



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 488, DE 2025

(Do Sr. Carlos Chiodini)

Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet), para dispor sobre a publicidade digital em aplicações de internet.

DESPACHO:
ÀS COMISSÕES DE
DEFESA DO CONSUMIDOR;
COMUNICAÇÃO 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 2025

(Do Sr. CARLOS CHIODINI)

Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet), para dispor sobre a publicidade digital em aplicações de internet.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet), para dispor sobre a publicidade digital em aplicações de internet.

Art. 2º O art. 5º da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet), passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 5º

.....

XI – plataforma de publicidade programática: aplicação de internet que faça intermediação entre anunciantes e empresas que oferecem espaço para publicidade na internet, de forma automatizada, por meio de *software* algorítmico;

XII – publicidade de plataforma: ampliação ou impulsionamento de alcance de conteúdo em troca de pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro para o provedor de aplicação.” (NR)

Art. 3º O Capítulo III da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet), passa a vigorar acrescida do art. 20-A e da Seção III-A:



“Art. 20-A. O provedor de plataformas de publicidade programática e o provedor de aplicações de internet que disponibilizem serviço de publicidade de plataforma serão responsabilizados solidariamente pela reparação dos danos causados por publicidade de plataforma.” (NR)

“
Seção III-A

Da Publicidade Digital

Art. 21-A. O provedor de aplicações de internet que disponibilize serviço de publicidade de plataforma deve identificá-la, possibilitando que o usuário ou anunciante contratante do serviço seja identificado pelos usuários da aplicação.

§ 1º O provedor deve requerer a identidade, por meio de documento de identificação válido no território nacional, da pessoa física ou jurídica que paga pela publicidade.

§ 2º O provedor deve disponibilizar meio eficiente e acessível para que usuários da aplicação denunciem eventuais conteúdos publicitários ou impulsionados que considerem ilícitos.

§ 3º O provedor deve analisar diligentemente a denúncia mencionada no § 2º e, comprovada a ilicitude do conteúdo, deve removê-lo da plataforma.

§ 4º Este artigo aplica-se ao provedor de plataforma de publicidade programática, bem como à publicidade veiculada nestas aplicações.” (NR)

Art. 4º Esta Lei entra em vigor após decorridos 180 (cento e oitenta) dias de sua publicação.



JUSTIFICAÇÃO

As aplicações de internet, especialmente as redes sociais, desempenham papel relevante na vida de milhões de brasileiros. Com um número cada vez maior de usuários, essas ferramentas se tornaram essenciais não apenas para a comunicação, para o consumo de informações e para o entretenimento, mas também para o comércio digital. Seu alcance e sua capacidade de interconectar pessoas e empresas as tornaram verdadeiras alavancas para o avanço da economia digital.

O desenvolvimento de negócios *online* é favorecido por meio da publicidade digital. Anúncios pagos e publicações patrocinadas permitem que anunciantes ou usuários alcancem públicos segmentados de forma extremamente precisa, aumentando as chances de conversão e potencializando os resultados comerciais. Essa capacidade de atingir nichos específicos com grande efetividade transformou a publicidade digital em uma das principais fontes de receita das plataformas de internet, além de um pilar fundamental para muitos negócios modernos.

Entretanto, esse mesmo ambiente de publicidade, que deveria fomentar o desenvolvimento econômico, tem sido palco de fraudes e golpes na internet. É comum encontrar anúncios divulgados em redes sociais que promovem produtos que jamais serão entregues, oferecem itens ilegais ou mesmo servem de fachada para esquemas fraudulentos que lesam consumidores. Esse problema se agrava pelo fato de que há poucos incentivos, no ambiente regulatório atual, para que as plataformas cuidem adequadamente dos conteúdos que ajudam a promover.

Atualmente, o Marco Civil da Internet adota, como regra geral, a limitação de responsabilidade civil dos provedores de aplicações de internet por conteúdos gerados por terceiros, salvo em situações específicas, como o descumprimento de ordens judiciais para a remoção de conteúdos ilícitos.

Essa abordagem, embora importante para garantir a liberdade de expressão e evitar censura, gerou algumas externalidades negativas aos cidadãos. As plataformas lucram com a disseminação de conteúdos publicitários e não há um arcabouço legal que exija uma diligência proporcional



ao risco gerado por essas práticas. Essa combinação de fatos não inibe a proliferação de anúncios e impulsionamentos de páginas relacionadas a fraudes digitais.

É necessário, portanto, corrigir essa distorção para garantir a segurança dos usuários e a transparência nas relações comerciais digitais.

Nesse sentido, é importante destacar que a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça já avançou no entendimento de que a responsabilidade limitada dos provedores de pesquisa prevista no Marco Civil da Internet não se aplica ao mercado de *links* patrocinados. Esse precedente é um marco importante, pois reconhece que, quando há lucro direto com a promoção de conteúdos, o provedor deve ser considerado corresponsável pelos prejuízos que eles possam causar. Anúncios pagos e impulsionamentos representam uma situação semelhante e, por isso, devem seguir a mesma lógica jurídica.

Diante disso, apresentamos este projeto de lei que estabelece que os provedores de aplicações de internet que oferecem serviço de publicidade de plataforma sejam responsabilizados civilmente, de forma solidária, pela reparação dos danos causados por esta publicidade. Ainda, propomos que seja feita a identificação dos usuários ou empresas pagantes pela publicidade, **bem como que as plataformas ofereçam um meio eficiente e acessível para que usuários denunciem publicidades suspeitas.**

Com isso, pretendemos criar um ambiente mais seguro para os usuários, reduzir os casos de fraudes digitais e promover maior transparência no mercado de publicidade online. Essa medida não apenas protege os cidadãos, mas também fortalece a confiança nas plataformas digitais, essencial para o desenvolvimento sustentável da economia digital no Brasil.

Pelas razões expostas, peço o apoio dos nobres colegas para a aprovação deste projeto.

Sala das Sessões, em de de 2025.



Deputado CARLOS CHIODINI

5

Apresentação: 17/02/2025 15:04:41.383 - Mesa

PL n.488/2025



Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD259683657300>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Carlos Chiodini

6



* CD 259683657300 *



CÂMARA DOS DEPUTADOS

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

**LEI Nº 12.965, DE 23 DE ABRIL
DE 2014**

<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2014/lei12965-23-abril-2014-778630-norma-pl.html>

FIM DO DOCUMENTO