

PROJETO DE LEI Nº , DE 2026

(Da Sra. RENATA ABREU)

Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet), para estabelecer a responsabilidade civil objetiva dos provedores de aplicações de internet pela veiculação de publicidade e anúncios patrocinados fraudulentos, nos termos que especifica.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, passa a vigorar acrescida do seguinte Art. 21-A:

"Art. 21-A. O provedor de aplicações de internet que ofereça serviços de impulsionamento, anúncios ou links patrocinados responde objetivamente pelos danos causados a terceiros decorrentes de fraudes ou golpes perpetrados por meio da publicidade veiculada.

Parágrafo único. O provedor de aplicações:

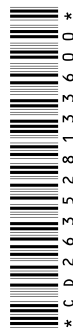
I – manterá registros das publicidades veiculadas, incluindo dados do anunciante, período de exibição e critérios de segmentação, pelo prazo mínimo de 6 (seis) meses;

II – oferecerá canal de denúncia para que usuários reportem anúncios com conteúdo fraudulento ou ilícito."

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O presente Projeto de Lei objetiva combater golpes aplicados por meio de anúncios patrocinados em plataformas de busca e redes sociais. A



proposta visa fortalecer a proteção do consumidor em face da publicidade, garantindo que o ambiente digital não seja utilizado como vitrine para atividades criminosas.

A fundamentação jurídica desta proposta encontra eco na jurisprudência consolidada do Superior Tribunal de Justiça (STJ). No julgamento do REsp nº 2.096.417/SP¹, a Ministra Relatora Nancy Andrighi assentou pontos que reputamos fundamentais serem incorporados ao texto legal.

Ao analisar a responsabilidade do provedor de pesquisa no mercado de links patrocinados, cuida-se de relação contratual, firmada entre ele e um anunciante, com objetivo de promoção publicitária. (...) Ademais, embora os provedores de busca não sejam responsáveis pelo conteúdo que cada site disponibiliza, seja no título de sua chamada, seja no seu interior, eles controlam a forma de exibição do anúncio. Afinal, são os responsáveis pela seleção da ordem de resultados da busca paga.

O entendimento destaca que o provedor de aplicações atua ativamente na publicidade exercida pelo seu parceiro contratual. Ao auferir lucros, a plataforma assume um monitoramento sobre a atividade dos clientes anunciantes. Conforme reforçado na decisão:

O buscador tem controle ativo das palavras-chaves que está comercializando, sendo tecnicamente possível evitar a violação de propriedade intelectual. Tal entendimento não enseja monitoramento em massa, violação da liberdade de expressão ou restrição da livre concorrência. Somente demanda-se maior diligência por parte dos provedores de pesquisa no momento de ofertar serviços de publicidade.

¹ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 2.096.417/SP**. Relatora: Ministra Nancy Andrighi. Julgamento em 27 fev. 2024. Publicação em 7 mar. 2024. Disponível em: https://processo.stj.jus.br/processo/julgamento/electronico/documento/mediado/?documento_tipo=integra&documento_sequencial=230132822®istro_numero=202303282520&peticao_numero=&publicacao_data=20240307&formato=PDF. Acesso em: 26 mar. 2026.



A jurisprudência do STJ sustenta que à atividade de oferta de publicidade por provedores aplica-se a teoria do risco-proveito: se o provedor se dispõe a comercializar anúncios e lucrar com eles, deve desenvolver mecanismos para coibir o potencial lesivo desses serviços e arcar com as consequências de sua omissão, fundamentando a adoção da responsabilidade objetiva nessa relação jurídica.

No mercado anúncios patrocinados, o provedor não é um mero hospedeiro passivo de conteúdo gerado por terceiros, mas sim um fornecedor de serviços de publicidade digital. Por essa razão, é imperioso que se afaste a incidência do art. 19 do Marco Civil da Internet, devendo-se aplicar a responsabilidade civil objetiva.

Embora o precedente do STJ trate de motores de busca, este Projeto de Lei amplia esse entendimento para qualquer tipo de propaganda na internet (redes sociais, aplicativos e portais), visto que a natureza jurídica do serviço é idêntica: o provedor lucra com a veiculação do anúncio fraudulento.

Portanto, este projeto visa consolidar no Marco Civil da Internet a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, garantindo que o consumidor lesado por um anúncio falso tenha o direito de ser indenizado pela plataforma que, falhando em seu dever de vigilância, permitiu a propagação do golpe.

Diante do exposto, peço o apoio dos nobres parlamentares desta Casa para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em de de 2026.

Deputada RENATA ABREU

