



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 6.068, DE 2025

(Do Sr. Romero Rodrigues)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para dispor sobre os deveres de diligência mínima e a responsabilidade dos provedores de aplicações de internet que intermedeiem, ofertem ou monetizem anúncios, conteúdos ou transações dirigidas a consumidores.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL 123/2024.

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. ROMERO RODRIGUES)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para dispor sobre os deveres de diligência mínima e a responsabilidade dos provedores de aplicações de internet que intermedeiem, ofertem ou monetizem anúncios, conteúdos ou transações dirigidas a consumidores.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para dispor sobre os deveres de diligência mínima e a responsabilidade dos provedores de aplicações de internet que intermedeiem, ofertem ou monetizem anúncios, conteúdos ou transações dirigidos a consumidores.

Art. 2º Insira-se o art. 14-A na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, com a seguinte redação:

“Art. 14-A Os provedores de aplicações de internet que ofertem, intermedeiem ou monetizem anúncios, conteúdos ou transações dirigidas a consumidores são equiparados a fornecedores e respondem solidariamente pelos danos decorrentes de fraudes, golpes ou falhas de segurança quando deixarem de adotar medidas de diligência mínima previstas nesta lei.

§ 1º Constituem medidas de diligência mínima:

I – verificação da identidade de anunciantes e parceiros comerciais;



II – adoção de mecanismos automatizados e humanos de detecção e remoção de conteúdos fraudulentos, enganosos ou manifestamente ilícitos;

III – oferta de canal acessível para denúncia de conteúdos suspeitos, com resposta célere e motivada;

IV – identificação visível e inequívoca de anúncios pagos e impulsionamentos, com divulgação dos critérios de segmentação;

V – elaboração de relatórios de transparência sobre moderação de conteúdos e anúncios; e

VI – cooperação com autoridades competentes, inclusive com a Secretaria Nacional do Consumidor, para apuração de infrações e aplicação de sanções.

§ 2º A responsabilidade de que trata este artigo subsiste ainda que não haja ordem judicial específica, quando o provedor aufera lucro direto ou indireto com a atividade ilícita ou com sua intermediação, aplicando-se, nesses casos, o regime de culpa presumida.

§ 3º A omissão na remoção de anúncios fraudulentos, na verificação de identidade de anunciantes ou na oferta de canal eficaz de denúncia configura falha de serviço, para os fins deste Código.

§ 4º Sem prejuízo das demais sanções cíveis, criminais ou administrativas, as infrações às normas previstas neste artigo são punidas, conforme o caso, com as seguintes sanções, aplicadas de forma isolada ou cumulativa:

I – advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas;

II – multa de até 10% do faturamento do grupo econômico no Brasil no seu último exercício, limitada, no caso de empresa estrangeira, à receita no País;



III – suspensão temporária das atividades;

IV – proibição de exercício das atividades.”

Art. 3º Esta lei entra em vigor no prazo de 120 (cento e vinte) dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Nos dias atuais, o ambiente digital transformou-se em palco de transações econômicas, de publicidade e de intermediação de consumo em escala massiva — ao mesmo tempo que se tornou terreno fértil para golpes, fraudes e esquemas que lesam consumidores.

Estima-se que 24% da população brasileira com mais de 16 anos — ou cerca de 40,8 milhões de pessoas — tenha sido vítima de golpes digitais nos últimos 12 meses¹.

Em outra métrica, o Brasil registrou um aumento de 13,6% nos estelionatos digitais entre 2022 e 2023².

Além disso, levantamentos relativos ao comércio eletrônico mostram que em 2023 foram estimados prejuízos da ordem de R\$ 529 milhões apenas em golpes que se deram por anúncios falsos ou ofertas enganosas de produtos (jan-set/2023) no âmbito de consumo³.

Esses dados evidenciam um cenário preocupante: a fragilidade da intermediação digital, a morosidade ou insuficiência dos mecanismos de proteção e a probabilidade crescente de danos ao consumidor no mercado online. Esse cenário torna clara a necessidade de um marco legal que imponha aos provedores de aplicações de internet — que ofertam, intermedeiam ou monetizam anúncios, conteúdos ou transações — deveres mínimos de diligência e um regime claro de responsabilização.

¹ <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2024/10/01/golpes-digitais-atingem-24-da-populacao-brasileira-revela-datasenado>

² <https://www12.senado.leg.br/noticias/infomaterias/2025/04/golpes-virtuais-aumentam-e-nao-fazem-distincao-de-idade>

³ <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/no-brasil-80-mil-pessoas-ja-foram-vitimas-de-golpes-online-em-2023>



Essa proposta de lei que ora apresentamos decorre diretamente da nova interpretação jurídica fixada pelo Supremo Tribunal Federal (STF) no julgamento do RE 1.037.396/ Tema 987, concluído em 26 de junho de 2025. Naquela decisão, o STF reconheceu a inconstitucionalidade parcial do art. 19 da Lei 12.965/2014 (Marco Civil da Internet), por entender que a exigência de ordem judicial para responsabilização civil das plataformas não oferece proteção suficiente a bens constitucionais de alta relevância. O Tribunal estabeleceu que provedores de aplicações de internet podem responder com base em culpa, omissão ou lucro com atividade ilícita — especialmente em hipóteses de ilicitude manifesta, como anúncios pagos de fraudes, contas inautênticas ou disseminação artificial. Além disso, fixou o dever de atuação imediata frente a ilícitos graves (por exemplo, conteúdos relacionados à tentativa de golpe de Estado, terrorismo, racismo ou crimes contra mulheres e crianças).

Diante desse novo paradigma, é imprescindível adequar o Lei 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor), de modo a incorporar essas soluções jurídicas ao universo das relações de consumo digitais. Os provedores de aplicações de internet — ao intermediar anúncios, transações ou conteúdos voltados a consumidores — exercem papel fundamental na cadeia de consumo digital e frequentemente auferem lucro direto ou indireto com essas operações. A ausência de previsão legal clara de deveres de diligência e responsabilização tem favorecido a proliferação de fraudes, abalado a confiança dos consumidores e elevado os prejuízos econômicos e sociais no ecossistema digital.

O presente Projeto de Lei propõe, então, de forma articulada:

- 1) a positivação dos deveres de diligência mínima desses provedores, exigindo-se verificação de identidade, moderação de conteúdos, canais de denúncia, transparência de anúncios e cooperação com autoridades públicas;
- 2) o estabelecimento de responsabilidade solidária e objetiva dos provedores quando deixarem de adotar tais deveres,



inclusive nos casos em que auferam lucro com atividade ilícita e sem necessidade de ordem judicial específica; e

- 3) a previsão de sanções administrativas e civis, em consonância com o regime sancionatório já previsto no Marco Civil da Internet e compatível com as exigências de proteção ao consumidor.

Considerando-se que essa medida fortalece a proteção contra fraudes e golpes no ambiente digital e alinha o Brasil às boas práticas internacionais, pedimos o apoio dos nobres colegas para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em de de 2025.

Deputado ROMERO RODRIGUES

2025-17481





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://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1990/lei-8078-11-setembro1990-365086-norma-pl.html>

FIM DO DOCUMENTO