasta a incidência das previsões contidas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Proteção e Defesa do Consumidor), na Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet) e em outras determinações legais vigentes.

Art. 9º Esta Lei entra em vigor 90 (noventa) dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Em abril deste ano, o Marco Civil da Internet (MCI) – Lei nº 12.965/2014 – completou 10 anos de vigência no País. Essa foi a primeira legislação a regulamentar o uso da Internet no Brasil e a tratar de temas sensíveis nas interações em ambiente virtual. Essa legislação resultou em significativo avanço legislativo sobre a matéria no País e trouxe importantes disposições sobre neutralidade da rede, dever de guarda de dados pelas plataformas digitais, além de outros disciplinamentos sobre a responsabilidade dos provedores de aplicação.

Previamente à promulgação do MCI, o tratamento sobre a responsabilidade civil de provedores de aplicação de internet se dava pela jurisprudência. No âmbito do Superior Tribunal de Justiça prevalecia o entendimento de responsabilidade subjetiva dos provedores de aplicações que, ao tomarem ciência da existência de conteúdo ilícito em sua plataforma, deveriam tomar medidas enérgicas na remoção do conteúdo, sob pena de serem responsabilizados solidariamente ao responsável pelo conteúdo ilegal postado¹.

A opção legislativa prevista no MCI foi diversa daquela dos Tribunais Brasileiros, passando a prever, no seu artigo 19, o seguinte:

"Art. 19. Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após

¹ STJ. Recurso Especial 1.193.764/SP, Terceira Turma, Relatora Nancy Andrigui, J. em 14/12/2010; STJ. Recurso Especial 1.406.448/RJ, Terceira Turma, Relatora Nancy Andrigui, J. em 15/10/2013; STJ. Agravo Regimento no Agravo em Recurso Especial nº. 229712 / RJ, Terceira Turma Relator João Otávio de Noronha, J. 04.02.2014



* C D 2 4 2 0 1 1 1 6 4 3 0 0 *

ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário.

§ 1º A ordem judicial de que trata o caput deverá conter, sob pena de nulidade, identificação clara e específica do conteúdo apontado como infringente, que permita a localização inequívoca do material.

(...)"

Sob pretexto de prestigiar o direito à liberdade de expressão, o Marco Civil previu um regime de responsabilidade em que o provedor de aplicação apenas poder ser responsabilizado por conteúdo gerado por terceiro se, após ordem judicial, não tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente. Foram previstas algumas exceções, a principal delas relacionada à divulgação não autorizada de imagens íntimas.

Apesar dos avanços trazidos pelo MCI, a questão da responsabilização dos provedores, prevista no artigo 19, sempre foi controversa e alvo de críticas, pela doutrina e pela jurisprudência. Essas críticas são bem resumidas em decisão do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, em acórdão relatado pelo Desembargador e Professor de Direito, Francisco Loureiro:

O referido dispositivo legal, contudo, não pode ser interpretado ao pé da letra, pena de violar o sistema de defesa do consumidor e direitos fundamentais de terceiros, ambos de jaez constitucional. A mais abalizada doutrina tece severas críticas à referida previsão normativa do Marco Civil da Internet, não só por constituir verdadeiro retrocesso no tratamento da matéria, mas, principalmente, por ter privilegiado os provedores em detrimento dos consumidores, e por ter conferido a priori supremacia a determinados direitos fundamentais em face de outros de igual relevância, contrariando totalmente o sistema jurídico e a tábua axiológica da Constituição Federal. (TJ/SP, Apelação nº. 1004264-50.2014.8.26.0132)

Apesar de críticas como a exposta acima, a promulgação do Marco Civil resultou em mudança brusca da jurisprudência, que passou a aplicar o artigo 19 para os mais amplos casos, mesmo aqueles que não tivessem relação com o direito à liberdade de expressão. Tal fato resultou em uma dificuldade muito maior no combate à disseminação de conteúdo ilegal na



* C D 2 4 2 0 1 1 1 6 4 3 0 0 *

Internet, uma vez que liberou os provedores de aplicação da responsabilidade por conteúdos gerados em suas plataformas sem ordem judicial prévia. Além disso, o MCI previu a necessidade de identificação clara e precisa do conteúdo apontado como infringente.

Por sua vez, os dez anos de vigência do Marco Civil da Internet foram marcados por significativos avanços tecnológicos e mudanças nas interações em ambiente virtual, o que torna essa lei, ao menos no que diz respeito à responsabilidade de provedores de aplicação, insuficiente para tratar das complexas questões atuais.

Entre os segmentos que mais mudaram nesses últimos anos está o comércio eletrônico, que vem experimentando franca expansão. Entre 2017 e 2022, o comércio eletrônico teve crescimento de 182%, somando R\$ 169,6 bilhões de reais em 6 anos². Segundo análise feita pela Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), o *e-commerce* tinha previsão de alcançar R\$ 185,7 bilhões somente em 2023³.

Uma fatia significativa desses valores tem ido para plataformas asiáticas, como Shein e Shopee, que juntas faturaram R\$ 35 bilhões de reais no Brasil no ano de 2023⁴. As atividades dessas plataformas de comércio eletrônico têm levantado várias questões jurídicas, entre as quais a venda massiva de produtos ilegais. Atuando à margem da legislação brasileira, as plataformas de *e-commerce* têm permitido a comercialização em larga escala de produtos de origem contrafeita, contrabandeados, descaminhada e, pior, nocivos ao consumidor.

Tramitam hoje no Poder Judiciário, Ministério Público e PROCONs os mais diversos procedimentos administrativos e ações judiciais apontando sérias violações aos direitos dos consumidores pela venda de produtos ilegais e nocivos nessas plataformas. Dentre as mercadorias vendidas livremente no meio digital estão vários produtos proibidos, como álcool 96%,

² <https://www.poder360.com.br/brasil/faturamento-do-comercio-eletronico-no-brasil-cresce-182-em-6-anos/>

³ <https://mercadoeconsumo.com.br/24/02/2023/e-commerce/e-commerce-atingira-r-185-bilhoes-de-faturamento-em-2023-aponta-pesquisa/?cn-reloaded=1>

⁴ <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2024/04/shein-e-shopee-faturaram-juntas-mais-de-r-35-bilhoes-no-brasil-em-2023-estima-btg.shtml#:~:text=O%20banco%20de%20investimentos%20calcula,cerca%20de%20R%24%202020%20bil%20h%C3%B5es.>



suplementos e medicamentos sem autorização da Anvisa, medicamentos com efeito abortivo, cosméticos, suplementos e óculos falsificados, assim como bebidas adulteradas, entre outros.

Esses produtos são nocivos e existem várias reclamações de consumidores enganados pela venda de produtos falsificados e até mesmo hospitalizados pelo contato com produtos perigosos à saúde adquiridos em *marketplaces*. Portanto, é seguro afirmar que **o processo de compra hoje em determinadas plataformas em atividade no Brasil não é seguro!**

Nesse ponto, importante que se pontuem os prejuízos que os produtos causam, primeiro, ao consumidor. Um tênis falsificado, por exemplo, pode causar lesões nos calcanhares, tornozelos, joelhos, coluna, podendo provocar até artrose. Óculos falsificados podem causar queimaduras de retina, tumores na pálpebra e surgimento de catarata e degeneração. Brinquedos falsificados podem levar a intoxicações, cortes, engasgamento e queimadura. Em casos mais graves, como suplementos, cosméticos e medicamentos falsificados, podem ocorrer graves danos à saúde dos consumidores, podendo levá-los até mesmo a óbito.

Estudo da “*American Apparel & Footwear Association*” (Associação Americana de Vestuário e Calçados) baseado em testes com vários produtos falsificados revelou outros dados alarmantes. Entre eles, a presença de materiais como arsênico, cádmio, ftalatos e chumbo em produtos contrafeitos, todos eles danosos ao consumidor, e que foram encontrados, mesmo em pequena quantidade.

Além dos prejuízos aos consumidores, a venda de produtos falsificados e contrabandeados é altamente prejudicial aos cofres públicos e à economia brasileira. A pirataria e a falsificação de marcas são práticas criminosas que crescem de forma espantosa no Brasil, gerando prejuízos bilionários ao setor produtivo, ao Estado, aos consumidores e à toda sociedade. Segundo dados levantados pelo Fórum Nacional Contra a Pirataria e a Illegalidade – FNCP, os prejuízos para o Brasil gerados pelo comércio ilegal atingiram a cifra de 410 bilhões de reais no ano de 2022. Esse número corresponde às perdas de 14 setores mapeados, mais a sonegação fiscal.



* C D 2 4 2 0 1 1 1 6 4 3 0 0 *

Em que pese todos esses dados alarmantes, algumas plataformas de comércio eletrônico se recusam a adotar medidas eficientes no combate ao comércio ilegal. Ao serem demandadas em ações judiciais ou administrativas, discutindo a venda de produtos falsificados, essas empresas fundamentam suas defesas majoritariamente no artigo 19 do Marco Civil da Internet e na suposta falta de responsabilidade legal para tomar medidas para coibir a venda de produtos ilegais. Ou seja, a lacuna normativa no País acaba por ter como efeito o desencorajamento das plataformas em coibir a venda de produtos ilegais.

Além disso, as plataformas alegam ser meras intermediárias de vendas, não tendo responsabilidade sobre o conteúdo vendido por terceiros, permitindo, dessa forma, que qualquer usuário da plataforma ofereça ao público consumidor todo tipo de produto, por mais ilegal e nocivo que seja. Essa permissividade contribuiu em muito para o aumento da venda de produtos ilegais na rede, de modo a facilitar as operações de organizações criminosas, que encontram nas plataformas digitais um meio fácil de oferecer seus produtos à venda.

Ao que tudo indica, algumas plataformas com participação relevante no mercado brasileiro não estão preocupadas em evitar a oferta de produtos ilegais, pois, ao abarcarem um percentual significativo sobre as vendas, seja qual for o produto, elas aumentam os seus lucros, na medida em que as vendas de produtos ilegais também crescem. A falta de controle e de fiscalização no ambiente *online*, em contraste com o ambiente físico, contribui para a existência de um território virtual sem lei, onde os lucros e a impunidade imperam, em detrimento do consumidor e das empresas legais e formais que operam tanto no ambiente *online*, quanto no físico.

Em razão desses efeitos negativos para o consumidor, para a liberdade econômica e para um ambiente de concorrência leal, a Secretaria Nacional do Consumidor – SENACON, demandada por setores prejudicados, em especial os de defesa do consumidor, iniciou movimento de implementação de auto-regulamentação, para prever uma sistemática mais segura no *e-commerce* e limitar a interpretação e o alcance do Marco Civil da Internet em seu regime jurídico, mediante *soft law* e *self regulation*.



* C D 2 4 2 0 1 1 1 6 4 3 0 0 *

Nesse contexto, a SENACON editou as Notas Técnicas de números 610/2019 e 91/2020 prevendo orientações no exercício da atividade de comércio eletrônico, com diretrizes a serem observadas pelas plataformas engajadas nesse tipo de atividade. As notas técnicas chamam à atenção para a necessidade de medidas preventivas e repressivas no combate ao comércio de produtos falsificados em ambiente virtual.

Dentre as orientações previstas nesses documentos estão o fornecimento de informações adequadas dos vendedores e o mecanismo de derrubada eficiente e uso de mecanismos tecnológicos para identificar e derrubar conteúdo ilegal, entre outras. A Nota Técnica 610/2019/CCSS-CGCTSA/DPDC/SENACON/MJ é categórica em afirmar que:

"resta claro que produtos ilegais e falsificados, à luz do Código de Defesa do Consumidor e da própria Constituição Federal, são proibidos de serem comercializados, inclusive em plataformas de comércio eletrônico, sem prejuízos de possível responsabilidade imposta pelo CDC seja pela ausência de registro adequado de vendedores que não permitam consumidores identificá-los, seja pela ausência de informação sobre esses vendedores ou mesmo sobre os limites de responsabilidade da plataforma pelos atos de terceiros (...), as plataformas de comércio eletrônico não podem se furtar da responsabilidade de comercializarem estes tipos de produtos, alegando impossibilidade de retirada dos anúncios em respeito à liberdade de expressão, pois disso não se trata, mas sim do exercício da liberdade econômica, que com ele não se confunde".

Subsequentemente à edição das notas técnicas, o Ministério da Justiça e Segurança Pública-MJSP, por meio de sua Secretaria Nacional do Consumidor e do Conselho Nacional de Combate à Pirataria, CNCP, elaborou o **Guia de Boas Práticas e orientações às plataformas de comércio eletrônico para implementação de medidas de combate à venda de produtos piratas, contrabandeados ou, de qualquer modo, em violação à propriedade intelectual.**

A edição deste Guia constituiu avanço para implementação de auto-regulamentação do comércio *online* e teve como objetivo estabelecer um modelo de código de práticas e condutas a serem adotadas por todos os atores inseridos na cadeia digital de consumo, para se evitar a venda de produtos ilegais (piratas, contrafeitos, contrabandeados) pela internet. Este Guia prevê uma série de recomendações às plataformas digitais, entre as quais a adoção



* C D 2 4 2 0 1 1 1 6 4 3 0 0 *

de mecanismos para a baixa de anúncios ilegais em 48 horas, a identificação clara de vendedores e o banimento de vendedores reincidentes.

Ocorreu que, dado ao seu caráter orientativo, de *soft law*, este Guia impôs apenas recomendações às plataformas aderentes, sem criar quaisquer responsabilidades. Ao mesmo tempo em que várias plataformas de e-commerce no Brasil aderiram espontaneamente ao Guia e aplicaram em suas atividades as recomendações nele contidas, outras empresas, mesmo aderentes, simplesmente ignoraram sugestões e continuam, em desacordo com inúmeras leis aplicáveis à espécie, expondo produtos ilegais de forma massiva.

A existência de um Guia de Boas Práticas, que não obriga a sua adesão e não gera responsabilidades aos seus aderentes, acaba por criar uma situação de desequilíbrio e descrédito entre as diversas plataformas digitais. Na verdade, é o que se constata hoje no mercado digital, ou seja, algumas empresas implementaram mecanismos e sistemas de banimento de anúncios ilegais, de interação com titulares de marcas, consumidores e órgãos públicos, enquanto outras em nada mudaram suas políticas de banimento ineficazes e falta de interação com os titulares de direitos violados e insistem em ofertar produtos ilegais e falsificados em suas plataformas.

Essa situação, inclusive, levou a Shopee a responder por uma Ação Civil Pública promovida por associações que reúnem empresas vítimas da falsificação de marcas e um Inquérito Civil Público aberto pelo Ministério Público de São Paulo, em relação aos danos que a oferta de produtos ilegais causam aos consumidores. Em sua defesa, a Shopee alega ausência de responsabilidade pelos anúncios ilegais, em face do disposto no artigo 19 do Marco Civil. Além de não atender às recomendações do Guia, a Shopee igualmente despreza o teor das notas técnicas da SENACON.

Além da Shopee, outras plataformas estão surgindo no Brasil e, diante de um Guia apenas orientativo, que é seguido por uns e desprezado por outros, resta apenas a busca do Poder Judiciário para defesa dos direitos violados pelas plataformas digitais. No Judiciário, porém, há divergência em relação ao alcance do artigo 19. Já existe uma corrente com entendimento



* C D 2 4 2 0 1 1 1 6 4 3 0 0 *

semelhante ao previsto nas notas técnicas da SENACON, sobre a sua não aplicabilidade às plataformas digitais, a exemplo de decisões do Superior Tribunal de Justiça e Tribunal de Justiça de São Paulo:

Ação anulatória de débito. Defesa do consumidor. Plataforma de 'marketplace'. Imputação de infração relativa à comercialização de produtos não originais. Artigo 18, § 6º, II, do CDC. Legitimidade passiva bem afirmada. Responsabilidade solidária da plataforma. Inaplicabilidade das regras de exclusão de responsabilidade previstas no Marco Civil da Internet. Autuação mantida. Contudo, determinação de recálculo da multa sobre a receita bruta da plataforma exclusivamente no estado paulista. Recurso parcialmente provido para esse fim. (...)

Registre-se ainda que na hipótese não tem incidência as normas de liberdade de expressão ou de afastamento da responsabilidade conforme a Lei do Marco Civil da Internet, por se tratar de atividade comercial de intermediação na venda de produtos. A Lei nº 12.965/14 (Marco Civil da Internet) não disciplina o comércio eletrônico de consumo, pois este tem sua proteção prevista conforme as normas do Código de Defesa do Consumidor. Nesse ponto, anote-se o diálogo das fontes e a aplicação da lei mais favorável à defesa do consumidor. Além disso, o artigo 3º, VI, da Lei nº 12.965/14 estabelece a responsabilização dos agentes de acordo com suas atividades e, como se viu, a autora intermediou a relação de consumo, tornando-se responsável pelos vícios nela existentes. (TJ/SP, Apelação Cível nº. 1003046-20.2020.8.26.0053, 4ª Câmara de Direito Público, Relator Des. Luis Fernando Camargo de Barros Vidal, J. em 22/02/2021)

2. Responsabilidade objetiva do fornecedor. A parte ré obtém lucro significativo com o serviço que disponibiliza e a partir daí deve responder por eventuais prejuízos decorrentes de fraudes que seu sistema de segurança não consiga impedir. Veja-se que o responsável pelo ilícito somente chegou até o autor graças ao serviço disponibilizado pela ré. Em outras palavras, a pessoa responsável pela conduta criminosa, somente chegou até o autor graças ao serviço disponibilizado pela ré, que lucra valores significativos e até por isso deve responder quando o sistema mostra-se falho. Aplicação do disposto no art. 14 do CDC. (REsp 1.740.942, Quarta Turma, Relator Marco Buzzi, J. em 30/04/2019)

O entendimento previsto nessas decisões, por mais pertinente que seja, ainda não tem grande espaço na jurisprudência. Isso porque a previsão legislativa do artigo 19 do Marco Civil da Internet por muitas vezes inibe o Poder Judiciário em tomar decisões mais enérgicas no combate ao mercado *online* ilegal, por potenciais conflitos com a previsão legal em vigor.



* C D 2 4 2 0 1 1 1 6 4 3 0 0 *

Esse é o problema mais grave da legislação atual sobre responsabilidade de provedores de aplicação na Internet. Ao prever responsabilidade apenas pelo descumprimento de ordem judicial, a legislação inibe o Poder Judiciário de analisar a questão da responsabilidade com base em direitos constitucionais tão relevantes quanto a liberdade de expressão, como o direito à imagem, à indenização, à honra, direitos dos consumidores e direitos de propriedade intelectual. Como bem assinalado na referida decisão de 2^a instância, o artigo 19 previu “supremacia a determinados direitos fundamentais em face de outros de igual relevância, contrariando totalmente o sistema jurídico e a tábua axiológica da Constituição Federal”. Não por acaso, o artigo está sendo alvo de Ação Direta de Inconstitucionalidade, com repercussão geral reconhecida pelo STF, conforme Tema 987.

Portanto, parece muito clara a necessidade da adoção de uma legislação mais clara e mais atual prevendo a responsabilidade das plataformas de comércio eletrônico no Brasil. O artigo 19 do Marco Civil da Internet parece conflitar com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90), o Decreto do Comércio Eletrônico (Decreto nº 7.962/13), a Lei de Propriedade Intelectual (9.279/960) e até mesmo com direitos fundamentais previstos na Constituição Federal. Tanto é que as maiores críticas ao regime de responsabilidade previsto no Marco Civil da Internet residem no entendimento de que o artigo 19 incorreu em um desequilíbrio na ponderação entre preceitos constitucionais.

Em havendo conflito entre direitos fundamentais, este deve ser resolvido em observância aos princípios da proporcionalidade e razoabilidade. O MCI, no entanto, concedeu uma primazia ao direito da liberdade de expressão em prol de outros direitos fundamentais de igual relevância. Limitou a atuação do Poder Judiciário na análise, no caso concreto, sobre qual direito deveria prevalecer com base nos princípios de razoabilidade e proporcionalidade, em desrespeito à supremacia das normas.

O cenário legal vigente acaba por gerar severas consequências sociais e econômicas. Por encontrarem lacunas normativas em relação à sua responsabilização, plataformas de e-commerce vendem livremente produtos falsificados, contrabandeados, desconformes com legislações regulatórias e



* C D 2 4 2 0 1 1 1 6 4 3 0 0 *

nocivos ao consumidor. Subverte-se a ordem jurídica e econômica, privilegiando gigantes de tecnologia em prol do consumidor, dos titulares de propriedade intelectual e dos interesses da própria administração pública.

Os impactos da venda massiva de produtos de origem ilícita atingem toda uma coletividade. Os consumidores são enganados, os cofres públicos perdem arrecadação, os titulares de direitos de propriedade intelectual têm sua clientela desviada e a economia brasileira é severamente afetada, ante a situação de concorrência desleal imposta ao varejo brasileiro.

Não se pode ignorar que o marco legal em vigor, favorável às empresas de tecnologia e com um elevado grau de permissibilidade para as suas atividades, facilita as ilegalidades hoje praticadas em *marketplaces* em operação no Brasil. Afinal de contas, o mercado digital não possui qualquer incentivo para adotar medidas para coibir a venda de produtos ilegais, posto que, ao ser demandado judicialmente, vale-se do disposto no artigo 19 para se esquivar da responsabilidade. Essa situação favorece a atividade irregular e tão prejudicial ao País.

Tanto é que empresas atualmente em atividade no Brasil sequer conseguem ingressar em mercados como o dos Estados Unidos e membros da União Europeia, que possuem legislação mais atualizada e severa no combate ao comércio ilegal.

Nesse contexto, merece ser analisado o cenário internacional. A Europa aprovou recentemente um novo regulamento, o *Digital Services Act*, que aumenta as hipóteses de responsabilidade de provedores de aplicação.

No âmbito da jurisprudência da Corte de Justiça da União Europeia, recentemente foi reafirmada a possibilidade de responsabilização de um provedor de aplicação de comércio eletrônico pela venda de produtos falsificados por terceiros, a depender da forma de sua interação e a impressão causada ao consumidor. No caso que envolve a renomada grife de calçados Christian Louboutin e a gigante de comércio eletrônico Amazon, estabeleceu-se o seguinte:

O artigo 9.o, n.o 2, alínea a), do Regulamento (UE) 2017/1001 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de junho de 2017, sobre a marca da União Europeia deve ser interpretado no sentido de que o



* C D 2 4 2 0 1 1 1 6 4 3 0 0 *

operador de um sítio Internet de vendas em linha que integra, além das suas próprias ofertas de venda, um sítio de comércio eletrônico, é suscetível de ser considerado, ele próprio, utilizador de um sinal idêntico a uma marca da União Europeia de outrem para produtos idênticos àqueles para os quais esta marca está registada quando vendedores terceiros coloquem à venda, nesse sítio de comércio, sem o consentimento do titular da referida marca, esse tipo de produtos que ostentem esse sinal, se um utilizador normalmente informado e razoavelmente atento desse sítio estabelecer um nexo entre os serviços desse operador e o sinal em questão, o que sucede nomeadamente quando, atendendo a todos os elementos que caracterizam a situação em causa, semelhante utilizador possa ter a impressão de que é o referido operador que comercializa, ele próprio, em seu nome e por conta própria, os produtos que ostentam o referido sinal.⁵

Já em 2011, a Corte de Justiça da União Europeia havia reconhecido a possibilidade de um provedor de comércio eletrônico ser responsabilizado pela venda de produtos falsificados, no “*leading case*” sobre a questão, *L'Oréal v eBay* (C-324/09⁶).

Por sua vez, os Estados Unidos possuem em sua legislação, desde 1998, o DMCA – *Digital Millennium Copyright Act*, que, para casos de direitos autorais, prevê dispositivo determinando que o provedor de aplicação, ao tomar ciência de que um conteúdo é ilícito, deve tomar medidas enérgicas para sua remoção, sob pena de ser responsabilizado. Trata-se de tratamento semelhante ao que era dado pelo Superior Tribunal de Justiça antes de promulgação do Marco Civil da Internet.

Nos Estados Unidos há também a possibilidade de discussão da questão sob a ótica civil, por infração por contribuição ou *vicarious liability*, isto é, quando uma parte pode ser responsabilizada pelas ações ilícitas de uma terceira pessoa.

Ou seja, sistemas jurídicos de países mais desenvolvidos preveem a possibilidade de provedores de comércio eletrônico serem responsabilizados pela venda de produtos falsificados, enquanto o Brasil limita em muito essa possibilidade, pela adoção de um modelo inadequado e ultrapassado.

⁵ C-148/21, C-184/21 - <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A62021CJ0148> – Acessado em 14/06/2024

⁶ <https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-324/09> - acessado em 14/06/2024



* C D 2 4 2 0 1 1 1 6 4 3 0 0 *

O Brasil, como nação em desenvolvimento, necessita propiciar um ambiente favorável à legalidade e à livre e leal concorrência e inibir as atividades ilegais que prejudicam a indústria nacional, o mercado legal, os consumidores e os cofres públicos. Para que esse objetivo seja atendido é essencial que se preveja um modelo de responsabilidade diverso do atual em relação aos provedores de aplicação de comércio eletrônico.

Uma primeira providência necessária no âmbito legislativo é relativizar a aplicabilidade do artigo 19 do Marco Civil da Internet sobre os provedores de aplicação na modalidade de comércio eletrônico, sujeitando-os a normas específicas. As plataformas de *e-commerce*, em sua maioria, cobram um percentual de comissão sobre cada venda realizada, ou, então, cobram um valor para anúncios disponibilizados em suas plataformas, sem prejuízo de anúncios patrocinados e propagandas, que também não são gratuitas. Portanto, não incidem aos provedores de aplicação de comércio eletrônico questões relativas à preservação do direito à liberdade de expressão. Há atividade comercial remunerada, que rende quantias exorbitantes aos agentes envolvidos nessa atividade.

Outras providências estão relacionadas às informações disponibilizadas aos consumidores, que devem receber informações claras e objetivas dos vendedores dos produtos, evitando-se o anonimato e conferindo maior segurança ao processo de compra. As plataformas também devem ter mecanismos eficazes na prevenção de anúncios de origem ilegal, assim como na remoção rápida daqueles que forem denunciados ou identificados como ilegais. Deve ser exigida, da mesma forma, a respectiva emissão das notas fiscais dos lojistas, respeitando-se, assim, a legislação tributária.

Os avanços tecnológicos também possibilitaram uso de inteligência artificial ou outros mecanismos técnicos que permitem medidas preventivas e repressivas, com utilização da tecnologia em favor da legalidade. Algumas plataformas em atividade no Brasil já fazem uso inteligente de mecanismos técnicos em benefício do combate ao mercado ilegal, o que deve ser replicado e aplicado por outras empresas do mesmo segmento.



* C D 2 4 2 0 1 1 1 6 4 3 0 0 *

Quando foi aprovado e promulgado o Marco Civil da Internet havia um amplo debate sobre a possibilidade técnica, ou de um suposto ônus excessivo para o controle de conteúdo por parte das plataformas de comércio eletrônico. Com o avanço tecnológico, hoje fica muito claro que a implementação de ferramentas para prevenir a venda de produtos falsificados não só é possível, como necessária, além de não impor ônus excessivos às plataformas. Portanto, o controle de venda de produtos ilegais em plataformas hoje se tornou uma questão de escolha. Considerando a situação atual de venda massiva de produtos ilegais no meio digital, onde empresas estrangeiras de tecnologia lucram bilhões, prejudicando os consumidores, cofres públicos, economia brasileira e titulares de direitos de propriedade intelectual, a mudança legislativa sobre o tema se torna impositiva.

Com base nesses elementos, tem-se que o melhor caminho legislativo é dar força de lei para mecanismos que hoje têm status de *soft law*, notadamente as previsões das notas técnicas 610/2019 e 91/2020 da SENACON e das disposições dos Guias de Boas Práticas do CNCP. Por esse motivo, oferecemos à apreciação desta Casa o presente projeto de lei, cuja proposta foi elaborada pela Associação pela Indústria e Comércio Esportivo – ÁPICE, Grupo de Proteção à Marca – BPG – e Fórum Nacional Contra a Pirataria e a Ilegalidade – FNCP, e que aqui submetemos ao exame dos nobres Pares, com os ajustes e aperfeiçoamentos que consideramos pertinentes.

Considerando, pois, a importância da matéria, conclamamos o apoio necessário para a aprovação do projeto ora apresentado.

Sala das Sessões, em _____ de _____ de 2024.

Deputado JULIO LOPES

2024-13306



* C D 2 4 2 0 1 1 1 6 4 3 0 0 *