

A RESPONSABILIDADE DAS PLATAFORMAS DIGITAIS PELOS CONTEÚDOS PATROCINADOS: DESAFIOS E PERSPECTIVAS NO DIREITO DO CONSUMIDOR

Maria Clara Sombra¹
Barbara Jhessyka Almeida²
Delner do Carmo Azevedo³

RESUMO: Este estudo investiga a responsabilidade civil das plataformas digitais em relação aos conteúdos patrocinados divulgados em suas páginas. Com o crescimento do setor publicitário online, essas plataformas se levantaram importantes entre anunciantes e usuários, mas sua posição levanta questões sobre a responsabilidade, principalmente em casos de informações enganosas ou problemáticas. O objetivo é compreender como o direito brasileiro trata essa responsabilidade e analisar decisões judiciais sobre o tema. A pesquisa abrangeu legislações, doutrinas e questões relevantes. O Marco Civil da Internet, embora não trate diretamente da responsabilidade civil, estabelece diretrizes regulamentares, como liberdade de expressão e neutralidade de rede. O Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil fornecem base para argumentações sobre a responsabilidade das plataformas. As decisões judiciais responsabilizam-se pelas plataformas por conteúdos fraudulentos, considerando-as prestadas de serviço e, portanto, responsáveis pelos danos aos consumidores. No entanto, há falta de uniformidade nas decisões, criando incertezas jurídicas para plataformas e anunciantes. O estudo conclui que o debate sobre a responsabilidade civil das plataformas digitais persiste, sendo necessário um aprofundamento jurídico e soluções mais claras do Judiciário para equilibrar os interesses e garantir a estabilidade jurídica em um mercado digital.

1155

Palavras-chaves: Código de Defesa do Consumidor. Responsabilidade Civil. Plataformas Digitais. Conteúdos Patrocinados. Marco Civil da Internet.

ABSTRACT: This study investigates the civil liability of digital platforms in relation to sponsored content published on their pages. With the growth of the online advertising sector, these platforms have become important among advertisers and users, but their position raises questions about liability, especially in cases of misleading or problematic information. The objective is to understand how Brazilian law treats this liability and to analyze court decisions on the subject. The research covered relevant legislation, doctrines and issues. The Brazilian Civil Rights Framework for the Internet, although it does not directly address civil liability, establishes regulatory guidelines, such as freedom of expression and network neutrality. The Consumer Defense Code and the Civil Code provide a basis for arguments about the liability of platforms. Court decisions hold platforms liable for fraudulent content, considering them to be service providers and, therefore, liable for damages to consumers. However, there is a lack of uniformity in the decisions, creating legal uncertainties for platforms and advertisers. The study concludes that the debate on the civil liability of digital platforms persists, requiring a more in-depth legal analysis and clearer solutions from the Judiciary to balance interests and ensure legal stability in a digital market.

Keywords: Consumer Protection Code. Civil Liability. Digital Platforms. Sponsored Content. Internet Civil Rights Framework.

¹Acadêmica de Direito, Centro Universitário São Lucas.

²Acadêmica de Direito, Centro Universitário São Lucas.

³ Professor e orientador no Centro Universitário São Lucas.

I INTRODUÇÃO

A crescente digitalização da sociedade moderna alterou substancialmente a maneira como a publicidade é disseminada, posicionando as plataformas digitais como protagonistas no ecossistema de comunicação e marketing. Este trabalho tem como objetivo analisar a responsabilidade civil dessas plataformas em relação aos conteúdos patrocinados exibidos em suas páginas, um tema que se torna cada vez mais relevante em um cenário onde a propagação de informações ocorre de forma ágil e, muitas vezes, é difícil de ser verificada.

Com o surgimento da internet e o consequente crescimento do mercado publicitário digital, as plataformas digitais se consolidaram como intermediárias indispensáveis, conectando anunciantes a um público vasto. No entanto, essa função intermediária não está isenta de desafios. A responsabilidade das plataformas pelos conteúdos que divulgam, especialmente quando envolvem informações errôneas ou prejudiciais, levanta questões jurídicas complexas que necessitam de uma abordagem mais clara.

Este estudo tem como propósito compreender como a legislação brasileira regula a responsabilidade civil das plataformas digitais em relação aos conteúdos patrocinados. Para tanto, será realizada uma análise das principais normas legais, como o Marco Civil da Internet, que estabelece princípios essenciais, como a liberdade de expressão e a neutralidade da rede, além do Código de Defesa do Consumidor e do Código Civil. A compreensão dessas normas é crucial para entender a posição das plataformas como prestadoras de serviços e, consequentemente, suas obrigações legais frente aos danos causados aos usuários.

1156

Além da análise normativa, o artigo investigará decisões judiciais sobre o tema, destacando como os tribunais têm interpretado a responsabilidade das plataformas em casos de divulgação de conteúdos patrocinados enganosos. Será discutido que, embora exista uma tendência a responsabilizar as plataformas, ainda há uma ausência de uniformidade nas decisões judiciais, gerando insegurança jurídica tanto para as plataformas quanto para os anunciantes.

Por fim, a conclusão do artigo reafirmará que a questão da responsabilidade civil das plataformas digitais em relação aos conteúdos patrocinados ainda não está totalmente resolvida. Existe um debate contínuo que exige um aprofundamento jurídico, bem como a formulação de diretrizes mais claras por parte do Poder Judiciário. O objetivo é alcançar um equilíbrio que proteja os interesses dos usuários, anunciantes e plataformas, garantindo

segurança jurídica em um mercado em constante transformação. Portanto, este estudo contribui não apenas para o avanço acadêmico, mas também oferece insights valiosos para os profissionais da área jurídica digital.

2 O SIGNIFICADO DE RESPONSABILIDADE CIVIL

A responsabilidade civil é um conceito jurídico fundamental no direito privado, sendo essencial para a reparação de danos causados a terceiros em decorrência de ações ou omissões que violem direitos protegidos por lei.

Ela, por si só, se configura como um dever do agente de reparar o prejuízo causado a outra pessoa, seja ele material ou moral, com base na violação de um dever jurídico. Em termos simples, a responsabilidade civil busca restabelecer o equilíbrio e a justiça entre as partes envolvidas, atribuindo ao responsável pela lesão a obrigação de indenizar o dano sofrido pela vítima.

De antemão, insta mencionar que a origem da palavra “responsabilidade” remonta à raiz latina “*spondeo*”, utilizada nos contratos verbais do direito romano, onde o devedor era vinculado de forma solene. Entre as diversas interpretações existentes, algumas baseadas na concepção do livre-arbítrio e outras em motivações psicológicas, ressalta-se a ideia de responsabilidade como um elemento fundamental da realidade social. (GONÇALVES, 2018 p.15)

1157

Existem diferentes tipos de responsabilidade civil, sendo a mais comum a responsabilidade subjetiva e a responsabilidade objetiva. A responsabilidade subjetiva exige a comprovação de dolo ou culpa por parte do agente causador do dano. Ou seja, é necessário demonstrar que o indivíduo teve a intenção de causar o dano (dolo) ou que agiu com imprudência, negligência ou imperícia (culpa). Este tipo de responsabilidade está intimamente ligado à ideia de culpa, sendo mais comum em casos de acidentes de trânsito ou danos causados por negligência.

Por outro lado, a responsabilidade objetiva não exige a prova de dolo ou culpa, bastando que o dano tenha sido causado em uma atividade que, por sua natureza, gere risco para terceiros. Esse tipo de responsabilidade é aplicado, por exemplo, nos casos envolvendo a atuação de prestadores de serviços públicos ou a utilização de produtos defeituosos. No direito brasileiro, a responsabilidade objetiva é amplamente prevista, especialmente em situações onde há risco de dano para a coletividade, como no caso de acidentes causados por veículos ou pela indústria.

A responsabilidade civil também está diretamente relacionada ao princípio da reparação integral, que visa garantir que a vítima seja compensada de forma justa, incluindo não apenas os danos materiais, mas também os danos morais, quando houver. Os danos materiais referem-se ao prejuízo financeiro sofrido pela vítima, como a perda de bens ou a necessidade de gastos para reparar o dano. Já os danos morais envolvem a lesão aos direitos da personalidade, como honra, imagem e intimidade, e são reparados com a indenização do sofrimento, angústia ou humilhação causados à vítima.

A legislação brasileira, por meio do Código Civil de 2002, dispõe sobre os fundamentos e as condições para a aplicação da responsabilidade civil, detalhando as formas de reparação e os requisitos necessários para que se possa demandar indenização. O artigo 927 do Código Civil é um dos mais importantes, ao estabelecer que aquele que causar dano a outrem tem a obrigação de repará-lo, seja pela ação dolosa ou culposa, ou mesmo quando a responsabilidade for objetiva.

A responsabilidade civil, ao ser aplicada, não tem apenas a função de punir o infrator, mas também de restaurar a justiça e permitir que a vítima possa voltar à sua situação anterior ao dano. Este instituto, portanto, reflete o compromisso do ordenamento jurídico em assegurar a proteção dos direitos individuais e coletivos, incentivando o respeito às normas e prevenindo que danos sejam causados de forma ilícita e impune.

1158

Nesta toada, a responsabilidade consiste no dever do autor, que cometeu um ato ilícito, em reparar a vítima pelos danos sofridos buscando restabelecer um equilíbrio moral e patrimonial, de modo a retomar o status quo da relação jurídica privada.

Para a doutrinadora, Maria Helena Diniz, responsabilidade civil consiste no seguinte:

A aplicação de medidas que obriguem alguém a reparar dano moral ou patrimonial causado a terceiros em razão de ato do próprio imputado, de pessoa por quem ele responde, ou de fato de coisa ou animal sob sua guarda, ou ainda, de simples imposição legal. (DINIZ, p. 27, 2012).

Ademais, a responsabilidade civil está expressa no Código Civil de 2002 (Rio de Janeiro, 2002) nos artigos 186 e 927, que assim dispõem:

Art. 186. Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito.

Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.

Parágrafo único. Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem (Rio de Janeiro, 2002).

O artigo 186 do Código Civil estabelece a responsabilidade civil, determinando que aquele que causar dano a outra pessoa deve repará-lo. Esse dispositivo legal destaca quatro requisitos essenciais: ação ou omissão (ato ilícito), culpa ou dolo, nexo de causalidade e o dano efetivamente sofrido pela vítima.

O primeiro requisito, a ação ou omissão, diz respeito à conduta ilícita que resulta em consequências jurídicas, gerando a obrigação de indenização. A responsabilidade civil pode decorrer não apenas de atos próprios do agente, mas também de ações realizadas por terceiros sob sua guarda, como filhos ou trabalhadores, além de danos causados por bens ou animais sob sua posse, ou que ampliam o alcance.

O nexo de causalidade é uma conexão necessária entre a conduta do agente e o dano sofrido pela vítima. Essa relação é essencial, pois, sem uma ligação clara entre a ação ou omissão do agente e o dano alegado, não é possível estabelecer o dever de indenização. Portanto, a análise de cada um desses requisitos é fundamental para compreender a responsabilidade civil e aplicar corretamente as normas pertinentes.

Quanto ao requisito de culpa ou dolo, há divergência na doutrina sobre a sua obrigatoriedade para a configuração da responsabilidade civil. O artigo 186 sugere que a culpa se manifesta por meio de comportamentos como negligência, imprudência ou imperícia. Já o dolo envolve intenção deliberada de causar o dano, o que indica uma gravidade maior no comportamento do agente.

1159

Por fim, o último requisito da responsabilidade é o dano, que pode ser material, moral, estético, social e ou por perda de uma chance. Em regra, não há responsabilidade civil sem dano, sendo incumbência do autor da ação comprovar tal prejuízo, conforme estabelecido no artigo 373, inciso I do Código de Processo Civil. Contudo, segundo o inciso VIII do artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor, em casos envolvendo relação consumerista, admite-se a inversão do ônus da prova do dano (TARTUCE, 2018, p. 267).

3 O DESENVOLVIMENTO DO MARKETING DIGITAL E A RESPONSABILIDADE CIVIL DAS PLATAFORMAS DIGITAIS EM RELAÇÃO AOS CONTEÚDOS PATROCINADOS

Com a função de intermediárias entre anunciantes e consumidores, as plataformas digitais estão sujeitas a um conjunto de normas que determinam suas obrigações em relação ao conteúdo que promovem. A legislação brasileira, por meio do Marco Civil da Internet, do

Código de Defesa do Consumidor e do Código Civil, estabelece diretrizes que visam proteger os direitos dos usuários. Por exemplo, quando um anúncio veicula informações enganosas, a plataforma pode ser responsabilizada pelos danos causados ao consumidor, configurando-se uma violação da boa-fé e da transparência nas relações comerciais.

O marketing digital passou por uma transformação significativa nas últimas décadas, impulsionado pelo crescimento da internet e das tecnologias digitais. Com o avanço das plataformas digitais, como redes sociais e mecanismos de busca, as marcas passaram a adotar novas estratégias para alcançar seu público-alvo de maneira mais eficaz e direcionada.

Nesse contexto, os conteúdos patrocinados se tornaram uma das principais ferramentas de promoção, com as plataformas digitais atuando como intermediárias entre anunciantes e consumidores. No entanto, com o aumento da utilização dessas ferramentas, surgem questões sobre a responsabilidade das plataformas digitais pelos conteúdos patrocinados exibidos em seus sites, especialmente em relação à veracidade das informações e aos potenciais danos causados aos usuários.

A responsabilidade civil das plataformas digitais é um tema complexo, que envolve a análise de normas jurídicas, como o Código Civil Brasileiro e o Código de Defesa do Consumidor, além das regulamentações específicas que surgiram para lidar com as peculiaridades do ambiente digital. As plataformas digitais, como intermediárias, possuem uma obrigação de diligência e transparência, especialmente quando se trata da veiculação de anúncios pagos e conteúdos patrocinados.

1160

A falta de controle sobre a qualidade e a veracidade dos anúncios pode resultar em danos aos consumidores, seja por engano, má-fé ou por propaganda enganosa, configurando assim um campo fértil para a discussão sobre a responsabilidade civil dessas plataformas.

Neste cenário, as plataformas digitais podem ser responsabilizadas tanto por atos ilícitos diretos, como pela veiculação de conteúdos que causem danos a terceiros, quanto por omissões, quando falham em agir de forma preventiva para evitar danos aos consumidores.

Por essa razão, é fundamental que as plataformas adotem medidas de controle e monitoramento rigoroso, a fim de evitar a propagação de conteúdos enganosos e prejudiciais, garantindo a proteção dos direitos dos consumidores e preservando a integridade do mercado digital.

O tema da responsabilidade civil das plataformas digitais pelos conteúdos patrocinados permanece em constante debate jurídico, com decisões judiciais ainda em fase de consolidação.

Isso demonstra a necessidade de uma regulamentação mais clara e específica para lidar com as particularidades do marketing digital, assegurando tanto a proteção dos consumidores quanto a segurança jurídica para as plataformas e os anunciantes.

Nesta senda, conforme Thais Pascoaloto Venturi:

Os provedores se reservam o direito de prever limitações quanto ao conteúdo e quanto a comportamentos permitidos na plataforma, sob pena de suspensão ou a cessação da conta, residindo justamente nessa espécie de poder moderador uma das maiores controvérsias a respeito da natureza dos serviços prestados pelas plataformas digitais. (VENTURI, 2025)

Assim, pode-se concluir que as redes sociais têm um papel moderador sobre o conteúdo postado pelos usuários, controlando as notícias, informações e outros materiais divulgados em seus sites e aplicativos. Portanto, as empresas responsáveis por essas redes não podem ser vistas apenas como plataformas neutras, que servem apenas como espaço para compartilhamento de conteúdo.

3.1 Contextualização do Marketing Digital

O marketing digital é um dos pilares mais importantes da comunicação empresarial no cenário contemporâneo. Com o avanço da tecnologia e a popularização da internet, as estratégias tradicionais de marketing, baseadas em meios como televisão, rádio e mídia impressa, passaram a ter sua eficácia desafiada. Em contrapartida, as plataformas digitais se tornaram o novo campo de atuação, oferecendo uma infinidade de ferramentas para conectar marcas e consumidores. Esse novo modelo de marketing permite uma comunicação mais direta e personalizada, adaptada ao comportamento e aos interesses dos indivíduos, por meio de anúncios direcionados, e-mails, redes sociais, blogs, entre outros meios.

A constante evolução da tecnologia, aliada ao crescente uso de dispositivos móveis, redes sociais e mecanismos de busca, transformou a maneira como as empresas alcançam seu público. As estratégias de marketing digital, portanto, são dinâmicas e se ajustam rapidamente às mudanças nos hábitos dos consumidores e nas novas funcionalidades das plataformas. Ferramentas como o SEO (Search Engine Optimization), o marketing de influenciadores e as campanhas de anúncios patrocinados têm ganhado destaque, permitindo que as marcas atinjam consumidores em grande escala de forma segmentada e com resultados mais mensuráveis.

Além disso, o marketing digital trouxe consigo novas formas de interação com o público e novas oportunidades de engajamento, permitindo aos consumidores maior controle sobre os conteúdos que recebem. Contudo, esse poder de personalização e segmentação também trouxe

desafios, principalmente no que tange à responsabilidade das plataformas digitais em relação aos conteúdos que veiculam, como os anúncios patrocinados. A partir dessa perspectiva, surge uma discussão importante sobre as obrigações legais dessas plataformas, especialmente quando se trata da veiculação de informações falsas ou prejudiciais.

3.2 Legislação brasileira aplicável

A legislação brasileira aborda a responsabilidade civil das plataformas digitais de maneira abrangente, englobando diversos aspectos que regulam a veiculação de conteúdos patrocinados. As principais normas que se aplicam nesse contexto incluem:

a) Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014): Estabelece princípios, garantias e direitos para o uso da internet no Brasil. Embora não trate especificamente da responsabilidade civil, estabelece a importância da liberdade de expressão e da proteção da privacidade, além de prever a responsabilidade dos provedores de aplicações em relação ao conteúdo que disponibilizam.

b) Código de Defesa do Consumidor (CDC - Lei nº 8.078/1990): Protege o consumidor contra práticas enganosas e abusivas, assegurando que a publicidade seja verídica e não induza a erro. O artigo 37 do CDC, por exemplo, proíbe a publicidade enganosa e abusiva, estabelecendo que o consumidor tem o direito de ser informado de forma clara e precisa sobre os produtos e serviços.

c) Código Civil (Lei nº 10.406/2002): Regula a responsabilidade civil em geral. O artigo 927 estabelece que aquele que, por ato ilícito, causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo. As plataformas digitais, como prestadoras de serviços, podem ser responsabilizadas pelos danos decorrentes da veiculação de conteúdos patrocinados que causem prejuízo aos consumidores.

Isto posto, a legislação brasileira oferece um conjunto robusto de normas que visam garantir a responsabilidade das plataformas digitais no que tange à veiculação de conteúdos patrocinados.

A combinação do Marco Civil da Internet, do Código de Defesa do Consumidor e do Código Civil reflete o compromisso com a proteção dos direitos dos usuários e consumidores, garantindo que a publicidade seja transparente e que eventuais danos causados por conteúdos enganosos ou danosos sejam reparados. Dessa forma, busca-se equilibrar a liberdade de expressão e a proteção contra abusos no ambiente digital, promovendo um uso

4. AS FAKES NEWS E A RESPONSABILIDADE CIVIL DAS PLATAFORMAS DIGITAIS PELOS CONTEÚDOS EXPOSTOS

É essencial abordar a disseminação das fake news no ambiente digital, onde sua propagação é mais intensa. Além disso, é relevante apresentar exemplos recentes de fake news no Brasil e discutir as propostas legislativas que tratam da responsabilidade civil na divulgação de informações falsas.

Iniciemos pela origem das fake news. A mentira é um comportamento humano tão antigo quanto a civilização, sendo mencionada até mesmo em relatos bíblicos, como o episódio em que a serpente enganou Eva, que, por sua vez, mentiu para Adão. Na Antiguidade Grega, a falta de compreensão sobre a verdade ou as causas dos fenômenos fez com que os seres humanos criassem narrativas complexas, conhecidas como mitos.

Portanto, ao contrário do que muitos pensam, as *fakes news* não são um problema exclusivo da atualidade. Embora tenham se destacado nos últimos anos, especialmente no contexto político, sua origem remonta a tempos antigos. O boato ou a mentira de outrora foram adaptados ao meio digital, passando a ser conhecidos como fake news (GUIMARÃES; SILVA, p. 05, 2019).

Sobre a definição do termo fake news, tem-se que

As Fake News, como fenômeno de profundas repercussões sociais e potencial produção de danos diversos, se apresentam, portanto, como uma conduta ludibriosa, realizada com o intento de produção de danos por meio da dissimulação da verdade dos fatos. (GUIMARÃES; SILVA, p. 06, 2019)

Historiadores e sociólogos atuais apontam que estamos vivendo em uma era marcada pela propagação em larga escala de mentiras. O mais impressionante nesse cenário não é apenas a velocidade com que as informações falsas se difundem, mas também o desejo de algumas pessoas em acreditar nelas. Essas informações distorcidas são frequentemente utilizadas para semear o pânico, influenciar resultados eleitorais, desacreditar instituições, prejudicar a imagem de pessoas e disseminar preconceitos e discursos de ódio. Em síntese, há uma verdadeira indústria milionária dedicada à criação e propagação de falsidades no ambiente digital.

Em entrevista recente à Revista Consultor Jurídico (s/n, 2021), o ministro Luís Roberto Barroso afirmou que diante de tal problemática contemporânea, é necessária a existência de regras claras sobre a exclusão de material contendo informações falsas em redes sociais. Para o

ministro do STF, é necessário que se vislumbre uma qualidade acerca do debate que ocorre publicamente, mas sem interferir na liberdade de expressão (CONJUR, s/n, 2021).

Como demonstrado, a disseminação de informações no meio digital possui um alcance enorme, assim como pode gerar danos de proporções colossais. Diante desse cenário, a legislação brasileira não pode permanecer indiferente. Por essa razão, existe um intenso debate sobre essa questão no Congresso Nacional.

Por um viés, no poder legislativo, há quem defenda a responsabilidade de terceiros por danos causados em virtude das fake news propagadas, se não forem retiradas da internet pelo próprio provedor. (MARANHÃO; ABRUSIO; CAMPOS, s/n, 2020).

O texto que estabelece essas medidas é o Projeto de Lei nº 2.630/2020, conhecido como Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, também chamada de Lei das Fake News. Ele propõe ações para combater a disseminação de informações falsas nas redes sociais, como Facebook e Twitter, e em serviços de mensagens privadas, como WhatsApp e Telegram, excluindo plataformas de uso corporativo e e-mail. Entre as mudanças mais significativas estão as regras para combater contas falsas e bots, possibilitar o rastreamento de envio de mensagens em massa e assegurar a remoção imediata de conteúdos racistas ou que apresentem riscos para crianças e adolescentes, entre outros exemplos.

1164

Por outro viés, existe também o Projeto de Lei nº 3.063/2020 que não prevê essa responsabilidade civil por divulgação de fake news.

Contudo, todas essas propostas diferem muito do art. 19 da Lei do Marco Civil da Internet, segundo o qual prevê a responsabilidade civil por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros dos provedores que não tomarem as providências para tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente.

O mencionado artigo inclusive ainda passará por apreciação no Superior Tribunal Federal, para averiguar a constitucionalidade da imposição de necessidade de ordem judicial prévia e específica para a retirada de informação falsa, para então responsabilização de provedor de internet. “Ou seja, não se discute a obrigação de agir do provedor, mas sim em qual momento seria configurada a sua culpa por deixar de agir” (MARANHÃO; ABRUSIO; CAMPOS, s/n, 2020).

O debate é amplo e possui muitas vertentes sobre a responsabilização ou não dos provedores. O primeiro dos argumentos que pode ser trazido à baila é o de que as redes sociais por si já desempenham um papel de moderação e controle de conteúdo divulgado nelas. O

segundo argumento aponta para o lucro obtido pelas redes sociais com a grande atividade desempenhada na disseminação de informação falsa (MARANHÃO; ABRUSIO; CAMPOS, s/n, 2020).

No que se refere à responsabilidade civil em meio digital, o autor Carlos Alberto Gonçalves (2019) elucida que:

Havendo ofensa à intimidade, à vida privada, à honra e à imagem das pessoas, podem ser responsabilizados não somente os autores da ofensa como também os que contribuíram para a sua divulgação. (GONÇALVES, p.137, 2019)

No que diz respeito à responsabilidade de quem contribui para a disseminação de informações, é relevante trazer à tona um incidente recente em uma rede social, no qual a propagação de dados falsos levou à denúncia da plataforma Twitter, visando a adoção das medidas apropriadas.

O caso em questão refere-se ao youtuber Felipe Neto e ocorreu no ano de 2021, quando, por diversas vezes, esse influenciador digital realizou denúncias que envolviam uma frente intitulada “gabinete do ódio”, cujo objetivo era propagar notícias falsas utilizando redes sociais. O próprio influenciador digital foi vítima dos ataques desse grupo, sendo acusado falsamente de envolvimento com crimes de pedofilia e incentivo a tal prática (FRAGÃO, s/n, 2021).

Na época, surgiram posicionamentos acerca da monetização da informação. Algumas pessoas defendiam a ideia de que a polêmica envolvendo Felipe Neto e a propagação de notícias falsas sobre ele serviu para que ele se beneficiasse financeiramente com a discussão, bem como tornou mais conhecida a própria empresa Twitter.

Dessa forma, conclui-se que os direitos fundamentais são elementos essenciais do ordenamento jurídico brasileiro e não podem ser desconsiderados nas relações jurídicas, especialmente em cenários contemporâneos, como os casos de fake news. Não importa o avanço tecnológico ou as mudanças sociais, esses direitos sempre serão a base para as discussões e decisões jurídicas.

O direito à liberdade de expressão deve acompanhar a evolução dos meios de comunicação. Com o crescimento dos ambientes digitais, como redes sociais e plataformas online, a disseminação rápida de diferentes pontos de vista tem se tornado uma das formas mais evidentes de exercer a liberdade de expressão na atualidade.

Contudo, é fundamental lembrar que a liberdade de expressão, como muitos outros direitos fundamentais, não é ilimitada e possui restrições. Um desses limites é a responsabilidade civil, que está intrinsecamente ligada à propagação de informações falsas.

5. A DEFESA DO CONSUMIDOR NO AMBIENTE ONLINE: A FUNÇÃO DA RESPONSABILIDADE CIVIL DAS PLATAFORMAS DIGITAIS

A crescente utilização das plataformas digitais tem mudado a dinâmica das relações de consumo, tornando ainda mais relevante a proteção do consumidor no ambiente online. As empresas que operam nessas plataformas desempenham um papel crucial na mediação das interações comerciais, conectando consumidores a uma vasta gama de produtos e serviços.

Nesse cenário, é fundamental garantir que os direitos dos consumidores sejam respeitados e que as plataformas digitais assumam a responsabilidade pelos conteúdos e práticas que ali se disseminam. A proteção do consumidor online vai além da oferta de produtos e serviços, envolvendo também a prevenção contra práticas comerciais enganosas, publicidade abusiva e a disseminação de informações falsas ou prejudiciais.

As plataformas digitais, como redes sociais, marketplaces e sites de e-commerce, têm a responsabilidade de assegurar que suas práticas de publicidade estejam em conformidade com os direitos do consumidor.

Quando um consumidor é exposto a campanhas publicitárias falsas, enganosas ou abusivas, ele pode ser prejudicado economicamente e, muitas vezes, emocionalmente. Nesse contexto, a responsabilidade civil das plataformas digitais torna-se um tema essencial. Elas podem ser responsabilizadas quando falham em fornecer informações adequadas, quando não protegem adequadamente os consumidores de publicidade enganosa ou quando não agem de forma transparente e ética nas interações com seus usuários.

1166

A legislação brasileira já possui alguns instrumentos jurídicos que visam a proteção do consumidor, como o Código de Defesa do Consumidor (CDC). Contudo, a complexidade do ambiente digital exige que as normas sejam adaptadas para abranger novas formas de publicidade e práticas comerciais. O Marco Civil da Internet, por exemplo, estabelece direitos e deveres relacionados à privacidade, liberdade de expressão e proteção de dados, mas ainda há lacunas em relação à responsabilização das plataformas por conteúdos patrocinados e suas consequências para os consumidores.

A responsabilidade civil das plataformas digitais no que diz respeito à publicidade deve ser entendida como um mecanismo de proteção que visa garantir a transparência e a segurança nas relações de consumo. Quando um consumidor é induzido ao erro por meio de conteúdos publicitários falsos ou manipulativos, ele deve ter a possibilidade de buscar reparação pelos danos sofridos, e as plataformas precisam ser responsabilizadas por suas falhas nesse processo.

Essa responsabilidade não deve ser limitada à simples moderação de conteúdos, mas também à supervisão ativa das campanhas publicitárias que são promovidas por elas.

Além disso, a ausência de uma regulação clara sobre a publicidade digital, principalmente em relação aos conteúdos patrocinados e anúncios direcionados, agrava o cenário de insegurança para os consumidores.

Muitas vezes, esses anúncios são baseados em dados pessoais dos usuários, o que levanta questões sérias sobre o consentimento e a privacidade. O uso de algoritmos para direcionar anúncios de maneira precisa tem se mostrado eficaz, mas também pode levar à exploração de vulnerabilidades do consumidor, incentivando compras impulsivas ou até mesmo promovendo produtos ou serviços que não correspondem às expectativas ou necessidades do público-alvo.

Nesse sentido, a transparência e a ética no marketing digital são essenciais para garantir a confiança do consumidor.

Outro ponto relevante diz respeito à responsabilidade das plataformas digitais sobre os conteúdos gerados por terceiros, como os anunciantes ou influenciadores digitais.

Embora muitas plataformas ofereçam mecanismos de denúncia e bloqueio de conteúdo prejudicial, elas frequentemente não exercem controle suficiente sobre a qualidade da publicidade veiculada. Por exemplo, influenciadores que promovem produtos sem evidências científicas ou com promessas exageradas podem ser responsáveis por enganar seus seguidores, mas as plataformas também têm um papel na veiculação desse tipo de conteúdo.

Isto posto, a responsabilidade das plataformas digitais não se limita apenas ao conteúdo que elas criam, mas também à gestão do conteúdo de terceiros que circula em suas redes.

Neste ínterim, é importante destacar a dificuldade em identificar a verdadeira autoria de muitos conteúdos online, o que torna mais desafiadora a responsabilização das plataformas. O anonimato proporcionado pela internet pode encorajar práticas fraudulentas e prejudiciais, como a criação de perfis falsos ou a propagação de informações enganosas sem que a fonte seja facilmente identificável. Essa falta de transparência nas informações veiculadas compromete ainda mais a proteção do consumidor, que pode ser facilmente levado ao erro. Por isso, é essencial que as plataformas adotem medidas que possibilitem o rastreamento de conteúdos patrocinados, para garantir que os consumidores sejam informados de forma clara e precisa sobre os produtos e serviços que estão sendo promovidos.

Portanto, a defesa do consumidor no ambiente online exige uma regulamentação mais robusta e a atuação eficiente das plataformas digitais para garantir que os direitos dos

consumidores sejam efetivamente protegidos. O equilíbrio entre a liberdade de expressão, a inovação digital e a necessidade de proteção dos consumidores é um desafio que requer a colaboração entre os legisladores, as plataformas digitais e os órgãos de defesa do consumidor. Somente assim será possível criar um ambiente virtual mais seguro, ético e transparente para todos os envolvidos.

6. CONCLUSÃO

Em conclusão, a responsabilidade civil das plataformas digitais no contexto da defesa do consumidor é uma questão central e urgente no cenário atual. O ambiente online, com sua vasta capacidade de disseminação de informações e produtos, exige que as plataformas adotem um papel ativo na proteção dos consumidores. A regulação da publicidade digital, a transparência nas práticas de marketing e o controle sobre conteúdos gerados por terceiros são elementos essenciais para garantir a segurança e os direitos dos consumidores no meio digital.

Embora o marco jurídico atual, como o Código de Defesa do Consumidor e o Marco Civil da Internet, ofereça algumas bases legais, o dinamismo da tecnologia e as novas formas de interação digital, como o marketing de influência e o uso de dados pessoais para anúncios, demandam uma atualização contínua das normas e uma vigilância mais rigorosa. Nesse contexto, as plataformas digitais não podem ser vistas apenas como facilitadoras do comércio eletrônico, mas como responsáveis por assegurar que suas ferramentas não sejam utilizadas para explorar ou prejudicar os consumidores.

Ao adotar práticas transparentes e éticas, as plataformas não apenas garantem a confiança do consumidor, mas também contribuem para a criação de um mercado digital mais sustentável e justo. O desafio está em encontrar um equilíbrio entre a inovação e a proteção, permitindo que as plataformas continuem a prosperar enquanto respeitam os direitos e a dignidade dos consumidores.

REFERÊNCIAS

ALICEDA, Rodolfo Ignácio. A Responsabilidade Civil Do Google Pelo Serviço De Links Patrocinados E O Poder Das Redes: Danos às Marcas E à Concorrência. 2024.

BRASIL. Código Civil Brasileiro. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Diário Oficial da União, Brasília, 2002.

CONJUR. Barroso defende regras claras de exclusão nas redes sociais no combate à Fake News. Disponível em: Acesso em: 10 jan. 2025.

DINIZ, Maria Helena. Curso de direito civil brasileiro: responsabilidade civil. Volume 7, 26 ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

FRAGÃO, Luisa. Felipe Neto anuncia dossiê contra propagadores de fake news para denúncia no Twitter dos EUA. Disponível em: <<https://revistaforum.com.br/redessociais/felipe-neto-anuncia-dossie-contra-propagadores-de-fake-news-para-denunciano-twitter-dos-eua/>> Acesso em: 06 jan. 2025.

GONÇALVES, Carlos Roberto. Direito Civil Brasileiro, Volume 4: Responsabilidade Civil – 13. Ed. – São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

GONÇALVES, Carlos Roberto. *Responsabilidade Civil*. 13. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2020.

MARANHÃO, Juliano; **ABRUSIO**, Juliana; **CAMPOS**, Ricardo. Atribuição de responsabilidade das plataformas no combate às fake news. In: Revista Consultor Jurídico. 16 jun. 2020. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2020-jun-16/direitodigital-responsabilidade-plataformas-combate-fake-news>>. Acesso em: 06 jan. 2025.

FALLON, Claire. De onde vem o termo “fake news”? Da década de 1980, ao que tudo indica. Huffpost, 05 abr. 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/2n5cHPw>>. Acesso em: 08 jan. 2025.

LIMA, Cíntia Rosa Pereira de. 2015. p. 155-176. A responsabilidade civil dos provedores de aplicação de internet por conteúdo gerado por terceiro antes e depois do Marco Civil da Internet (lei nº 12.965/14). Revista da Faculdade de Direito.

1169

MARANHÃO, Juliano; **CAMPOS**, Ricardo. Fake News e auto-regulamentação regulada das redes sociais no Brasil: fundamentos constitucionais. In: **ABBOUD**, Georges; **NERY JUNIOR**, Nelson; **CAMPOS**, Ricardo. Fake News e Regulação. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2018, p. 217-231

SIQUEIRA, Dirceu Pereira; **NUNES**, Danilo Henrique. Conflitos digitais: cidadania e responsabilidade civil no âmbito das lides cibernéticas. Revista Jurídica da FA7. Centro Universitário 7 de Setembro, Fortaleza, v. 15, n. 2, 2018, p. 127-138.

SILVA, De Plácido e. *Dicionário Jurídico*. 30. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

RIO DE JANEIRO. [Código Civil (2002)]. Lei nº 10.406 de janeiro de 2002. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm>. Acesso em: 15 de jan. de 2025.

SILVA, Michael César; Daywerth Pereira Guimarães, Glayder. (2019). Fake news à luz da responsabilidade civil digital: o surgimento de um novo dano social. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/342621883_FAKE_NEWS_A_LUZ_DA_RESPONSABILIDADE_CIVIL_DIGITAL_O_SURGIMENTO_DE_UM_NOVO_DANO_SOCIAL> Acesso em 10 jan. 2025.

TARTUCE, Flávio. Manual de Responsabilidade Civil, Volume Único. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2018.

VENTURI, Thaís. Responsabilidade civil das plataformas digitais: em busca de adequados marcos regulatórios Epa! Vimos que você copiou o texto. Sem problemas, desde que cite o link: <https://www.migalhas.com.br/coluna/migalhas-de-responsabilidade-civil/362746/responsabilidade-civil-das-plataformas-digitais>. [S. l.], 11 mar. 2025. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/coluna/migalhas-de-responsabilidade-civil/362746/responsabilidade-civil-das-plataformas-digitais>. Acesso em: 11 mar. 2025.