

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
FACULDADE DE DIREITO - FADIR**

PEDRO LUCAS NOLASCO CANDIA

**A RESPONSABILIDADE CIVIL DA REDE SOCIAL INSTAGRAM POR
FRAUDES PRATICADAS POR TERCEIROS**

Campo Grande - MS

2025

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
FACULDADE DE DIREITO - FADIR

PEDRO LUCAS NOLASCO CANDIA

A RESPONSABILIDADE CIVIL DA REDE SOCIAL INSTAGRAM POR
FRAUDES PRATICADAS POR TERCEIROS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Direito da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Direito, sob orientação do Prof. Doutor Sandro Rogério Monteiro de Oliveira.

Campo Grande - MS

2025

DEDICATÓRIA

Fiz esse trabalho pensando nas pessoas, portanto, nada seria mais justo que o dedicar a todas as pessoas que me auxiliaram durante essa jornada, especialmente, a minha mãe e minha namorada, que sempre me apoiaram e me incentivaram a fazer o melhor que pudesse.

RESUMO

Não há dúvidas de que a sociedade contemporânea é profundamente marcada pela presença das tecnologias digitais e popularidade das redes sociais, como o Instagram, que transcenderam sua função de compartilhamento de conteúdo para se tornarem verdadeiros mercados digitais. Este trabalho tem como objetivo geral analisar, de forma aprofundada e crítica, a responsabilidade civil do Instagram por fraudes ocorridas na rede social, à luz da legislação, doutrina e jurisprudência brasileiras. Para tanto, foram examinados os fundamentos da responsabilidade civil no direito brasileiro, o enquadramento do Instagram como provedor de aplicação e as fraudes digitais mais comuns na plataforma. De igual forma, foi estudada a aplicação do Código de Defesa do Consumidor, do Marco Civil da Internet e da Lei Geral de Proteção de Dados aos casos de fraude. Além do mais, a pesquisa investiga o entendimento jurisprudencial sobre o tema e discute as principais teses doutrinárias e os desafios para a responsabilização da plataforma. Pelo estudo realizado, averiguou-se que o Instagram pode ser civilmente responsabilizado no Brasil por fraudes cometidas por terceiros através de sua plataforma, mas essa responsabilidade depende da análise casuística. Para tanto, a efetiva reparação dos danos exige a consolidação de um entendimento jurisprudencial claro, bem como de um arcabouço legal capaz de incentivar a adoção de investimentos contínuos das plataformas em segurança digital.

Palavras-chave: Redes sociais. Responsabilidade civil. Fraudes. Provedores de aplicações digitais. Direito do Consumidor.

ABSTRACT

In a society influenced by digital technologies, social networks such as Instagram have evolved beyond mere content-sharing platforms to establish themselves as significant digital marketplaces, thereby creating new contexts for illicit activities. This undergraduate thesis aims to conduct an in-depth and critical analysis of Instagram's civil liability concerning fraudulent acts perpetrated within its social network, interpreted through the lens of Brazilian legislation, doctrine, and jurisprudence. To achieve this, the study delved into the fundamental principles of civil liability under Brazilian law, the legal classification of Instagram as an application provider, and the most prevalent types of digital fraud encountered on the platform. Concurrently, it explored the applicability of key legal statutes, namely the Consumer Defense Code, the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet, and the General Data Protection Law, to instances of fraud. The research also investigated prevailing jurisprudential views on the subject, discussing primary doctrinal arguments and the challenges associated with platform accountability. The findings indicate that Instagram can indeed be held civilly liable in Brazil for frauds committed by third parties via its platform; however, this responsibility is determined on a casuistic basis. Consequently, the effective reparation of damages and future risk mitigation demand the consolidation of a clear jurisprudential understanding, complemented by a robust legal framework designed to incentivize continuous investment by platforms in digital security measures.

Keywords: *Social networks. Civil liability. Fraud. Digital application providers. Consumer Law.*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
1 REDES SOCIAIS	9
1.1 A história das redes sociais	12
1.2 A regulamentação das redes sociais no Brasil	14
1.2.1 O Marco Civil da Internet Brasileira (Lei nº 12.965/2014).....	16
1.2.2 Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018).....	17
2 O INSTAGRAM.....	20
2.1 A natureza jurídica do Instagram	22
2.2 Funções e componentes da aplicação.....	24
2.3 Os Termos de Uso.....	25
2.4 Ferramentas comerciais da rede social	32
3 OS ILÍCITOS VIRTUAIS E A RESPONSABILIDADE CIVIL.....	36
3. 1 Os ilícitos penais e civis mais comumente encontrados em redes sociais	38
3. 2 A relação estabelecida entre a responsabilidade civil e as redes sociais.....	40
4 O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E SUA APLICAÇÃO	46
4.1 A relação existente entre provedores de aplicações de internet e o CDC.....	48
4.2 O Marco Civil da Internet e a discussão quanto a responsabilidade civil das redes sociais....	51
4.3 A jurisprudência brasileira acerca da responsabilização civil das redes sociais	55
4.3.1 A jurisprudência das cortes superiores.....	57
4.3.2 A jurisprudência do Tribunal de Justiça de Mato Grosso do Sul	64
5 A EXPERIÊNCIA DA LEGISLAÇÃO ESTRANGEIRA QUANTO AO TEMA	67
5.1 A normatização estadunidense.....	68
5.1 A normatização utilizada pela União Europeia.....	68
CONSIDERAÇÕES FINAIS	70
REFERÊNCIAS	73

INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea é marcada pela presença das redes sociais como epicentros da interação humana, da comunicação e, cada vez mais, das relações econômicas. Plataformas como o Instagram, pertencente ao conglomerado Meta, transcendem a mera função de compartilhamento de imagens e vídeos, constituindo-se em verdadeiros mercados digitais, onde florescem novas formas de comércio, publicidade e influência social.

Nesse contexto, emerge com crescente preocupação a problemática das fraudes digitais perpetradas por terceiros através da plataforma. Golpes envolvendo perfis falsos, contas invadidas, anúncios enganosos e sofisticadas técnicas de engenharia social multiplicam-se, causando prejuízos financeiros e morais significativos a um número incontável de usuários. A velocidade de propagação da informação na rede e a natureza globalizada do ciberespaço potencializam o alcance e a gravidade desses ilícitos, tornando a proteção dos usuários uma tarefa complexa e urgente.

Ao adentrar nos liames jurídicos envoltos pelo tema, é evidente que a proteção dos usuários, frequentemente em posição de vulnerabilidade, frente a plataformas com enorme poder econômico e tecnológico, clama por uma análise jurídica aprofundada e crítica.

Diante desse cenário, o problema central que norteia esta pesquisa pode ser formulado da seguinte maneira: Em que medida e sob quais fundamentos jurídicos o Instagram pode ser civilmente responsabilizado no Brasil por fraudes cometidas por terceiros através de sua plataforma?

Para responder a essa questão, o presente trabalho estabelece como objetivo geral analisar, de forma aprofundada e crítica, a responsabilidade civil do Instagram por fraudes ocorridas na rede social, à luz da legislação, doutrina e jurisprudência brasileiras.

Nesse norte, como objetivos específicos, busca-se: (i) examinar os fundamentos da responsabilidade civil no direito brasileiro; (ii) definir o Instagram como provedor de aplicação e caracterizar as fraudes digitais mais comuns na plataforma; (iii) analisar a aplicação do Código de Defesa do Consumidor, do Marco Civil da Internet e da Lei Geral de Proteção de Dados ao caso; (iv) investigar e sistematizar o entendimento jurisprudencial sobre o tema; e (v) discutir as principais teses doutrinárias e os desafios para a efetiva responsabilização.

A metodologia empregada consistiu em pesquisa bibliográfica, com análise de livros, artigos científicos, teses e dissertações; pesquisa documental, com exame da legislação pertinente (Código Civil, Código de Defesa do Consumidor, Marco Civil da Internet, Lei Geral de Proteção de Dados, Lei nº 14.155/2021); pesquisa jurisprudencial, com levantamento e análise

de acórdãos do Superior Tribunal de Justiça e de Tribunais Estaduais; e pesquisa jurisprudencial e legal das disposições estrangeiras quanto ao tema, utilizando o Direito estadunidense e europeu para traçar paralelos com a lei brasileira.

Sendo assim, a abordagem será predominantemente qualitativa, utilizando-se o método dedutivo para, a partir das normas e teorias gerais, analisar os casos concretos e a responsabilidade específica do Instagram.

Outrossim, a relevância deste estudo justifica-se, em múltiplas dimensões. Socialmente, busca-se compreender como o Direito pode oferecer respostas às vítimas de fraudes em um ambiente que se tornou parte integrante do cotidiano de milhões de brasileiros. Economicamente, por sua vez, a questão envolve a segurança das transações realizadas ou influenciadas pela plataforma, o mercado publicitário digital e a própria confiança no ecossistema online. Juridicamente, o tema situa-se na intersecção de áreas dinâmicas e desafiadoras do Direito: a responsabilidade civil, o direito do consumidor, o direito digital e a proteção de dados.

1 REDES SOCIAIS

O ser humano possui a necessidade natural de se relacionar com as pessoas, como é constatado desde a era da filosofia grega clássica, com a ideia de “animal político” e a forma como isso acontece pode ser diversificada. O convívio em grupos com os mesmos ou diferentes interesses pode trazer inúmeras vantagens, se bem aproveitado, podendo se dar por meio de associações de bairros, escolas, grupos políticos e outras formas de interação social.

O fato é que os homens possuem a necessidade natural de relacionamento e convívio, de maneira que a simples ação de socializar com outro ser humano é capaz de induzir o sistema nervoso a desencadear uma série de reações químicas capazes de proporcionar sensações de prazer e despertar emoções como amor, alegria e satisfação.

De igual forma, as relações sociais estão condicionadas aos fatores externos às pessoas e presentes na sociedade, assim, a comunicação e a criação de laços estão diretamente ligadas a maneira com que as pessoas convivem e se relacionam. Logo, é evidente que o progresso tecnológico influencia nos relacionamentos interpessoais humanos, afinal, apenas através de mecanismos desenvolvidos na modernidade é possível contatar alguém a distância ou consumir conteúdo transmitido através de uma rede de informações.

Nesse contexto, as relações sociais humanas estabelecidas a partir do século XXI estão intrinsicamente ligadas ao desenvolvimento tecnológico da internet e dos dispositivos de consumo digital, afinal, termos como redes sociais e aplicativos são corriqueiros no cotidiano de boa parte do planeta e o uso dessas redes sociais é cada vez mais indispensável na interação social e formação de laços.

Todavia, apesar de palavras como “aplicativo” fazerem parte do cotidiano de boa parte dos brasileiros, pouco é dito acerca da definição do que vem a esta categoria de softwares, utilizados principalmente em aparelhos móveis e computadores. Na informática, um aplicativo é uma categoria de software desenvolvido para exercer atividades práticas através de comandos fornecidos por um usuário, distinguindo-se assim de outras categorias de programas. Desse modo, um software aplicativo trabalha com a execução ordenada de tarefas a fim de coletar dados e fazer a organização de informações, em outras palavras, o processamento de dados.

Por conseguinte, conforme explica Amorim (2014), um software pode ser entendido como qualquer programa de computador capaz de comandar o funcionamento de um sistema com base em computador, executando tarefas específicas, de modo que, para o funcionamento de sistemas operacionais e dispositivos tecnológicos baseados funcionem, inúmeros softwares são criados e utilizados.

Desse modo, após a popularização da rede mundial de computadores, experimenta-se a

explosão das interações sociais mediadas por meio de computadores e, mais recentemente, com o uso do telefone celular e demais dispositivos móveis, todos conectados à internet, utilizando os supramencionados softwares a todo instante.

Surge a noção de rede social, de forma que esta é relacionada com a estrutura onde um grupo de indivíduos, com interesses mútuos ou não, mantém algum tipo de vínculo. Assim, essas relações podem ser de amizade, sexuais, comerciais ou de outra índole, permitindo desenvolver redes em função dos interesses dos utilizadores, partilhando informação em geral, construindo a própria identidade dos usuários, conforme expõe Sluzki:

A rede social pessoal pode ser registrada em forma de mapa mínimo que inclui todos os indivíduos com quem interage uma determinada pessoa. O mapa pode ser sistematizado em quatro quadrantes, quais sejam: família, amizade, relações de trabalho ou escolares e relações comunitárias, de serviço ou de credo. (Sluzki, 1997, p. 41).

Em consonância ao conceito exposto, deve-se compreender que o espaço virtual ocupado pelas redes sociais não funciona como boa parte dos sites acessados via internet, que operam a partir de um caráter mais objetivo e menos ligados a elementos sociáveis. Para o uso de uma rede social online, é preciso compreender que se trata de uma representação de relacionamentos afetivos e profissionais entre indivíduos que se agrupam a partir de interesses e constroem redes informacionais por meio das trocas discursivas realizadas no ambiente virtual (Zenha, 2018).

Segundo Musso (2006), uma rede social pode ser classificada como uma das formas de representação dos relacionamentos afetivos, interações profissionais dos seres humanos entre si ou entre seus agrupamentos de interesses mútuos. Por conseguinte, para participar dessas redes sociais é necessário que cada indivíduo mantenha uma relação de interação com a comunidade online manifestando seus interesses, afinidades e crenças.

Helliwell e Putnam (1999), sustentam que o comportamento social dos indivíduos em redes sociais costumeiramente está ligado a vínculos que criam elos entre os usuários, resultando ao participante em um sentimento de fraqueza longe do grupo. Nesse cenário, contatos pessoais, fluxo de informações e relações de confiança são relevantes para a permanência dos indivíduos na internet, especialmente como pertencentes de redes sociais.

Desse modo, ressalta-se o aspecto universal do uso de redes sociais no cenário atual, de forma que se nota a presença de usuários das mais variadas classes sociais e faixas etária em aplicações virtuais, com destaque para as redes sociais, que possuem extrema popularidade e vasto uso pela população brasileira.

Através de uma Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, realizada por parceria formado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística e o Ministério das Comunicações,

em 2021, constatou-se que o número de domicílios com acesso à internet no Brasil chegou a 90,0%, significando que 65,6 milhões de domicílios estão conectados à internet.

Em um cenário em que a enorme maioria da população brasileira possui acesso à internet, salta os olhos o número massivo de cidadãos com cadastros ativos em redes sociais, com especial destaque as redes sociais que integram o guarda-chuva de produtos das Empresas Meta Inc, destacando-se o Instagram, Facebook e WhatsApp. Desse modo, o número de usuários cadastrados em redes sociais no território brasileiro é tão expressivo que o país chegou a ser considerado o terceiro país que mais consome serviços prestados por redes sociais em todo o globo terrestre (Pacete, 2023).

A propagação das redes sociais é um fenômeno que merece atenção ímpar, pois, traz consigo consequências que afetam diretamente a vida de milhões de cidadãos brasileiros. A revolução trazida aos meios de comunicação possibilitou a troca de informações instantânea de forma nunca antes vista e modificou completamente a relação entre os humanos e a tecnologia, tornando a máquina ainda mais parte da vida do homem.

A troca de informações escritas, verbais e visuais através de dispositivos digitais ligados a internet possibilitou a conexão do mundo todo em ambientes virtuais, onde há circulação de conteúdos diversos, sendo capaz de consumir cada vez mais horas do dia dos cidadãos. Porquanto, as preocupações relacionadas ao uso excessivo e indevido das redes sociais tem ganhado cada vez mais destaque.

Além do mais, as redes sociais trouxeram uma revolução para o mundo capitalista, criando um novo mercado de produtos constituídos pelas informações e preferências dos consumidores, de modo que, as plataformas se organizaram e ganharam poder sob um imperativo de extração e comercialização de dados pessoais que levam a disseminar preferências, influência e comportamentos de usuários (Barbosa, 2023).

Todas essas novas possibilidades trazidas pelas redes sociais carregaram também a necessidade de regulamentação e fiscalização no âmbito jurídico. Afinal, o mundo virtual abriu novas possibilidades tanto para quem usa as redes sociais de forma benéfica, quanto para quem queira utilizá-las de forma ilícita. O aumento ao acesso às informações, o anonimato e as novas ferramentas digitais serviram também como um meio para a criação de novas formas de práticas criminosas de crimes virtuais (Oliveira, 2019).

Essas fraudes, por sua vez, são fruto de iniciativas coordenadas, que ocorrem ao longo do tempo, com isso, vêm se tornando um grande problema, sendo confirmada e ratificada, por meio de seu aumento tanto em frequência quanto em gravidade (Ribeiro, 2023). Em suma, o crescimento do número de usuárias nestas plataformas digitais aumento exponencialmente,

consequentemente, o número de ilícitos registrados nestes meios se multiplicou.

1.1 A história das redes sociais

A emergência das redes sociais digitais não foi um evento súbito, mas sim o culminar de décadas de desenvolvimentos tecnológicos e de uma persistente busca humana por formas de conexão mediadas por computador. Por conseguinte, compreender esta evolução, mesmo que de maneira breve, é essencial para contextualizar o panorama contemporâneo.

Destaca-se, portanto, que muito antes do advento de plataformas modernas de interação social como o Instagram, existiam já formas rudimentares de interação social mediada por tecnologia. Sistemas como os *Bulletin Board Systems*, a *Usenet* e as listas de e-mail permitiam a formação de comunidades e a troca de informações, ainda que de forma menos integrada e visualmente menos convidativa do que as redes sociais modernas. Logo, estes precursores já demonstravam que o desejo de se conectar digitalmente é advindo de uma época em que a tecnologia não se comparava com as ferramentas modernas.

A transição para redes sociais mais reconhecíveis começou no final da década de 1990 e início dos anos 2000, com plataformas que introduziram e popularizaram muitas das funcionalidades que hoje consideramos cotidianas. Nesse sentido, o *SixDegrees.com* é frequentemente citado como o primeiro site a incorporar verdadeiramente o conceito de "*social network site*", baseando-se na teoria dos "seis graus de separação", o site permitia aos utilizadores criar perfis, listar amigos, familiares e conhecidos e convidar contatos externos a juntarem-se, introduzindo funcionalidades inovadoras para a época, como perfis individuais, listas de amigos e informações sobre escolaridade (Moura, 2023).

Após a fase pioneira, o cenário das redes sociais entrou num período de consolidação, dominado por algumas plataformas globais, e de diversificação, com o surgimento de redes de nicho. Assim, em 2004 surge o Facebook, rede social fundada por Mark Zuckerberg, fundamental para popularização destes sites e surgimento do Instagram, que rapidamente começou a se popularizar.

O Facebook foi criado inicialmente como um serviço interno da universidade de Harvard, nos Estados Unidos, contudo, expandiu-se rapidamente para outras instituições de ensino superior e, em 2006, abriu suas portas ao público em geral (Moura, 2023). Dessa forma, nota-se que a sua ascensão foi meteórica, tornando-se a maior rede social do mundo, com milhares de milhões de utilizadores e um vasto leque de funcionalidades, incluindo *feed* de notícias, serviços de localização, partilha de fotos e vídeos, jogos, chat e um *marketplace*.

Nesse cenário de expansão crescente, o sucesso do Facebook pode ser atribuído à sua capacidade de escalar a sua infraestrutura, inovar continuamente em funcionalidades - muitas vezes absorvendo ou imitando características de concorrentes - e, crucialmente, criar um poderoso "efeito de rede", de forma que quanto mais utilizadores a plataforma tem, mais valiosa ela se torna para outros utilizadores, dificultando a migração para alternativas.

Ao mesmo tempo que o Facebook crescia exponencialmente, averígua-se o surgimento de diversas outras redes sociais, cada uma com suas devidas especificações, que aos poucos galgaram seu espaço no mercado norte americano e, posteriormente, em um mercado global. Dentre as redes sociais criadas nos anos 2000 a 2010, merecem especial reconhecimento o Orkut, LinkedIn, Twitter e WhatsApp, por sua relevância notável até os dias atuais.

Esta fase de consolidação e diversificação destes sites foi marcada por uma intensa competição, onde as plataformas não só desenvolviam novas funcionalidades, mas também copiavam e adaptavam rapidamente as inovações dos seus concorrentes. No entanto, nos anos posteriores, notou-se a dominância de poucas grandes empresas no mercado de redes sociais, especialmente com o surgimento da Meta, que detém o Facebook, Instagram e WhatsApp, levantando questões sobre poder de mercado, concorrência, privacidade de dados e a influência desproporcional destas corporações sobre o discurso público e a inovação tecnológica.

O Instagram, por sua vez, representa um caso exemplar da evolução das redes sociais, destacando-se pelo seu foco na comunicação visual e pelo seu impacto cultural profundo. Dessa forma, a sua trajetória, desde uma simples aplicação de partilha de fotos até uma plataforma multifacetada com mais de dois mil milhões de utilizadores, é marcada por decisões estratégicas chave e uma adaptação contínua às dinâmicas do mercado (Santos et al, 2021).

A rede social em questão foi lançada em 6 de outubro de 2010, inicialmente apenas para dispositivos iOS. Mike Krieger, um engenheiro de software brasileiro, foi o principal responsável pela engenharia e pela experiência do utilizador nos primeiros tempos da plataforma (Moura, 2023). O foco inicial na simplicidade foi uma das suas grandes forças, pois, permitia aos utilizadores tirar fotos, aplicar filtros digitais para melhorar a sua estética e partilhá-las rapidamente com os seus seguidores.

De acordo com Grego (2012), o sucesso inicial do Instagram não passou despercebido, afinal, em abril de 2012, apenas 18 meses após o seu lançamento e pouco depois de ter disponibilizado uma versão para Android, o Facebook anunciou a aquisição do Instagram. A transação histórica foi avaliada em aproximadamente 1 bilião de dólares, pagos numa combinação de dinheiro e ações do Facebook. Nesse momento, o Instagram tinha cerca de 30 milhões de utilizadores e uma equipe pequena, mas a sua trajetória de crescimento era

impressionante e a sua influência na cultura digital já era palpável.

A partir desse momento, o simples aplicativo de compartilhamento de fotografias adquiriu características de uma rede social, com funcionalidades como publicações de vídeos, notícias, páginas especializadas, organizações governamentais e marcas famosas, além de funções de mensagens privadas, comentários e reações, assemelhando-se ao Facebook (Desmarais, 2013).

Portanto, a trajetória das redes sociais, desde os seus primórdios como simples ferramentas de conexão até aos complexos ecossistemas digitais que dominam a paisagem comunicacional contemporânea, é uma narrativa de inovação tecnológica, adaptação social e impacto profundo. O Instagram, com a sua ascensão meteórica e a sua centralidade na cultura visual, personifica muitas das transformações e tensões inerentes a este fenómeno.

Os reflexos destas plataformas na sociedade contemporânea são profundamente ambivalentes. Afinal, por um lado, as redes sociais facilitaram a comunicação global, a manutenção de laços sociais, a mobilização para causas importantes e a criação de novas oportunidades económicas e educacionais. Todavia, por outro lado, estas mesmas plataformas levantaram sérias preocupações relativamente à saúde mental, ao uso problemático e à dependência, à disseminação de desinformação e discursos de ódio, à erosão da privacidade e à perpetuação de crimes virtuais.

Face a este panorama complexo, torna-se imperativo adotar uma abordagem crítica e consciente no uso e na análise destas ferramentas. Sendo indispensável a adoção de um debate contínuo sobre a necessidade de regulações mais eficazes e de um design de plataformas mais ético para mitigar os impactos negativos e maximizar os potenciais benefícios das redes sociais.

1.2 A regulamentação das redes sociais no Brasil

As plataformas de redes sociais, inicialmente vistas como meros instrumentos de interação social e lazer, transformaram-se em infraestruturas centrais da economia contemporânea e da esfera pública, de forma que sua influência permeia a formação da opinião pública e a própria estrutura das interações sociais.

Esta transformação, contudo, é marcada por uma dualidade intrínseca: ao mesmo tempo em que oferecem canais sem precedentes para a comunicação, o exercício da liberdade de expressão e a participação democrática, as redes sociais funcionam como vetores para a disseminação de uma miríade de externalidades negativas, incluindo desinformação, discursos de ódio e outros conteúdos ilícitos.

Nesse cenário, a necessidade de um arcabouço jurídico foi gritante, afinal, as características singulares do ambiente digital desafiam os paradigmas legais e regulatórios tradicionais. Desse modo, fenômenos como o anonimato dos usuários, a velocidade e o alcance exponencial da disseminação de conteúdo, e a natureza transnacional das principais plataformas globais impõem complexidades significativas para a regulamentação.

Um dos desafios nucleares reside na consecução de um equilíbrio delicado entre, de um lado, a tutela da liberdade de expressão, constitucionalmente assegurada, e, de outro, a proteção imperativa de indivíduos e instituições democráticas contra danos online, como violações à honra, à imagem, à privacidade e ameaças à segurança pública (Van Calster et al, 2018).

Ademais, o debate em torno da regulamentação das redes sociais no Brasil encontra-se profundamente pautado em divergências doutrinárias, além de frequentemente servir de arena para discussões políticas e ideológicas. Tal fato torna a obtenção de consenso legislativo sobre reformas uma tarefa excepcionalmente árdua.

Apesar das divergências quanto ao tema, é claro que a regulação das redes sociais no Brasil não ocorre em um vácuo normativo, mas sim sob a égide da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, que estabelece os pilares para a proteção de direitos fundamentais e a organização do Estado Democrático de Direito.

Contudo, a análise da jurisprudência e da doutrina revela um conflito fundamental quanto à hierarquia e à metodologia de ponderação entre os princípios fundamentais da liberdade de expressão (Art. 5º, IV, IX; Art. 220, CRFB/88) e os direitos à honra, privacidade e dignidade (Art. 1º, III; Art. 5º, V, X, CRFB/88), no contexto digital.

Outrossim, a regulação das redes sociais no Brasil é sustentada por um conjunto de leis e normativos que, embora não exclusivamente dedicados a esse tema, formam a espinha dorsal do arcabouço jurídico aplicável. Destacam-se o Marco Civil da Internet, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e a legislação eleitoral.

Contudo, a regulação das redes sociais no cenário pátrio é permeada por intensos debates doutrinários que refletem a complexidade de conciliar inovação tecnológica, direitos fundamentais e o interesse público. Esses debates concentram-se em desafios cruciais como a moderação de conteúdo, o combate a ilícitos online, a definição da responsabilidade dos provedores, a proteção de dados na era algorítmica e as lições de experiências internacionais.

Na ausência de uma legislação específica e abrangente para muitos dos desafios impostos pelas redes sociais, o Poder Judiciário tem desempenhado um papel crucial na conformação do regime jurídico aplicável, por meio da interpretação das leis existentes e da ponderação de direitos fundamentais (Brega, 2023).

Trata-se de um cenário jurídico deveras complexo como se pode imaginar. Por conseguinte, é necessária uma análise pormenorizada destes instrumentos legislativos, bem como as discussões que estes acarretam.

1.2.1 O Marco Civil da Internet Brasileira (Lei nº 12.965/2014)

Com o advento da sociedade da informação, a internet passou a exercer papel central nas relações sociais, econômicas e jurídicas. Em resposta a essa nova realidade, o Brasil sancionou, em 2014, a Lei nº 12.965, denominada Marco Civil da Internet, a qual institui princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da rede mundial de computadores no território nacional.

O Marco Civil da Internet foi concebido com base em um processo democrático e participativo, consolidando-se como um verdadeiro código de conduta digital. Em seu art. 3º, são estabelecidos princípios fundamentais, como a liberdade de expressão, a proteção da privacidade, e a preservação da neutralidade da rede.

Através da análise dos princípios trazidos pelo art. 3º do Marco Civil da Internet, extrai-se que a internet brasileira se encontra alicerçada em um tripé axiológico formado pelos princípios da neutralidade da rede, da privacidade e da liberdade de expressão, que estão ligados entre si. Enquanto a neutralidade da rede reforça a liberdade de expressão, a privacidade representa seu limite (Teffé & Moraes, 2017).

Destaca-se ainda que o Marco Civil da internet não tipifica condutas penais ou estabelece sanções no âmbito da compensação por dano civil ou mesmo no âmbito da responsabilidade civil objetiva, de modo que, os temas em questão devem ser tratados de acordo com o Código Civil vigente.

Desse modo, a legislação brasileira se tornou uma das primeiras a normatizar a regulamentação da internet no mundo, de maneira que o marco civil possibilitou o controle dos conteúdos veiculados, mediante princípios que buscam proteção do usuário, assim como elenca os direitos fundamentais que precisam ser respeitados quanto a proteção dos dados e da privacidade do usuário (Silva, 2023).

Sendo assim, as redes sociais passaram a ser qualificadas como “aplicações de internet”, estando englobadas no conceito trazido pelo art. 5º, inciso VII, da Lei 12.965/2014, que se refere a este termo como “o conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet”.

Desse modo, apesar da legislação ser pouco detalhista quanto ao entendimento do que

seria um provedor de aplicações de internet, a jurisprudência construiu um entendimento pautado nos artigos da legislação, definindo o conceito como uma pessoa jurídica que disponibiliza um conjunto de aplicações de que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet e que exerça essa atividade de forma organizada, profissionalmente e com fins econômicos (Queiroz, 2018).

Logo, caso ocorra ofensa aos direitos fundamentais de dignidade da pessoa humana, o instrumento normatizado apresenta em suas disposições possibilidades de questionamento quanto à responsabilidade civil dos provedores de aplicações de internet por danos causados por conteúdo criado por terceiro e veiculado na plataforma, mais precisamente, estas disposições estão contidas nos artigos 19 a 21 da referida lei.

Nesse contexto, segundo Queiroz (2018), a jurisprudência e doutrina brasileira alegam que a responsabilidade civil dos provedores de aplicações na internet pode seguir três entendimentos opostos: a) a não responsabilização do provedor em razão da conduta praticada por seus usuários, por este ser mero provedor intermediário entre o causador do dano e a vítima; b) a responsabilidade civil objetiva do provedor, fundada no conceito de risco da atividade ou defeito na prestação de serviço; c) a responsabilidade civil subjetiva decorrente da inércia do provedor após a ciência do conteúdo lesivo e descumprimento de ordem judicial.

1.2.2 Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018)

Adentrando na legislação vigente, não se pode esquecer de mencionar a Lei nº 13.709/2018 (LGPD), que estabeleceu um regime jurídico abrangente para o tratamento de dados pessoais no Brasil, tanto no setor público quanto no privado, online e offline, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

Dessa forma, destaca Amorim et al (2023) que a LGPD dialoga diretamente com o CDC e o MCI, reforçando deveres e estabelecendo responsabilidades para os agentes que tratam dados, como o Instagram. Assim, a segurança dos dados pessoais é um dos pilares da LGPD.

O artigo 6º elenca a segurança e a prevenção como princípios fundamentais do tratamento de dados. De semelhante forma, o artigo 46 impõe aos agentes de tratamento o dever de adotar medidas de segurança, técnicas e administrativas, aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito.

Essa obrigação incorpora os conceitos de *privacy by design*, exigindo que a proteção de

dados seja considerada desde o início do desenvolvimento de produtos e serviços, e *privacy by default*, determinando que as configurações iniciais sejam as mais protetivas à privacidade (Almeida, 2024).

Além disso, o artigo 50 incentiva a adoção de programas de governança em privacidade, que estabeleçam regras de boas práticas, políticas internas, planos de resposta a incidentes e mecanismos de supervisão e mitigação de riscos.

Dessa forma, a LGPD estabelece um regime de responsabilidade civil para os agentes de tratamento que causarem danos a terceiros em decorrência de violação à legislação de proteção de dados. O artigo 42 dispõe que o controlador ou o operador que, em razão do exercício de atividade de tratamento de dados pessoais, causar a outrem dano patrimonial, moral, individual ou coletivo, em violação à legislação, é obrigado a repará-lo.

Para tanto, a lei adota, majoritariamente, a responsabilidade objetiva, dispensando a prova de culpa do agente de tratamento. Assim, a simples violação dos deveres impostos pela LGPD, como o dever de segurança (Art. 46), que resulte em dano ao titular - por exemplo, um vazamento de dados que é utilizado por fraudadores - pode gerar a obrigação de indenizar (Almeida, 2024). A lei também prevê a responsabilidade solidária entre controlador e operador em determinadas hipóteses (Art. 42, § 1º), visando garantir a efetiva reparação do titular.

Analogamente, o artigo 43 elenca as hipóteses em que os agentes de tratamento não serão responsabilizados: (I) quando provarem que não realizaram o tratamento de dados que lhes é atribuído; (II) quando provarem que, embora tenham realizado o tratamento, não houve violação à legislação de proteção de dados; ou (III) quando o dano for decorrente de culpa exclusiva do titular dos dados ou de terceiros. Novamente, a interpretação da "culpa de terceiro" deve ser feita à luz do sistema protetivo e da teoria do risco.

Outrossim, é mister destacar que a LGPD não revogou as disposições do CDC ou do MCI sobre proteção de dados e responsabilidade civil, mas veio a complementá-las, criando um arcabouço mais robusto e específico. Aplica-se, portanto, conforme exposto por Flumignan (2024), a teoria do diálogo das fontes, que preconiza a aplicação coordenada e simultânea das diferentes normas que incidem sobre uma mesma situação jurídica, buscando a interpretação que melhor realize os objetivos do sistema e a máxima proteção ao sujeito tutelado.

Nesse sentido, a LGPD reforça e detalha o dever de segurança já implícito no CDC. A violação das obrigações específicas de segurança impostas pela LGPD (Art. 46, 50) pode ser utilizada como fundamento para caracterizar o "serviço defeituoso" previsto no artigo 14 do CDC.

Se uma falha de segurança do Instagram, que configure violação à LGPD - por exemplo,

não adotar medidas técnicas adequadas para impedir invasões de contas - permitir a ocorrência de uma fraude que cause danos ao usuário, a plataforma poderá ser responsabilizada tanto com base na LGPD quanto no CDC (Flumignan, 2024).

Por conseguinte, a LGPD fornece parâmetros mais concretos para aferir se a segurança oferecida pela plataforma era aquela que o consumidor/titular poderia legitimamente esperar. A existência de múltiplas fontes normativas convergentes fortalece a posição do usuário na busca pela reparação de danos decorrentes de fraudes viabilizadas por falhas de segurança ou tratamento inadequado de dados no Instagram.

2 O INSTAGRAM

Conforme o cenário abordado anteriormente, é evidente que a internet revolucionou o mundo das relações interpessoais e possibilitou o compartilhamento de textos, vídeos, voz e a comunicação em um quadro geral, impactando na forma como os indivíduos interagem entre si e com as organizações.

Em mesmo sentido, acompanhando o ambiente de evolução da internet e dos dispositivos móveis (smartphones e tablets), se desenvolveram as redes sociais digitais, tendo um acelerado crescimento em relação ao número de usuários e volume de conteúdo propagado nos meios digitais.

Dessa forma, a sociedade vive um momento onde os indivíduos são guiados pela transmissão massificada de informações em tempo real. De igual forma, são criados meios de produção de conteúdo que divergem dos meios tradicionais, proporcionando a interação constante entre o consumidor de conteúdo digital e o produtor de conteúdo, possibilitando ainda que o consumidor se torne um produtor com facilidade, fazendo uma linha transversal entre público e empresa.

Dentre as plataformas de rede sociais, algumas se destacam pelo número massivo de usuários, especialmente em território brasileiro. De acordo com pesquisa realizada pelo jornal We are social (2024), o Brasil figura entre os países com maior número de usuários ativos em diversas redes sociais, sendo o número de usuários ativos especialmente relevante na plataforma denominada Instagram, na qual o país possui mais de 130 milhões de usuários.

O aplicativo supramencionado é uma plataforma de rede social digital destinado à publicação de imagens e figuras obtidas através de um smartphone ou aparelho semelhante, que podem receber tratamento ou modificações, assim permitindo que o usuário promova alterações simplificadas nas imagens capturadas através de “fotoshop” antes de sua publicação. Desse modo, a ideia principal desta rede é que as fotos sejam instantâneas e personalizáveis, sendo publicadas poucos segundos após o registro da imagem original.

Essa aplicação se estabelece, portanto, como uma rede própria de fotografia, permitindo a manipulação das imagens e o compartilhamento de conteúdo via foto e vídeo, tornando-se extremamente popular. A crescente da rede social é um fenômeno que exalta a possibilidade de propagação rápida de um aplicativo desse segmento, afinal, após sua criação em 2010, demorou apenas 3 meses para atingir o número de 1 milhão de usuários, ultrapassando em 2017 a marca de 800 milhões de usuários (Mariz, 2018).

Destaca-se ainda o papel exercido pelo aplicativo na identificação social de seus

usuários, conforme destacam Martins, Albuquerque & Neves (2018), de forma que as pessoas se expressam ao passo que pessoas se conhecem, conectam, comunicam ou apenas observam os demais, além de ter alcançado sucesso no que diz respeito ao uso pelas empresas através de perfis comerciais atreladas a sociedade do consumo.

Por conseguinte, o Instagram, tem sido utilizado de maneira intensa nas relações sociais e comerciais da atualidade, gerando oportunidades de negócios para empresas e usuários. Ao abordar o uso do aplicativo, é mister ressaltar sua utilização extensiva como ferramenta de marketing, que possui enorme potencial de alcance e altos níveis de engajamento com o consumidor, especialmente quando o alvo publicitário é o público jovem.

A logística adotada pelo aplicativo Instagram permite que a rede social possibilite a criação de fluxos de informações compartilhadas que interligam pessoas dos mais variados locais do planeta a outras pessoas, a celebridades, a marcas, a empresas e organizações. Portanto, a plataforma que inicialmente foi projetada para atender a função de conectar pessoas e criar comunidades digitais através do compartilhamento de informações, logo passou a veicular conteúdo midiático e se tornou uma poderosa ferramenta de marketing.

Em um momento mais recente, o Instagram configura-se como um veículo indispensável para a circulação publicitária de empresas de todo o globo. Especialmente no cenário brasileiro, nota-se que o número de usuários e acessos ao Instagram vive uma constante alta, assim, o povo brasileiro figura em lugar de destaque ao analisar os países com mais usuários ativos na plataforma.

Nesse sentido, quanto ao aumento exponencial do uso das redes sociais como ferramentas visando o lucro e a ressignificação das postagens em redes sociais aduz Mariz (2018) que, devido à grande quantidade de fotos circulando nas plataformas e ao crescente número de imagens que são descartadas intencionalmente por meio de aplicativos como o Instagram, observamos a mudança na maneira com que as fotos são utilizadas na internet, passando de registros de imagens do presente para ferramentas de comunicação.

Dessa maneira, é através do Instagram que inúmeras as marcas têm a oportunidade de fidelizar e criar engajamento com seu consumidor, conseguindo assumir um papel comercial mais ativo no meio digital, através da promoção de campanhas publicitárias veiculadas na rede social que incentivam à compra dos seus produtos e/ou serviços (SILVA, 2017).

Logo, os usuários desses aplicativos estão constantemente expostos a publicidade e propaganda, o que traduz para as marcas e produtores, um canal direto de transmissão de conteúdo aos consumidores, facilitando as relações mercantis. Contudo, essa exposição excessiva a conteúdo publicitário traz riscos aos consumidores, especialmente, àqueles que se

expõe a grandes porções de tempo navegando.

Nesse aspecto, é importante destacar que as redes sociais possuem termos de uso para o compartilhamento de dados, onde ocorre a delimitação das ações permitidas e proibidas para os usuários e produtores de conteúdo com o fim de proteger tanto os consumidores dos serviços prestados pela plataforma, quanto a própria empresa responsável pela rede social.

Portanto, nota-se que o Instagram passou por uma evolução no decorrer do seu tempo de existência, deixando de ser uma rede social focada no compartilhamento de imagens e na alteração de fotografias e passando a ser um instrumento indispensável para o marketing de grandes e pequenas empresas.

2.1 A natureza jurídica do Instagram

Conforme descrito anteriormente, o Instagram, consolidou-se como um fenômeno de comunicação e interação social de vasta magnitude no Brasil e no mundo. Sua penetração em diversas esferas da vida cotidiana, desde o entretenimento e relações interpessoais até a atividade econômica e o debate público, suscita complexas questões jurídicas. Logo, para que seja possível análise quantos as questões jurídicas que permeiam essa rede social, é preciso compreender sua natureza jurídica contexto do ordenamento jurídico brasileiro.

A já abordada Lei nº 12.965/2014, conhecida como Marco Civil da Internet, estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil. Assim, para os fins desta lei, o Instagram classifica-se inequivocamente como um provedor de aplicação de internet.

Isso é evidente, pois, o artigo 5º, inciso VII, da Lei nº 12.965/2014 define provedor de aplicações de internet como “Art. 5º Para os efeitos desta Lei, considera-se: VII - aplicações de internet: o conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet; (Brasil, 2014)”.

Portanto, ao oferecer um conjunto de funcionalidades que permitem aos usuários criar perfis, publicar fotos e vídeos, interagir por meio de comentários e mensagens diretas, seguir outros perfis, utilizar *stories*, *reels*, e acessar conteúdos diversos, a rede social em questão se enquadra perfeitamente nesta definição. Evidentemente, trata-se de um serviço online que disponibiliza uma plataforma para que os usuários gerem e consumam conteúdo, caracterizando-o como um provedor de hospedagem de conteúdo gerado por terceiros.

Corroborando ao exposto, a doutrina e a própria jurisprudência corroboram essa classificação, reconhecendo redes sociais como o Instagram como provedores de aplicação.

Essa classificação de provedor de aplicação de internet é o ponto de partida para a análise de suas responsabilidades, especialmente no que tange ao conteúdo gerado por terceiros, à proteção de dados dos usuários e à relação contratual estabelecida por meio de seus Termos de Uso.

Em semelhante sentido, nota-se que a relação entre o Instagram e seus usuários é formalizada por meio dos Termos de Uso, da Política de Dados e das Diretrizes da Comunidade. Esses documentos constituem o arcabouço contratual que, em tese, rege a utilização da plataforma.

Os Termos de Uso do Instagram configuram-se, predominantemente, como contratos de adesão, conforme definido no artigo 54 do Código de Defesa do Consumidor. Suas cláusulas são estabelecidas unilateralmente pela Meta Platforms, Inc., cabendo ao usuário apenas aderir integralmente a elas para utilizar os serviços oferecidos.

A Política de Dados e as Diretrizes da Comunidade, por sua vez, são documentos acessórios que detalham aspectos específicos do tratamento de dados e das regras de conduta na plataforma, integrando o conjunto de obrigações contratuais (Instagram, 2025).

Ocorre que os Termos de Uso do Instagram, embora extensos e detalhados, não podem se sobrepôr às normas de ordem pública vigentes, afinal, as disposições do Código de Defesa do Consumidor, da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e os princípios fundamentais consagrados na Constituição Federal atuam como um filtro de legalidade e validade para essas cláusulas contratuais.

Assim, cláusulas que limitem excessivamente a responsabilidade da plataforma, que dificultem o acesso do usuário à justiça, ou que violem direitos básicos de privacidade e proteção de dados, são consideradas não escritas no contexto de sua aplicação a usuários brasileiros.

Insta frisar ainda que a rede social em questão, atua inequivocamente como um agente de tratamento de dados pessoais, sujeito aos ditames da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, com todas as obrigações e responsabilidades daí decorrentes.

Adicionalmente, na medida em que oferece serviços, ainda que parte deles seja gratuita para o usuário final, e auferir lucros com publicidade e ferramentas comerciais, estabelece com seus usuários uma relação de consumo, atraindo a incidência do Código de Defesa do Consumidor, especialmente no que tange à responsabilidade por fato do serviço e à clareza e legalidade de suas práticas comerciais e contratuais.

Sendo assim, a atuação do Instagram no Brasil o submete a diferentes regimes de responsabilidade civil, decorrentes de sua natureza multifacetada. A análise dessa

responsabilidade perpassa o Marco Civil da Internet, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, o Código de Defesa do Consumidor e a emergente discussão sobre o dever de cuidado das plataformas digitais.

2.2 Funções e componentes da aplicação

Compreender, mesmo que superficialmente, as funcionalidades do Instagram é basilar para se ter noção de como ocorre o uso do aplicativo. Por conseguinte, explora-se resumidamente as etapas e requisitos necessários para se fazer uso da rede social Instagram. Para tanto, serão abordados os passos que todos os usuários da rede social dão para que possam gozar dos serviços prestados pela empresa, enfocando os componentes sociais e de interação.

Primordialmente, é possível fazer uso da rede social através de dispositivos móveis (smartphones e tablets) e computadores, logo, o acesso para cada tipo de dispositivo é diferente. Caso seja utilizado um computador para acessar o site da rede social, o acesso será efetuado através do site oficial da rede, com endereço eletrônico: <https://www.instagram.com/>. Por outro lado, caso o acesso seja efetuado por meio de um dispositivo móvel, será necessário fazer o download do aplicativo da rede social através da loja de aplicativos do dispositivo.

Independente de qual seja o dispositivo utilizado para acessar a rede social, será preciso criar uma conta pessoal na plataforma do Instagram. Destaca-se que é possível o acesso a determinadas funções do aplicativo sem que seja criada uma conta, todavia, o acesso disponibilizado para usuários sem conta é limitado.

Após a criação da conta, o usuário é apresentado a interface principal do Instagram, que consiste em uma tela de comandos utilizada pelo usuário para utilizar dos serviços da plataforma. Atualmente, a interface da rede social é dividida em sete possibilidades de menus diferentes, que podem ser acessados por meio de ícones localizados na porção inferior da tela.

De acordo com as informações expostas pela empresa, a interface do usuário conta a história do produto. É a personificação funcional das aspirações para a comunidade, capacitando-a a explorar e criar no app (Instagram, 2025). Porquanto, será necessária uma breve análise da interface e suas funcionalidades.

O primeiro menu encontrado, é representado por um símbolo de uma casa e denominado como Home. Como o nome sugere, este menu é a tela inicial do aplicativo, onde os usuários entram em contato com as publicações dos perfis que seguem. Ademais, constam nessa área as atualizações dos perfis seguidos pelos usuários e as visualizações dos Stories.

Essa é a mais importante do aplicativo, além de ser a tela de “boas vindas” para quem

abre o Instagram. É neste menu que o usuário terá acesso a todas as outras funcionalidades principais do aplicativo, como publicações de amigos e conversas além de também ser possível a realização de outras interações como as curtidas e comentários (Oliveira, 2019).

O menu seguinte é denominado “Pesquisar” e é representado pelo símbolo de uma lente de aumento, sendo a área do aplicativo que disponibiliza ao usuário as funções de buscar por outros perfis, conteúdos, assuntos ou hashtags. Além do mais, neste menu também estão expostas publicações sugeridas pela plataforma, com base nos assuntos de interesse do usuário.

O menu seguinte tem a nomenclatura de “Novo Post”, representado pelo símbolo “+”, sendo o local onde estão as ferramentas de postagem e os recursos de personalização de fotos do Instagram.

O próximo menu é chamado de “Reels”, sendo dedicado a exibição e interação com vídeos curtos postados por usuários que são exibidos a outras contas com base nos interesses catalogados de cada usuário. Os *reels* são vídeos curtos que podem ser criados com facilidade e assistidos no Instagram. Eles são uma forma divertida de se conectar com a comunidade por meio de vídeos interessantes que inspiram qualquer pessoa a participar (Instagram, 2025).

Após, há o menu das configurações de Perfil pessoal do usuário, representado pela miniatura da foto de perfil do próprio usuário. É este o menu em que o usuário pode editar suas informações pessoais como desejar. Além disso, é possível modificar, arquivar ou excluir publicações publicadas anteriormente, além de gerenciar seus seguidores e contas seguida. Ainda nas atribuições deste menu, existe a possibilidade de acesso as configurações de notificações, privacidade, segurança, anúncios sem contar informações da conta em geral.

Prosseguindo, o próximo menu é denominado “atividades recentes”, simbolizado por um ícone de coração. Essa funcionalidade é responsável por elencar as atividades recentes de interações de um perfil de usuário, trazendo informações quanto a marcações, curtidas e comentários relacionado à conta.

Por fim, o último menu localizado na interface da plataforma é denominado “Direct”, representado por um símbolo de raio. Esta funcionalidade do aplicativo é voltada ao envio de mensagens entre os usuários, estando organizada como uma espécie de agenda de contatos, possibilitando o envio de mensagens de texto e voz, além de disponibilizar a opção de efetuar ligações de áudio e vídeo para outros usuários do Instagram.

2.3 Os Termos de Uso

Com fim de regular e esclarecer questões vinculadas as informações que circulam na

plataforma, sites e aplicativos costumam utilizar um documento denominado de termo de uso para que os usuários possam usufruir de seus serviços. Trata-se, portanto, de um documento que apresenta as condições e regras que devem ser seguidas pelos consumidores e produtores que utilizam determinada plataforma para que seja possível gozar dos serviços ofertados.

No caso do Instagram, devido à popularidade da rede social, os termos de serviço do site/aplicativo passaram por mudanças constantes ocasionadas pela atualização das funcionalidades da rede ou mesmo por pressão dos usuários, buscando adequação aos preceitos legais dos países em que operam, conforme expõe Barbosa (2023):

Ao longo dos anos, tendo em conta as pressões do público e dos governos em vários países, o grupo chefiado por Mark Zuckerberg começou a desenvolver e implementar um conjunto de regras para lidar com publicações locais que não respeitassem as leis nacionais ou a sua opinião.

Nesse cenário, a moderação do conteúdo veiculado através de uma série de fazeres e não fazeres disposta em um documento aparenta uma espécie de limitação a liberdade de expressão dos usuários. No entanto, o controle do conteúdo que circula nas plataformas digitais é fundamental para seu funcionamento e prevenção de danos a seus usuários, sendo parte indispensável para a engenharia e modulação de ambientes digitais diversos.

Afinal, o desenvolvimento contínuo de diferentes espaços virtuais está diretamente relacionado com o fato de os fornecedores adotarem políticas de moderação diversas, definindo a forma e tipo de conteúdo que irá circular naquela determinada aplicação, adequando as informações veiculadas dos utilizadores aos termos impostos pela plataforma e demais regras de conduta vigentes.

Essas regras de moderação facilitam a produção e distribuição do conteúdo que circula nas mídias virtuais, proporcionando aos consumidores uma ampla gama de possibilidades de relacionamento e uso das redes sociais. Destaca-se que o principal objetivo é a proteção da liberdade de expressão dos usuários e a livre troca de informações, aliado ao respeito a legislação e a proteção dos consumidores.

Nesse sentido, o Instagram utiliza de termos de uso para regular as atividades exercidas por seus usuários na plataforma, reservando-se ao poder/dever de fiscalizar as informações que circulam na rede adequando-as à legislação vigente nos países onde atua e definindo deveres dos usuários para utilizar o serviço.

Por conseguinte, a própria plataforma menciona na introdução de seus Termos de Uso que este documento é responsável por listar os preceitos que regem o acesso e uso do Instagram e fornecem informações sobre o Serviço, exceto quando afirmamos explicitamente que outros termos se aplicam. Os Termos de Serviço da Meta não se aplicam ao Serviço do Instagram

(Instagram, 2025).

Ao analisar a descrição dos termos, nota-se que estes subdividem-se em oito diferentes tópicos, sendo: O Serviço do Instagram; Como nosso Serviço é financiado; A Política de Privacidade; Seus compromissos; Direitos adicionais que mantemos; Remoção de Conteúdo e Desativação ou Encerramento de Sua Conta; Nosso Acordo e o Que Acontecerá se Nós Discordarmos e Atualização destes Termos.

A análise das cláusulas presentes nos Termos de Uso e políticas correlatas do Instagram deve ser feita à luz da legislação brasileira, especialmente no que tange à sua validade e eficácia perante usuários localizados no Brasil.

Passando a analisar os termos, nota-se que o tópico “O Serviço do Instagram” é responsável por inaugurar a descrição dos serviços prestados pelo Instagram, incluindo todos os recursos, aplicativos, serviços, tecnologias e softwares utilizados pela plataforma.

De acordo com o tópico, o serviço prestado é composto por sete diferentes aspectos, sendo eles: Oferecer oportunidades personalizadas de criar, conectar, comunicar, descobrir e compartilhar; Promover um ambiente seguro, inclusivo e positivo; Desenvolver e usar tecnologias que nos ajudam a atender com consistência nossa crescente comunidade; Fornecer experiências consistentes e contínuas em outros Produtos das Empresas da Meta; Garantir acesso ao nosso Serviço; Conectar você com marcas, produtos e serviços de maneiras importantes para você e Pesquisar e inovar.

O primeiro aspecto visa descrever o objetivo de tornar a plataforma um ambiente pautado na diversidade e criatividade de seus usuários, destacando as possibilidades de utilizar diferentes tipos de conta e recursos para personalização. A plataforma também destaca seus esforços para a personalização do conteúdo destacado para os diferentes perfis de usuários de acordo com informações captadas acerca de seus interesses, conforme explicita o trecho abaixo:

Parte do que fazemos é destacar conteúdo, recursos, ofertas e contas que possam ser do seu interesse e oferecer formas para você experimentar o Instagram, com base no que você e as outras pessoas fazem dentro e fora da plataforma (Instagram, 2025).

Posteriormente, o segundo aspecto abordado foca em demonstrar a preocupação da plataforma em garantir a segurança do ambiente virtual. Nesse sentido, há menção do uso de informações pessoais do usuário para manutenção da segurança e moderação da rede, através de sistemas que operam com foco em combater violações aos termos e políticas, combatendo condutas enganosas e prejudiciais aos usuários.

O terceiro aspecto mencionado é voltado para associar o desenvolvimento tecnológico e aplicação de técnicas inovadoras e o uso de dados dos usuários. Assim, destaca o papel do

uso de ferramentas de inteligência artificial e aprendizagem de máquinas para contribuir nas tarefas de proteção e personalização das informações vinculadas ao perfil de um usuário.

Prosseguindo, o quarto aspecto é referente a expansão da experiência do usuário para os demais produtos das Empresas Meta. Como sabido, o Instagram compõe o quadro de produtos das Empresas Meta, compartilhando dados, tecnologia e, inclusive, informações dos usuários, com os demais produtos da empresa, buscando a interação do usuário com o acervo dos produtos e a interconexão de diferentes experiências virtuais.

O aspecto seguinte aborda o armazenamento e transferência de dados dos usuários entre os sistemas da plataforma Instagram por todo o mundo, visando garantir o acesso ao serviço. De acordo com as disposições do termo de serviço o uso da infraestrutura global é indispensável para o funcionamento do serviço da rede social, estando as empresas Meta Platforms, Inc., a Meta Platforms Ireland Limited ou suas afiliadas habilitadas operar essa infraestrutura.

Ao abordar o sétimo aspecto, nota-se o destaque dos termos na maneira com que a plataforma utiliza informações dos usuários adquiridas através do Instagram e de outros produtos das Empresas Meta para efetuar a seleção dos anúncios e conteúdos patrocinados que serão expostos ao consumidor, baseados em seus interesses particulares.

Por fim, o oitavo aspecto descreve que os dados dos usuários são utilizados para estudos internos e pesquisas de terceiros, visando aprimorar o serviço e as funções de personalização do conteúdo veiculado, em sintonia com o bem-estar da comunidade virtual.

Passando a analisar os tópicos mais relevantes ao presente estudo, acerca da responsabilidade dos usuários pelo conteúdo, os Termos de Uso do Instagram, via de regra, atribuem ao usuário a responsabilidade integral pelo conteúdo que ele posta, isentando a plataforma de responsabilidade primária por esse conteúdo. Contudo, essa cláusula de isenção não é absoluta e encontra limites na legislação brasileira.

Acerca do tema de exclusão de conteúdo e encerramento de contas, dispõe o termo de uso em seu tópico 6 “Remoção de Conteúdo e Desativação ou Encerramento de Sua Conta”, que a empresa possui a faculdade de remover qualquer conteúdo ou informação que você compartilhada se for determinado que o respectivo conteúdo viola os Termos de Uso ou as políticas da empresa, ou ainda quando a rede social estiver autorizada ou obrigada por lei a remover o conteúdo.

Desse modo, a empresa também pode se recusar a fornecer ou parar de fornecer imediatamente seus serviços a fim de proteger a comunidade virtual em casos que o usuário se possa criar risco ou exposição para a rede social ou violar os termos de uso. De igual forma, é possível que os próprios usuários solicitem a exclusão de um conteúdo que publicada ou a

exclusão de uma conta, através de um processo que se inicia automaticamente em até 30 dias após a sua solicitação. No entanto, importa destacar que o conteúdo deixa de ser visível aos demais usuários durante o processo de exclusão, mas permanece sujeito aos termos de uso da empresa.

Destaca-se ainda que se a conta for excluída ou desabilitada, por iniciativa da rede social ou do usuário, os termos de serviço serão rescindidos como um acordo entre as partes, no entanto a seção que trata a respeito da exclusão de conteúdo, a seção acima chamada “Seus Compromissos” e a seção abaixo chamada “Nosso Acordo e o Que Acontecerá se Nós Discordarmos” serão aplicáveis mesmo depois da desativação da conta (Instagram, 2025).

De igual forma, analisando as disposições acerca da responsabilidade da plataforma por conteúdo de terceiros e falhas no serviço, encontra-se cláusulas que buscam eximir completamente a responsabilidade da plataforma por danos decorrentes de conteúdo de terceiros ou por falhas na prestação do serviço (como instabilidades, interrupções ou perda de dados) podem ser consideradas abusivas e, portanto, nulas de pleno direito, nos termos do artigo 51, inciso I, do CDC.

Tal abusividade se configura especialmente se essas cláusulas contrariarem o regime de responsabilidade estabelecido pelo MCI ou a responsabilidade por fato do serviço prevista no artigo 14 do CDC. O Superior Tribunal de Justiça já se manifestou sobre a responsabilidade de provedores mesmo diante de cláusulas de isenção contidas em Termos de Uso, indicando que tais disposições não podem sobrepujar as normas legais de proteção.

Nesse aspecto, deve-se analisar com maior atenção o tópico 7 do Termos de Uso do Instagram denominado “Nosso Acordo e o Que Acontecerá se Nós Discordarmos”. Trata-se do tópico mais relevante para o presente trabalho, afinal, traz disposições acerca do acordo firmado entre as partes e descrito nos termos de uso da rede social Instagram, versando acerca dos termos gerais de exequibilidade e da responsabilização das partes em caso de descumprimento do acordo.

Inicialmente, o termo dispõe acerca do uso de mídia adicionais na plataforma, como no caso de músicas, de modo que, o uso dessas mídias adicionais está sujeito a outras normativas estabelecidas pela rede social, como as Normas Musicais da plataforma. Assim, caso sejam utilizadas essas mídias adicionais fornecidas pela plataforma, também serão disponibilizados termos adicionais que deverão ser cumpridos e farão parte do acordo estabelecido pelos termos de uso.

Posteriormente, descreve-se que se qualquer aspecto do acordo não for aplicável, os restantes aspectos vão permanecer em vigor, bem como a plataforma alega que estão reservados

todos os demais direitos não descritos no termo de serviço, mas conhecidos pela legislação (Instagram, 2025).

Quanto a responsabilização pelas ações dos usuários, a rede social dispõe em seu termo de serviço que possui responsabilidade e controle limitados, buscando eximir-se ao máximo de qualquer consequência pelos atos dos usuários, conforme observa-se abaixo:

O nosso Serviço é fornecido "tal como está" e não podemos garantir que vai ser seguro e funcionar sempre em perfeitas condições. NOS LIMITES PERMITIDOS POR LEI, TAMBÉM RENUNCIAMOS TODAS AS GARANTIAS, EXPRESSAS OU IMPLÍCITAS, INCLUINDO AS GARANTIAS IMPLÍCITAS DE COMERCIALIZAÇÃO, ADEQUAÇÃO A UM PROPÓSITO ESPECÍFICO, TÍTULO E NÃO INFRAÇÃO.

Também não controlamos as ações ou afirmações das outras pessoas, nem somos responsáveis pelas suas (ou pelas tuas) ações ou conduta (online ou offline) ou conteúdos (incluindo conteúdos ilegais ou censuráveis). Também não somos responsáveis por funcionalidades e serviços oferecidos por outras pessoas ou empresas, mesmo que acedas aos mesmos através do nosso Serviço.

A nossa responsabilidade por tudo o que acontece no Serviço é limitada tanto quanto a lei permite. Se ocorrer um problema com o nosso Serviço, não é possível sabermos todos os possíveis impactos. Concordas que não vamos ser responsabilizados ("responsáveis") por quaisquer lucros, receitas, informações ou dados perdidos, ou danos consequentes, especiais, indiretos, exemplares, punitivos ou incidentais decorrentes dos ou relacionados com os presentes Termos, mesmo que saibamos que são possíveis. Isto inclui quando eliminamos os teus conteúdos, as tuas informações ou a tua conta (Instagram, 2025).

O texto colacionado refere-se ao tópico “Quem é Responsável Se Algo Acontecer” do Termo de Serviços do Instagram. Nas disposições trazidas pela rede social, nota-se um constante ímpeto da plataforma em desviar-se de uma eventual responsabilização por quaisquer usos indevidos ou conteúdos prejudiciais veiculados na plataforma.

De acordo com as informações fornecidas pela rede social, o Instagram não possui sistemas internos com o objetivo de controlar as ações ou afirmações de seus usuários, bem como não se responsabiliza pela veiculação de conteúdos ilegais ou censuráveis. De igual forma, a rede social busca eximir-se da responsabilidade por serviços e funções atreladas a plataforma e ofertadas por outras empresas ou pessoas.

O tópico abordado finaliza com a afirmação de que o consumidor dos serviços concorda com a ausência de responsabilização da plataforma por danos decorrentes das disposições do termo de uso. Vale destacar que, para que seja possível o acesso aos serviços prestados pela rede social, é obrigatório aceitar as disposições do termo de uso, de forma que, caso o usuário não manifeste concordância com as disposições do termo, não poderá usufruir de quaisquer serviços ofertados pela rede social.

É evidente, portanto, a tentativa de livrar-se de consequências legais atreladas a violação

dos termos de uso da plataforma por parte da empresa, obrigando os usuários em potencial a concordarem com os termos para disponibilizar acesso ao serviço. As alegações quanto a ausência de controle sobre as ações dos usuários não deixa claro se existe um protocolo interno para realizar a curadoria do conteúdo veiculado pelos usuários.

Nota-se também que a plataforma se reserva a possibilidade de eliminar conteúdos, informações e contas, conforme fora abordado em tópico anterior. Desse modo, é clara a preocupação em evitar responsabilizações legais geradas por consequências de ações dos usuários da plataforma, ao mesmo tempo que a rede social possui a faculdade de remover conteúdo prejudicial para limitar o dano causado.

Prosseguindo com a análise do termo, o tópico “Como Vamos Lidar Com Litígios” versa sobre a legislação competente para processar ações judiciais relativas à prestação do serviço e sua eventual falha. Porquanto, dispõe o termo que, em caso de relação de consumo, as leis do país de residência do consumidor serão aplicadas ao caso, ação ou litígio que seja instaurado contra o Instagram e que esteja relacionado com o Termo de Serviço da rede social. Assim, o consumidor lesado deve buscar amparo a sua reclamação no tribunal competente em seu país (Instagram, 2025).

Por outro lado, caso a desavença não tratar de questões consumeristas, a rede social afirma que a reclamação tem de ser resolvida exclusivamente no Tribunal Distrital do Distrito do Norte da Califórnia dos EUA ou em um tribunal estatal do Condado de San Mateo, sendo as questões legais regidas pela legislação do Estado da Califórnia, independentemente das disposições em matéria de conflito de leis (Instagram, 2025).

Por fim, o tópico finaliza com a informação de que a rede social possui a capacidade de utilizar as opiniões e sugestões prestadas pelos usuários sem qualquer restrição ou obrigação de compensá-los, assim como, afirma que inexistente obrigação de manter estas sugestões confidenciais.

Dessa maneira, conforme vastamente abordado nos Termos de Serviço da plataforma, a rede social utiliza de algoritmos de valor imensurável para seu funcionamento. Por meio desses sistemas, a rede social busca classificar automaticamente os interesses e desinteresses dos usuários e, concomitantemente, fornecer a anunciantes e empresas terceiras o conhecimento de perfis de usuários que se interessam por seus produtos e serviços.

Surge, no entanto, o problema da falta de transparência na aplicação dos filtros algorítmicos. A rede promove o filtro das informações, mas não divulga os critérios que são utilizados no direcionamento, deixando dúvidas quanto ao funcionamento das bolhas de informação (Pariser, 2011). Consequentemente, a ausência de transparência leva a situações em

que a rede pode ferir direitos de privacidade dos usuários, afinal, é sabido que o Instagram monitora digitalmente os dados dos usuários e os comercializa.

Ademais, a circulação de conteúdo nocivo na plataforma é uma realidade que a empresa busca esconder e até mesmo esgueirar-se da possibilidade de ser responsabilizada. No entanto, o uso de algoritmos de filtro de conteúdo exibido aos usuários não protege os consumidores dos serviços da empresa completamente, por muitas vezes, expondo os consumidores a práticas lesivas a seus direitos e crimes virtuais.

A relação estabelecida entre os algorítmicos, a monetização, a coleta de dados de usuários e a proteção dos consumidores usuários da rede social é basilar para a correta prestação do serviço. Assim, a maneira com que operam os sistemas de controle e gestão do conteúdo disponibilizado aos membros da rede social devem ser mais transparentes e eficazes no controle de ameaças.

Posto isso, é indiscutível a grande relevância do debate quanto a regulação da privacidade de dados, uso de algoritmos de controle e exposição dos usuários a conteúdo nocivo. Logo, as informações de usuários coletadas pelo Instagram e ofertadas a terceiros devem seguir regulamentação clara e garantir a segurança dos usuários quanto ao conteúdo consumido, independentemente do seu perfil de consumo.

2.4 Ferramentas comerciais da rede social

Com a crescente popularização das funções comerciais do aplicativo, o Instagram focou seus esforços em desenvolver ferramentas responsáveis por facilitar as relações de comércio e marketing realizadas dentro da plataforma. Nesse cenário, em meados do ano de 2016, surgiram duas novas funcionalidades no aplicativo, que possuem grande relevância para este estudo, pois, configuram a plataforma “Instagram para empresas” e a funcionalidade de “Instagram Shopping”.

A plataforma “Instagram for Business” foi desenvolvida com foco em atender as necessidades de empresas com contas ativas na rede social, possibilitando que estas pessoas jurídicas possam utilizar de três funcionalidades exclusivas do aplicativo, quais sejam: a possibilidade da criação de perfis comerciais, a inclusão de postagem patrocinadas e o acesso às métricas.

Assim, a plataforma informa que as contas empresariais disponibilizam uma central de recursos e ferramentas para a criação de anúncios e fomento de compras no Instagram:

O que você obtém com uma conta empresarial do Instagram: Acompanhe o

desempenho da sua conta usando dados em tempo real e descubra o que funciona bem com seu público. Crie relações com os clientes por meio de figurinhas interativas nos stories e conversas privadas por mensagem direta. As pessoas vêm para as páginas comerciais do Instagram para criar relações significativas com as marcas. Convide-as a entrar em contato quando visitarem sua conta. Crie anúncios envolventes no seu feed, reels e stories e acompanhe os resultados (Instagram, 2025).

Desse modo, para se utilizar desse recurso a empresa interessada deve transformar sua conta pessoal em conta comercial, através do menu de configurações do aplicativo. Logo após a alteração do tipo de conta, serão desbloqueadas as funções adicionais para contas comerciais. Dentre as mudanças sofridas, nota-se o surgimento de recursos como a adição de meios de contato públicos a todos que acessarem a conta, a possibilidade de incluir links de site externos no perfil e a disponibilização da ferramenta de “insights”.

O “Instagram Insights” é uma funcionalidade dentro do aplicativo que permite que o usuário obtenha dados diversos atrelados a seu perfil e suas publicações. Como se trata de uso apenas em perfis comerciais, essa proposta dada pelo aplicativo integra de maneira funcional no quesito mensuração e análises de resultados das ações comerciais da empresa, uma vez todos os dados coletados dos usuários seguidores da marca serão indicados e contabilizados estatisticamente (Martins, Albuquerque & Neves, 2018).

Portanto, essa ferramenta é responsável por expor ao usuário as métricas referentes ao público que acessa a conta comercial, funcionando como um compilado de dados dos usuários que acessaram a conta comercial. A ferramenta possibilita averiguar dados como idade, gênero e localização dos seguidores da conta comercial, bem como estimar o alcance das publicações, enumerar os conteúdos mais visualizados, e analisar estatísticas de interações.

Além do mais, a principal ferramenta trazida pela conta comercial do Instagram é a produção de anúncios. Isso ocorre através da transformação de publicações “comuns” em anúncios publicitários, com o objetivo de captar clientes e anunciar produtos. Desta forma a empresa pode colocar um botão de interação em suas postagens mais bem sucedidas, assim direcionando os usuários a algum site específico, como site de venda e vídeos (Oliveira, 2023).

De semelhante forma, acompanhando o crescimento da funcionalidade “Instagram for Business”, ocorreu o desenvolvimento de mais uma funcionalidade da plataforma com objetivo de dar suporte comercial a empresas e lojas que utilizavam da rede social para captação de clientes, dando origem a ferramenta “Instagram Shopping”.

Com o aumento exponencial do número de contas comerciais no Instagram, em 2018 foi disponibilizada outra funcionalidade que deixou o aplicativo muito mais próximo visualmente de outras lojas virtuais, o Instagram Shopping (Oliveira, 2023). Os recursos

desenvolvidos na plataforma possibilitaram a adição de uma nova página aba na conta comercial da empresa, na qual é possível que o usuário faça publicações de seus produtos à venda.

Os anúncios criados comportam a adição do nome e descrição do produto ofertado, além da possibilidade de acrescentar até 5 imagens, preço e um botão de direcionamento ao site ou perfil da empresa, com fim de facilitar a compra do produto. No entanto, é preciso destacar que a compra não é processada no Instagram, de forma que a rede social funciona apenas como uma espécie de vitrine e para os produtos.

Acerca da ferramenta, o Instagram dispõe em seu site oficial que 44% da Geração Z acompanha e encontra informações sobre produtos e marcas no Instagram, assim como 3,27 bilhões de pessoas interagem com a Meta diariamente em todo o mundo (Instagram, 2025). Portanto, graças aos resultados evidentes e ao grande número de recursos e funcionalidades, o Instagram é a rede social mais utilizada por empresas para divulgação de seus produtos e serviços.

Pelo exposto, é cristalino que o meio econômico trouxe novas ferramentas que auxiliam nas relações econômicas, de maneira que as práticas comerciais on-line estão completamente consolidadas e possuem um fluxo que iguala ao comércio físico. Assim sendo, em igual escala ocorre o crescimento de crimes e práticas lesivas aos usuários de plataformas online de comércio e socialização.

Os crimes cibernéticos são uma realidade preocupante no Brasil, com taxas crescentes de registros de denúncias, estelionatos e fraudes (Brasil, 2017). Em um cenário tão caótico, é imprescindível que as relações jurídicas envolvidas sejam tuteladas sem dúvidas ou obscuridades, garantindo aos usuários das redes sociais, independentemente de seu tipo de conta, alguma segurança.

Todavia, ainda pairam no ar dúvidas quanto a possibilidade de responsabilização das plataformas de redes sociais em caso de crimes virtuais e práticas lesivas aos direitos dos consumidores. Conforme analisado em tópico anterior, a rede social analisada no presente estudo, o Instagram, dispõe brevemente quanto a responsabilização das partes em caso de lesão ao consumidor.

Em seu termo de serviços, a rede social busca afastar ao máximo qualquer responsabilidade por danos causados por terceiros. No entanto, existem controvérsias quanto a sua responsabilidade por danos à luz do direito consumerista. Logo, o Termo de Serviços ao qual o usuário é obrigado a concordar para utilizar dos serviços prestados pela plataforma é omissis e pouco claro quanto aos direitos dos consumidores em caso de lesão.

Consequentemente, faz-se necessária um mergulho aprofundado na legislação e jurisprudência pátria para que seja possível definir as hipóteses em que ao Instagram pode ser responsabilizado pelo conteúdo veiculado na plataforma e pelo dano causado a seus consumidores.

3 OS ILÍCITOS VIRTUAIS E A RESPONSABILIDADE CIVIL

Conforme largamente abordado nos tópicos anteriores do presente trabalho, a introdução e, posteriormente, a popularização da internet e das redes sociais na sociedade brasileira modificaram intensamente as relações de comunicação e consumo. Desde os primeiros anos do século XXI até os dias atuais, é registrada uma crescente das relações comerciais vinculadas a ambientes cibernéticos e o comércio virtual quase se iguala ao comércio físico.

Nesse cenário fértil para a proliferações de relações econômicas, notou-se também uma oportunidade para o crescimento de práticas ilícitas que se entrelaçam com as relações comerciais online. Desse modo, constata-se um significativo aumento no número de registros de crimes virtuais e fraudes práticas nas redes sociais.

De acordo com uma pesquisa conduzida pelo Instituto DataSenado (2024), os golpes digitais vitimaram cerca de 24% (vinte e quatro por cento) dos brasileiros com idade superior à de 16 anos no período de 2023 a 2024. Segundo os dados analisados, foram mais de 40 milhões de cidadãos brasileiros prejudicados em função de algum crime cibernético, como clonagem de cartão, fraude ou invasão de contas bancárias. Ou seja, uma parcela considerável da população brasileira foi afetada por algum crime ou ilícito cometido através da internet, muitas vezes, através de uma rede social.

Nesse sentido, conceitua-se crime virtual como “toda conduta, definida em lei como crime, em que o computador tiver sido utilizado como instrumento de sua perpetração ou consistir em seu objeto material.” (Roque, 2007, p.25). Assim, a perpetuação de um crime cibernético ocorre através de diversas condutas, desde que seja utilizado instrumento para acesso à internet ou possua relação indissolúvel com a rede mundial de computadores, enquadrando-se nos tipos penais descritos na legislação brasileira.

Por outro lado, o enfoque do presente trabalho é a responsabilização cível em caso de ilícito cometido através de meio cibernético, portanto, importam muito mais as concepções atreladas ao ato ilícito e ao direito civil, devendo as concepções penalistas serem utilizadas apenas para complementar o entendimento.

Surge, portanto, a necessidade de estudo dos atos ilícitos e da responsabilidade civil, afinal, são figuras indispensáveis para a compreensão de qualquer fraude. De acordo com Venosa (2019), os atos ilícitos que surgem da vontade, são os que ocasionam efeitos jurídicos, mas contrários ao ordenamento. Desse modo, importa conhecer os atos contrários ao Direito, à medida que ocasionam dano a outrem.

De maneira análoga, Carlos Roberto Gonçalves (2019) dispõe acerca do tema que os atos ilícitos, por serem praticados em dissonância com a lei, criam obrigações. Ou seja, um ato ilícito é uma fonte de obrigação, qual seja, a de indenizar ou ressarcir o prejuízo causado. É, portanto, um ato praticado com infração a um dever de conduta, por meio de ações ou omissões culposas ou dolosas do agente, das quais resulta dano para outrem.

Destaca ainda o jurista que o Código atual aperfeiçoou o conceito de ato ilícito, ao dizer que o pratica quem “violou direito e causar dano a outrem” (art. 186), substituindo o “ou” (“violou direito ou causar dano a outrem”), que constava do art. 159 do código anterior. Todavia, o referido art. 186, tratou somente do ato ilícito, prevendo a obrigação de reparar o dano, como consequência, surge as disposições do art. 927, de modo que o código identifica o ato ilícito pela violação de direito e dano (Gonçalves, 2019).

Atos ilícitos, por conseguinte, são caracterizados por gerar obrigações, especialmente, obrigações de indenização ao lesado. Partindo dessa análise, o jurista Flávio Tartuce (2022) aponta a existência de quatro pressupostos do dever de indenizar: conduta humana, culpa genérica ou *lato sensu*, nexos de causalidade e dano ou prejuízo.

Surge assim a noção de responsabilidade civil cuja essência está unida à noção de desvio de conduta, sendo um dever jurídico sucessivo que aparece para recompor o dano consequente da violação de um dever jurídico. No mesmo sentido, Venosa (2019) explica que o termo responsabilidade é utilizado em qualquer situação na qual alguma pessoa, natural ou jurídica, deva arcar com as consequências de um ato, fato ou negócio danoso. Sob essa noção, toda atividade humana, portanto, pode acarretar o dever de indenizar.

Etimologicamente, o sentido da expressão “responsabilidade” pode ser extraído da própria origem da palavra, que vem do latim *respondere*, sintetizando-se como “responder a alguma coisa”, ou seja, a necessidade que existe de responsabilizar alguém por seus atos (Gagliano, 2011). Logo, é possível compreender que o termo está atrelado às consequências de comportamentos e atos de um agente, devendo e podendo assim, ser este agente submetido ao julgamento em diversos âmbitos da sociedade.

Nesse cenário, a fraude digital, em sentido amplo, pode ser conceituada como qualquer ato deliberado e ilícito, praticado por meio da internet ou de dispositivos eletrônicos, com o objetivo de enganar indivíduos ou instituições para obter vantagem indevida, seja ela financeira, patrimonial ou acesso a informações sensíveis (Silva et al, 2024). Essa prática envolve o emprego de ardil, manipulação ou engano para induzir a vítima a erro, resultando em prejuízo para esta e benefício para o fraudador ou terceiro.

Conforme destaca Cavalcante (2021), no âmbito penal brasileiro, a Lei nº 14.155, de 27

de maio de 2021, promoveu importantes alterações no Código Penal para tipificar de forma mais específica e agravar as penas para certas modalidades de fraudes cometidas em ambiente digital, logo, descreve-se a seguir algumas tipificações:

Primordialmente, destaca-se a figura do Estelionato Eletrônico (Art. 171, § 2º-A, CP), a qual se trata de uma forma qualificada do crime de estelionato. A qualificadora incide quando a fraude é cometida com a utilização de informações fornecidas pela vítima ou por terceiro induzido a erro, por meio de redes sociais, contatos telefônicos, envio de correio eletrônico fraudulento, ou qualquer outro meio fraudulento análogo. O elemento distintivo é que a própria vítima, enganada pela fraude eletrônica, pratica o ato que gera o prejuízo, por exemplo, fornecendo dados bancários para o fraudador.

De semelhante forma, surge o Furto Mediante Fraude Eletrônica (Art. 155, § 4º-B, CP), o qual fora inserido pela Lei nº 14.132/2021. Este crime ocorre quando o agente subtrai coisa móvel alheia para si ou para outrem, utilizando dispositivo eletrônico ou informático, conectado ou não à internet, com ou sem violação de mecanismo de segurança ou utilização de software malicioso. A diferença crucial para o estelionato eletrônico é que, no furto, a vítima não participa ativamente da entrega do bem; a subtração ocorre à sua revelia, mediante a manipulação do sistema pelo agente.

Por fim, interessa destacar as causas de aumento, afinal, a Lei nº 14.155/2021 também introduziu uma causa de aumento de pena (1/3 a 2/3) para o estelionato eletrônico (§ 2º-A) se o crime for praticado com a utilização de servidor mantido fora do território nacional (§ 2º-B). Além disso, alterou a causa de aumento para o estelionato cometido contra idoso ou vulnerável (§ 4º), estabelecendo um aumento de 1/3 ao dobro (antes era sempre o dobro para idoso), considerando a relevância do resultado gravoso e incluindo expressamente a figura do vulnerável.

3. 1 Os ilícitos penais e civis mais comumente encontrados em redes sociais

O ambiente do Instagram, por suas características intrínsecas, tornou-se palco frequente para diversas modalidades de fraudes digitais. A arquitetura da plataforma, focada no apelo visual, na rapidez da informação e na construção de relações baseadas em imagem e influência, pode, paradoxalmente, facilitar a ação de criminosos e amplificar a vulnerabilidade dos usuários.

A confiança depositada em perfis aparentemente legítimos ou em influenciadores, a facilidade de criar identidades falsas e a velocidade com que um golpe pode ser disseminado

contribuem para esse cenário.

Dentre as tipologias mais comuns, destacam-se os Perfis Falsos, que consiste na criação de contas que simulam ser de pessoas, marcas ou lojas conhecidas, ou mesmo perfis inteiramente fictícios, com o objetivo de enganar usuários (TJDF, 2024). Podem ser utilizados para aplicar golpes de venda de produtos inexistentes, solicitar doações fraudulentas, disseminar desinformação ou praticar *phishing*. A facilidade em usar fotos e informações de terceiros torna a criação desses perfis relativamente simples.

Outrossim, destaca Bragantine (2022) que a ocorrência de invasões e “ataques de *harckers*” configuram algumas práticas mais danosas, ocorrendo quando criminosos obtêm acesso não autorizado a contas legítimas de usuários. Uma vez de posse da conta, eles se passam pelo titular para aplicar golpes nos seguidores, aproveitando-se da relação de confiança preexistente. As táticas incluem a publicação de anúncios de venda de produtos a preços muito baixos (com pagamento via PIX para contas de laranjas), pedidos de empréstimo urgentes via mensagem direta, ou a solicitação de dados pessoais e financeiros. A invasão pode ocorrer por meio de técnicas de *phishing*, uso de senhas fracas ou vazamento de credenciais em outros serviços.

De igual forma, anúncios fraudulentos utilizam o sistema de publicidade paga do Instagram para veicular anúncios que promovem produtos ou serviços inexistentes, ofertas “milagrosas”, esquemas de pirâmide financeira, falsos investimentos com promessas de lucro rápido ou páginas de *phishing* (Moraes, 2024). A capacidade de segmentação da publicidade permite que esses anúncios atinjam públicos específicos, aumentando sua eficácia. A responsabilidade da plataforma por esses anúncios pagos é um ponto central de debate.

Destaca-se que a compreensão dessas tipologias é fundamental para analisar a responsabilidade da plataforma, pois cada modalidade pode envolver diferentes níveis de falha de segurança ou de omissão por parte do Instagram.

No entanto, o conceito de responsabilidade civil é muito mais complexo do que aparenta, sendo necessários definir alguns pontos e conceitos acerca do tema para seu completo entendimento, afinal, a responsabilização depende de diversos fatores para ser configurada, bem como, divide-se em diferentes institutos do Direito Civil.

Portanto, para que seja possível a compreensão de como se opera a responsabilização de uma plataforma de rede social em caso de dano causado a um usuário, é preciso, primordialmente, entender os elementos constituintes da responsabilidade civil e seu papel nas diferentes relações.

3. 2 A relação estabelecida entre a responsabilidade civil e as redes sociais

Investigando o papel da responsabilidade no cenário jurídico, manifesta-se sua natureza imperativa, de forma que o agente que cometeu determinada ação ou omissão deve sujeitar-se a lidar com as repercussões de seus atos. Isso ocorre devido à natureza coercitiva das normas jurídicas, responsáveis por impor deveres para garantir o equilíbrio das relações sociais estabelecidas em um meio social.

No código civil, o instituto da responsabilidade civil se encontra localizado nas “fontes de obrigações”, tendo como função legitimar as bases para decisão acerca da indenização de uma vítima, em caso de lesão, em face de um prejuízo causado por um agente. Desse modo, a função primordial desse instituto é a distribuição dos danos que se produzem no contato social (Monteiro, 2005).

A responsabilidade civil tem por objeto o fundamento e o alcance do dever de indenizar, que é representado por uma prestação pecuniária. Desse modo, se a lesão a um direito decorrer do descumprimento de uma lei civil ou de um contrato, a responsabilidade é de natureza jurídica civil.

No cenário, Venosa (2019) enfatiza que a responsabilidade civil traduz a obrigação da pessoa física ou jurídica ofensora de reparar o dano causado por conduta que viola um dever jurídico preexistente de não lesionar implícito ou explícito na legislação, trazendo aquela lição para o campo da responsabilidade extracontratual.

Nessa senda, o jurista Sergio Cavalieri Filho (2023, p. 11), destaca que a existência da responsabilidade civil está condicionada a presença de uma violação de dever jurídico:

Em seu sentido etimológico, responsabilidade exprime a ideia de obrigação, encargo, contraprestação. Em sentido jurídico, o vocábulo não foge dessa ideia. A essência da responsabilidade está ligada à noção de desvio de conduta, ou seja, foi ela engendrada para alcançar as condutas praticadas de forma contrária ao direito e danosas a outrem. Designa o dever que alguém tem de reparar o prejuízo decorrente da violação de um outro dever jurídico. Em apertada síntese, responsabilidade civil é um dever jurídico sucessivo que surge para recompor o dano decorrente da violação de um dever jurídico originário.

Porquanto, a natureza jurídica do instituto da responsabilidade civil é de efeito, sendo a repercussão da prática de um ato ilícito ou ato contrário ao direito. Consequentemente, surge por decorrência deste ato o dever reparatório, que pode ser exigido pela vítima, mesmo que inexista vontade o ofensor de reparar o dano causado.

Assim, estabelecida a premissa de que a responsabilidade civil se classifica como um dever jurídico sucessivo, cominando ao indivíduo que cause um dano e estará sujeito a

obrigação de repará-lo, importa esclarecer as modalidades deste instituto. Neste ensejo, a responsabilidade civil costuma ser classificada de diferentes maneiras pela doutrina, conforme a natureza do dever jurídico violado ou sob os pressupostos em que se assenta (Santana, 2018).

Logo, a classificação doutrinária clássica das espécies de responsabilidade civil é composta por em uma trinca de institutos que se traduzem nas figuras da responsabilidade civil contratual, responsabilidade civil extracontratual e responsabilidade civil nas relações de consumo. Cabe destacar que estes institutos se relacionam com a natureza da violação dos direitos da vítima, sendo determinados pelas circunstâncias de preexistência de alguma relação jurídica entre as partes.

Nesse sentido, abordando as divisões doutrinárias supramencionadas, tem-se que uma pessoa pode causar prejuízo a outrem por descumprir uma obrigação contratual (dever contratual). Posto isso, qualifica-se como responsabilidade civil contratual aquela advinda da quebra de um dever jurídico resultante de um ajuste de vontades preexistente, de cunho eminentemente obrigacional. (Gonçalves, 2019). Desse modo, o inadimplemento contratual acarreta a responsabilidade de indenizar as perdas e danos, nos termos do art. 389 e 395 do Código Civil.

Por outro lado, qualifica-se como responsabilidade civil extracontratual, também denominada aquiliana, aquela decorrente de ato ofensor a um dever jurídico sem relação contratual, um dever imposto pela lei e não por uma relação prévia estabelecida entre as partes, encontrando fundamento nos artigos 186, 187 e 927, todos do Código Civil de 2002 (Venosa, 2019).

Corroborando ao exposto, a respeito da responsabilidade extracontratual – matéria que interessa ao presente projeto – nos termos do atual Código Civil brasileiro, está baseada em dois alicerces categóricos: o ato ilícito e o abuso de direito (Tartuce, 2022).

Nota-se, portanto, que embora a consequência da infração ao dever legal e ao dever contratual seja a mesma - a obrigação de ressarcir o prejuízo causado - o Código Civil distinguiu duas espécies de responsabilidade, acolhendo a teoria dualista e afastando a unitária, baseando-se na existência de relação prévia (Gonçalves, 2019).

Ao buscar identificar os procedimentos envolvidos em casos práticos de aplicação do instituto da responsabilidade civil, é comum saltar aos olhos a interpretação que a divisão entre as mencionadas modalidades de responsabilidade civil possui caráter mais didático do que prático, afinal, os elementos constituintes da responsabilidade civil continuam os mesmos, havendo apenas algumas diferenças no tratamento de cada modalidade.

Porém, ao analisar a dicotomia entre a responsabilidade contratual e a extracontratual

em um escopo maior, percebe-se a relevância da separação dos institutos através do estudo do Código de Defesa do Consumidor. Isso ocorre, pois, a legislação consumerista representou uma superação do modelo dual, pouco importando se a responsabilidade é emanada de um contrato, pois o tratamento diferenciado se refere a produtos e serviços, bem como a veiculação de oferta e publicidade (Neves & Tartuce, 2024).

Assim, constata-se a existências de pressupostos basilares que traduzem a responsabilidade civil de modo que, embora a doutrina não seja unânime quanto à sua classificação, nota-se que a maioria dos autores nacionais retira do artigo 186 do Código Civil a base para o instituto, o qual consagra o princípio que define que a ninguém é dado causar prejuízo ao outro.

Através da análise dos dispositivos legais do Código Civil, o desembargador Sérgio Cavalieri Filho (2023) aponta que os pressupostos da responsabilidade civil subjetiva são compostos por três elementos base: a conduta culposa, o nexo causal e o dano.

Em contrapartida, o jurista Flávio Tartuce (2022) aponta a existência de quatro pressupostos do dever de indenizar: conduta humana, culpa genérica ou *lato sensu*, nexo de causalidade e dano ou prejuízo.

O pressuposto denominado como conduta humana, manifesta-se de duas maneiras: através de uma ação ou mediante uma omissão voluntária (Tartuce, 2022). Por conseguinte, é através de uma ação ou de uma omissão que um ato ilícito pode ser praticado, bastando apenas a existência de uma ação capaz de produzir o ato que afetará o direito alheio para caracterizar a responsabilidade civil.

Por outro lado, ao analisar a doutrina trazida por Elpídio Donizetti (2021), constata-se que a hipótese de responsabilidade civil, quando abordado o pressuposto da conduta, seja ela comissiva ou omissiva, existe quando configurada a presença da violação de um dever, surgindo a figura de um “ato contrário ao direito”, e não “ato ilícito”.

Nesse sentido, o referido jurista alega que “ato contrário ao direito” é o ato que implica violação de um dever jurídico, afastando a ideia de configurando do ato ilícito, afinal, para a existência de um ato ilícito, o agente deve ser imputável. Posto isso, infere o autor que em caso de cometimento de ato danoso por ação/omissão um agente inimputável, o ato contrário ao direito terá a natureza de mero ato-fato ilícito, vez que a vontade do agente incapaz não é relevante para o Direito (Donizetti, 2021). Logo, na ótica da doutrina de Donizetti, em detrimento do uso da expressão “ato ilícito”, prefere-se a adoção de um termo mais abrangente, sendo este o “ato contrário ao direito”.

O segundo pressuposto é a culpa, que se caracteriza por ser o elemento subjetivo da

responsabilidade civil. Conforme a doutrina de Tartuce (2022), a culpa pode ser compreendida como culpa lato sensu e a culpa stricto sensu. Quanto à culpa stricto sensu, não há falar em intenção de violar o dever jurídico, mas de desrespeito a um dever pré-existente que é violado por três modelos jurídicos utilizados: imprudência, negligência e imperícia.

Acerca destes conceitos supramencionados, ganha especial destaque o elemento denominado de dolo, sendo o protagonista na definição da culpa. O dolo, portanto, se caracteriza como uma violação intencional do dever jurídico com o objetivo de prejudicar outrem, tratando-se, por conseguinte, de uma ação ou omissão voluntária (Tartuce, 2022).

Acerca da distinção entre dolo e culpa, o doutrinador Carlos Roberto Gonçalves (2019) aduz que o dolo é a violação deliberada e intencional, do dever jurídico. Consistindo na vontade de cometer uma violação de direito, e a culpa, por sua vez, consiste na falta de diligência que se exige do homem médio.

Quanto a culpa, Sérgio Cavalieri Filho (2023) apresenta três elementos na constituição do instituo: a) a conduta voluntária com resultado involuntário; b) a previsão ou previsibilidade; e c) a falta de cuidado, cautela, diligência e atenção. Desse modo, a culpa põe-se ao dolo de forma que, enquanto no dolo o agente quer a conduta e o resultado, a causa e a consequência, na culpa a vontade não vai além da ação ou omissão.

Para o Direito Civil, não importa se o autor agiu com dolo ou culpa, sendo a consequência a mesma para ambos os casos – o surgimento do dever de reparação do dano ou indenização dos prejuízos – no entanto, os critérios para a fixação da indenização divergem, havendo diferentes graus de culpa do agente e responsabilização.

Há, portanto, a divisão doutrinária de três diferentes tipos de culpa: Culpa grave, onde há uma imprudência ou negligência exorbitante; Culpa leve, na qual o dano é causado pela falta de atenção comum para a atividade; Culpa levíssima, onde o fato gerador somente seria evitado através da adoção de cautelas incomuns (Tartuce, 2022).

Nesse sentido, compreende-se que a culpa e o dolo são institutos do Direito Civil que se opõem, porém, estão intimamente entrelaçados, sendo fundamentais para a configuração responsabilidade civil. Importa compreender estes elementos para que seja aferida a gravidade do dano causado, utilizando as ações do agente causador do ato contrário ao direito para balizar o quanto é responsável pelo ocorrido.

O nexo de causalidade, por sua vez, é a relação de causa e efeito que existe entre a conduta do agente e o dano provocado. Este pressuposto é, portanto, o elemento que interliga os dois polos da conduta do agente e do resultado danoso dela. Por consequência, não há de se falar em responsabilidade civil sem que exista o nexo de causalidade entre a conduta comissiva

ou omissiva e o conseqüente prejuízo causado a um direito alheio. Nesse sentido, se houve o dano, mas sua causa não está relacionada com o comportamento do agente, inexistente a relação de causalidade e também a obrigação de indenizar (Gonçalves, 2019).

Quanto à necessidade indispensável do nexo causal, em qualquer forma de responsabilização civil, dispõe o jurista Flávio Tartuce (2022, p. 1120):

Ora, a responsabilidade civil, mesmo objetiva, não pode existir sem a relação de causalidade entre o dano e a conduta do agente. Se houver dano sem que a sua causa esteja relacionada com o comportamento do suposto ofensor, inexistente a relação de causalidade, não havendo a obrigação de indenizar.

Ao abordar o nexo causal, é mister destacar de excludentes totais do nexo de causalidade, responsáveis por afastar a responsabilização do agente que comete a ação ou omissão, sendo estas a culpa exclusiva da vítima, a culpa exclusiva de terceiro e a ocorrência de caso fortuito ou força maior.

Extraí-se das excludentes supramencionadas o uso da expressão “culpa exclusiva”, pois, não se pode esquecer da hipótese de existência da culpa ou fato concorrente, seja da vítima ou de terceiros. Este fenômeno ocorre quando é possível imputar um tipo de culpa a ambos os envolvidos no fato – vítima e ofensor- resultando assim em uma penalização mais branda, devido ao nexo causal estar afetado.

A respeito dos conceitos de caso fortuito e força maior, há divergência doutrinária. Sendo assim, o jurista Flávio Tartuce (2022), define o caso fortuito como o evento totalmente imprevisível decorrente de ato humano ou de evento natural. Por outro lado, a força maior constitui um evento previsível, mas inevitável ou irresistível, decorrente de uma ou outra causa.

Constata-se, portanto, que o nexo causal é indispensável para a ocorrência de responsabilização civil, devendo haver uma relação de consequência direta entre as ações/omissões do ofensor e o dano sofrido pela vítima, não podendo incidir hipótese de excludente de causalidade.

Por fim, o dano é o pressuposto que traduz uma lesão a um bem jurídico tutelado, seja qual for. Para constituição da responsabilidade civil, o dano é elemento principal, sem o qual a compensação resultaria em enriquecimento sem causa daquele que a recebe. Há diferentes formas de dano catalogadas pela doutrina, podendo estes serem materiais ou imateriais.

O dano pode ser patrimonial (material) ou extrapatrimonial (moral), ou seja, sem repercussão na órbita financeira do lesado. Logo, a inexistência de dano torna sem objeto a pretensão à sua reparação (Gonçalves, 2019).

Assim, o pressuposto em questão consiste em uma lesão a um bem ou interesse juridicamente protegido, de forma que, tratando-se de um interesse privado patrimonial, o

correspondente prejuízo será avaliável em pecúnia, configurando dano material; tratando-se de um interesse de outra natureza, sendo impossível a avaliação pecuniária, o prejuízo se traduzirá em dano extra patrimonial (Monteiro, 2005).

Portanto, não há responsabilidade civil sem danos, cabendo o ônus de sua prova ao autor da demanda, aplicação do art. 373, inc. I, do CPC/2015, correspondente ao art. 333, inc. I, do CPC/1973.

4 O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E SUA APLICAÇÃO

A responsabilização cível tem suas hipóteses fundadas na relação estabelecida entre as partes, podendo ser contratual e extracontratual, havendo a possibilidade de uma relação contratual ser enquadrada como relação de consumo, a depender do negócio jurídico estabelecido entre o agente ofensor e o ofendido.

O Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, foi instituído pela Lei 8.078/1990, constituindo uma típica norma de proteção de vulneráveis. Nesse sentido, o Código Brasileiro de Defesa do Consumidor constitui uma típica norma pós-moderna, no sentido de rever conceitos antigos do Direito Privado, tais como o contrato, a responsabilidade civil e a prescrição (Tartuce, 2022).

A norma surge, portanto, com fim de garantir o acesso aos mecanismos de defesa da parte consumidora - considerada sua relação de inferioridade perante ao fornecedor de serviços - em decorrência do desequilíbrio contratual existente entre as partes. Considera-se para tanto que o fornecedor se qualifica como detentor dos meios de produção, enquanto o consumidor, muitas vezes é incapaz de reunir informações acerca da qualidade e características dos produtos e serviços adquiridos.

A vulnerabilidade atribuída ao consumidor nas relações de consumo se origina nas relações contratuais firmadas no período após a revolução industrial, onde os detentores dos meios de produção utilizavam-se de seu poder econômico para estipular disposições contratuais abusivas, maculando o equilíbrio contratual e impondo obrigações demasiadamente onerosas àqueles que dependiam de seus produtos e serviços para a sobrevivência.

Nesse cenário, a legislação pós moderna constatou a necessidade de proteção especial para as relações contratuais, garantindo maior proteção aos consumidores ao estabelecer contratos.

Por conseguinte, no cenário brasileiro, a Constituição Federal garante em seu artigo 5º, inciso XXXII, o princípio da Defesa do Consumidor, também refletido no artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor, que prevê a Política Nacional de Relações de Consumo, sendo sua principal finalidade a proteção dos interesses econômicos dos consumidores.

Sendo assim, para justificar a incidência do Código de Defesa do Consumidor, é preciso, primordialmente, compreender a estrutura da relação jurídica de consumo, através de seus elementos subjetivos e objetivos. Para tanto, a doutrina estabelece como elementos compositores da relação de consumo a existência de uma relação entre sujeitos jurídicos, sendo eles um sujeito ativo titular de um direito e um sujeito passivo detentor que tem um dever

jurídico; A presença do poder do sujeito ativo sobre o objeto imediato, que é a prestação, e sobre o objeto mediato da relação, que é o bem jurídico tutelado, e, por fim, a evidência na prática de um fato ou acontecimento capaz de gerar consequências para o plano jurídico.

O primeiro destes elementos, portanto, traduz a existência de uma relação jurídica entre o consumidor e o fornecedor. Posto isso, ao conceituar o fornecedor ou prestador de serviços, a Lei 8.078/1990 estabelece em seu artigo 3º que:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços (Brasil, 1990).

Nesse sentido, o fornecedor pode ser compreendido de maneira ampla, tanto como fornecedor quanto como prestador de serviços, abrangendo grande número de pessoas jurídicas e físicas, visando, justamente, garantir a ampla proteção dos consumidores nas diferentes relações consumeristas que podem ser estabelecidas.

Além do mais, acerca da necessidade do exercício de finalidade lucrativa da pessoa jurídica fornecedora, importa reproduzir o entendimento do Superior Tribunal de Justiça, no qual dispõe que:

O reconhecimento de uma pessoa física ou jurídica ou de um ente despersonalizado como fornecedor de serviços atende aos critérios puramente objetivos, sendo irrelevantes a sua natureza jurídica, a espécie dos serviços que prestam e até mesmo o fato de se tratar de uma sociedade civil, sem fins lucrativos, de caráter beneficente e filantrópico, bastando que desempenhem determinada atividade no mercado de consumo mediante remuneração. (STJ – REsp 519.310/ SP – Terceira Turma – Rel. Min. Nancy Andriighi – j. 20.04.2004).

Ou seja, é possível a equiparação de entidades sem fins lucrativos como fornecedores de serviço, bastando a atuação no mercado de consumo mediante remuneração para se enquadrar como fornecedor de serviços, demonstrando a busca legislativa por ampliar as hipóteses de proteção consumerista. Assim, compreende-se que interessa para caracterização do fornecedor ou prestador somente o fato de ele desenvolver uma atividade, que vem a ser a soma de atos coordenados para uma finalidade específica (Tartuce, 2022).

O consumidor, por sua vez, tem sua caracterização no artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, podendo ser uma pessoa natural ou jurídica, sem qualquer distinção, nos seguintes termos: “Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (Brasil, 1990).

Em vista da interpretação do texto legal, a característica basilar da condição de consumidor é que este deve ser destinatário final do produto ou serviço. Essa qualificação desperta as maiores dúvidas a respeito da matéria, surgindo teorias divergentes, sendo a

principal das teorias, a teoria finalista.

A teoria em questão pode ser extraída no trecho final do artigo 2º, o qual menciona a necessidade do consumidor em se caracterizar como destinatário final do produto ou serviço. Portanto, a doutrina reconhece que a qualificação como consumidor depende da ideia de que o agente deve ser o destinatário final fático e econômico da relação.

Logo, para ser considerado consumidor é preciso que o adquirente seja o último da cadeia de consumo, ou seja, depois dele, não há ninguém na transmissão do produto ou do serviço. Analogamente, o consumidor não deverá utilizar o produto ou o serviço para o lucro, repasse ou transmissão onerosa (Tartuce, 2022).

Face ao exposto, denota-se que as relações de consumo estão intimamente ligadas com a condição de superioridade gozada pelo fornecedor ou prestador de serviços e produtos, que detém maior acesso a informações vinculadas ao objeto da relação jurídica, de modo que, a legislação consumerista age com o fim de providenciar garantias ao consumidor, para que este tenha seus interesses protegidos.

4.1 A relação existente entre provedores de aplicações de internet e o CDC

Conforme amplamente abordado, as redes sociais transformaram significativamente as relações de consumo no Brasil, trazendo novos desafios para a proteção do consumidor. Nesse cenário, o estudo da interação entre o Direito do Consumidor e as plataformas digitais é indispensável para a proteção do consumidor digital, utilizando uma abordagem que englobe os dispositivos do Código de Defesa do Consumidor (CDC), a responsabilidade das empresas e influenciadores digitais, e a jurisprudência sobre publicidade enganosa e fraudes nas redes.

O desenvolvimento da Internet e, posteriormente, das redes sociais, alterou de maneira drástica a forma de consumir. O alto fluxo informacional que se apresenta nos dias atuais, por meio de aparelhos eletrônicos, possibilitou uma maior facilidade e rapidez no momento da escolha e da compra, fez com que o mercado de consumo global se transformasse (Leal & Soares, 2020).

O Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) é o principal instrumento de proteção do consumidor no Brasil. Ele consagra princípios como a vulnerabilidade do consumidor (art. 4º, I), o direito à informação adequada (art. 6º, III) e a proteção contra publicidade enganosa e abusiva (art. 6º, IV; art. 37).

No contexto das redes sociais, esses princípios continuam válidos, contudo, sua aplicação demanda uma análise mais cuidadosa, considerando as especificidades do meio

digital, especialmente quando analisada a velocidade de circulação de informação e a atuação de novos agentes integrados a relação de consumo, como os influenciadores digitais.

Ao analisar a aplicabilidade das normas consumeristas às redes sociais, é preciso primeiro lembrar que o ordenamento jurídico civil tem como objetivo proteger tudo o que é lícito à pessoa, ao mesmo tempo em que busca restringir aquilo que é ilícito. Dessa forma, a legitimidade das ações é respaldada pela conduta prevista na lei, na moral e nos bons costumes, não sendo aceito qualquer comportamento que os contrarie.

Conforme explorado anteriormente, a legislação consumerista surge como uma ramificação da legislação civil, utilizando conceitos como a responsabilidade civil contratual descrita no Código Civil para criar um código focado na proteção dos consumidores, diversificando áreas em que a relação de consumo é configurada.

Desse modo, a legislação brasileira prevê diversas formas de responsabilização civil no contexto das redes sociais. A Constituição Federal, por exemplo, estabelece o direito à privacidade e à imagem, que podem ser violados por publicações indevidas. O Código Civil, por sua vez, prevê a responsabilidade objetiva por danos causados por produtos ou serviços defeituosos, o que pode incluir aplicativos e redes sociais. (Dias & Zenardi, 2022).

Ademais, conforme relata Ghani (2023, p. 17), em seu artigo 4º, o Código de Defesa do Consumidor elenca vários princípios que devem ser atendidos em observância à Política Nacional de Relações de Consumo. Entre eles, encontra-se o princípio da vulnerabilidade, que pode ser considerado o próprio fundamento do Direito do Consumidor. É com base na proteção integral do consumidor, e exercendo o seu papel de direito fundamental aliado à sua vulnerabilidade absoluta em relação aos fornecedores que surgem os meios para que a tutela integral de seus direitos seja garantida.

Posto isso, a responsabilidade dos provedores digitais está atrelada a configuração da relação de consumo, que, por sua vez, deve observar a atividade desenvolvida. Em relação ao usuário, o provedor claramente desenvolve uma relação consumerista, na qual a plataforma digital é o fornecedor e o seu usuário cumpre papel de consumidor.

Neste cenário, não há dúvidas, aplica-se o Código de Defesa do Consumidor e, por consequência, a responsabilidade civil objetiva. Todavia, as dúvidas surgem quando analisados os atos praticados por terceiros, afinal, é dificultosa a análise do grau da responsabilidade que pode ser imposta ao provedor.

Insta frisar que após o surgimento dos provedores de aplicações virtuais, constatou-se uma crescente constante no número de processos que versam sobre direitos de personalidade registrados nos tribunais brasileiros. Nesse contexto, um dos primeiros casos envolveu o piloto

de fórmula um Rubens Barrichello, que ingressou com uma ação em face da empresa Google com o objetivo de obrigar o réu a excluir da rede social Orkut conteúdo lesivo à sua imagem e honra (comunidades e perfis criados por terceiros), bem como a indenizá-lo pelos danos morais sofridos em razão da conduta ilícita de usuários do serviço e da mora em corrigir a situação (Teffé & Moraes, 2017).

Ao lançar um olhar sobre as decisões adotadas pelos tribunais brasileiros – anteriores ao Marco Civil da Internet – constatava-se grande insegurança jurídica, de forma que os tribunais divergiam em inúmeros pontos. Algumas sentenças se baseavam no defeito do serviço prestado, por dicção do artigo 14 do Código de Defesa do Consumidor, outras na configuração da exploração da rede social como atividade de risco, encontrando guarida no parágrafo único do artigo 927 do Código Civil (Filho & Souza, 2021).

Diante da divergência existente entre os tribunais à época sobre o tema, alguns magistrados passaram a adotar o entendimento de que o risco inerente à atividade de prestação de serviços informáticos justificaria a escolha pela responsabilização objetiva dos provedores, independentemente da comprovação de culpa no caso específico. Com o tempo, esse fundamento foi se consolidando como base para atribuir responsabilidade ao provedor por conteúdos publicados por terceiros, com respaldo na teoria do risco.

No entanto, o Superior Tribunal de Justiça, refutou a aplicabilidade da teoria do risco, que até então dava fundamento a maior parte das decisões proferidas país. No julgamento do REsp 1.306.066/MT, o STJ entendeu que, no caso de mensagens ofensivas inseridas no site de provedor, não é possível a incidência da regra descrita no artigo 927 do Código Civil, pois estava descaracterizada a teoria do risco inerente a atividade do fornecedor de serviços.

Paralelamente, com a perda de força da teoria utilizada em primeiro momento, ganhou espaço no cenário jurídico brasileiro a Teoria “*Notice and Take Down*”, advinda do direito norte americano. Afinal, como a popularização das redes sociais ocorreu inicialmente em território estadunidense, conseqüentemente surgiu a necessidade de criação de um sistema de responsabilidade para os provedores de internet no país, sendo os Estados Unidos a nação pioneira nesse tema (Cavalcanti, Leite & Júnior, 2018).

O referido sistema baseia-se, principalmente, no envio de uma notificação extrajudicial feita pelo titular de um direito autoral violado ao provedor, solicitando a remoção do conteúdo e o bloqueio do acesso. Desse modo, o STJ proferiu decisões exigindo o envio de notificação extrajudicial ao provedor, para que este efetuasse a remoção do conteúdo danoso, no prazo de 24 horas. Caso o provedor descumprisse com a ordem proferida, ensejaria responsabilidade solidária do provedor com o autor do ilícito pelo dano causado.

Em decorrência da insegurança jurídica causada pela divergência de julgamentos quanto a responsabilização das redes sociais e provedores de aplicativos, surgiu a Lei Federal nº 12.965, conhecida como Marco Civil da Internet. Aprovada em 2014, o dispositivo legal trouxe importantes avanços ao estabelecer princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil. No capítulo que trata da provisão de conexão e de aplicações de internet, destaca-se a Seção III, que aborda a responsabilidade por danos oriundos de conteúdos produzidos por terceiros.

4.2 O Marco Civil da Internet e a discussão quanto a responsabilidade civil das redes sociais

Absorve-se do exposto até aqui que a responsabilidade dos provedores de aplicações de internet, categoria na qual se insere o Instagram, é delineada por um complexo microsistema jurídico no Brasil, cujos pilares são o Marco Civil da Internet, o Código de Defesa do Consumidor, a Lei Geral de Proteção de Dados e, subsidiariamente, o Código Civil.

O Marco Civil da Internet ganha papel de destaque nesse cenário, pois estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil, constituindo o principal diploma normativo a reger a atuação dos provedores. Seus princípios fundamentais, como a liberdade de expressão, a proteção da privacidade e a proteção dos dados pessoais (Art. 3º do MCI), orientam a interpretação das normas atinentes à responsabilidade.

Dentro desse paradigma, o art. 19 da Lei 12.965/2014, dispõe que somente há possibilidade de o provedor de aplicações de internet ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros após ordem judicial específica, em caso de que o provedor não tome as providências para tornar indisponível o conteúdo apontado como ilícito, ressalvadas as disposições legais em contrário.

Através da análise da disposição legal em questão, constata-se que é clara a existência de responsabilidade subjetiva por omissão do provedor que se nega a retirar conteúdo lesivo de sua plataforma, após notificação judicial. No entanto, a simples notificação extrajudicial, não ensejará o dever jurídico de retirada do material, afinal, o texto legal busca assegurar a liberdade e evitar a censura privada. Por conseguinte, o Poder Judiciário foi considerado a instância legítima para a definição da ilicitude do conteúdo veiculado, porém, a remoção de conteúdo não dependerá exclusivamente de ordem judicial, pois o provedor poderá, por iniciativa própria, optar por retirar o conteúdo.

De acordo com Teffé & Moraes (2017), a justificativa pela escolha desse regime de

responsabilidade reside no fato de que a responsabilidade civil objetiva incentivaria o monitoramento privado e a exclusão de conteúdos potencialmente controvertidos, o que representaria uma indevida restrição à liberdade de expressão.

Além disso, o regime objetivo criaria uma imprevisibilidade quanto à responsabilidade do provedor, o que constituiria uma possível barreira para a inovação tecnológica, científica, cultural e social, bem como obrigaria o provedor a realizar um controle prévio de tudo aquilo que fosse postado, o que poderia ser compreendido como uma forma de censura e aumentaria os custos do serviço.

Vale lembrar que antes da entrada em vigor do Marco Civil da Internet, a jurisprudência majoritária do STJ apontava para a ótica de realização de diligência média por parte do provedor, devendo este adotar meios para promover a individualização dos usuários de seus serviços, sob pena de responsabilização, partindo em desencontro com o entendimento posterior a promulgação da Lei 12.965/2014.

Acerca dessa dicotomia de entendimentos pré e pós a entrada em vigor da referida lei, o Ministro Luis Felipe Salomão, em decisão proferida no Resp 1.512.647-MG/STJ pontou que a nova lei de regência da responsabilidade civil do provedor de internet consubstancia a responsabilidade por dano que decorre do descumprimento de ordem judicial, distanciando-se da jurisprudência anterior do STJ, a qual extraía a presença de conduta ilícita da inércia do provedor após notificação.

Nesse sentido, veja-se a redação dos arts. 18 e 19 da Lei 12.965/2014:

Art. 18. O provedor de conexão à internet não será responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros.

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 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. (Brasil, 2014).

Extraí-se do texto legal, portanto, a adoção da responsabilidade civil subjetiva do provedor, que somente será responsabilizado pelo conteúdo ofensivo gerado por terceiro e veiculado em sua plataforma após o descumprimento de ordem judicial específica. Logo, o ilícito praticado pelo provedor de aplicações virtuais consiste em um ato omissivo da remoção do conteúdo considerado prejudicial.

O posicionamento adotado pela legislação promulgada foi responsável não somente por

se contrapor ao entendimento anterior majoritariamente aceito, mas também por cingir o posicionamento doutrinário quanto ao tema. Assim, originaram-se duas correntes de pensamento opostas quanto a aceitação do disposto no Marco Civil da Internet.

Uma parte minoritária da doutrina é favorável ao posicionamento adotado pela legislação, considerando o mecanismo de responsabilização adotado louvável por assumir um posicionamento de defesa da liberdade de expressão, garantindo certa espécie de imunidade aos provedores quanto a remoção do conteúdo presente em seus sistemas.

Os adeptos dessa corrente doutrinária consideram também que o Poder Judiciário é a instância correta para a resolução de conflitos relativos à ilicitude do material veiculado nas plataformas dos provedores, de modo que a notificação judicial é requisito indispensável para a segurança das partes envolvidas em eventual problemática (Queiroz, 2018).

Nesse sentido, autores como Danilo Doneda e Patrícia Peck defendem a constitucionalidade e adequação do artigo 19 à ordem jurídica brasileira. Argumentam que a exigência de ordem judicial garante a segurança jurídica, evita abusos na remoção de conteúdos e assegura o devido processo legal. Para esses autores, permitir que os provedores decidam autonomamente sobre a licitude de conteúdos colocaria em risco a liberdade de expressão e a pluralidade de ideias no ambiente digital.

Em contraposição, doutrinadores como Ronaldo Lemos e André De Almeida Mendonça sustentam que o artigo 19, embora bem-intencionado, resulta na inefetividade da proteção de direitos da personalidade, especialmente em casos evidentes de abusos, como discurso de ódio, pornografia não consensual, racismo e incitação à violência. Para esses autores, a regra da ordem judicial deveria admitir exceções, com responsabilização direta dos provedores quando o conteúdo for manifestamente ilícito.

Devido a escolha adotada para o tipo de responsabilização, o instrumento legal recebeu duras críticas por parte da doutrina, de forma que é questionada a imposição da via judicial para a solução da problemática, alegando que essa necessidade resulta na propagação do dano, existindo uma incompatibilidade com a facilidade para o compartilhamento de conteúdo virtual e a mora na atuação judicial desse tipo de demanda. Por conseguinte, em diversos casos de lesão à privacidade, o retardo em tornar indisponível o conteúdo pode inviabilizar a reparação do dano (Godoy, 2015).

Desse modo, ganhou enfoque uma discussão quanto a inconstitucionalidade do artigo 19 da Lei 12.965/2014, afinal, parte da doutrina define o regime de responsabilidade civil do provedor introduzido pelo Marco Civil da Internet como um verdadeiro retrocesso para a legislação brasileira, visto que estabelece um sistema engessado para a responsabilização e cria

uma proteção para as empresas provedores, indo em total oposição aos preceitos de defesa do consumidor.

Em vista da discussão em questão, encontra-se atualmente pendente de julgamento no Supremo Tribunal Federal o Recurso Extraordinário nº 1.037.396/SP, cuja repercussão geral foi reconhecida em 2018. Trata-se do Tema 987, que versa sobre a análise da constitucionalidade do artigo 19 da Lei do Marco Civil da Internet, o qual estabelece que a responsabilização civil dos provedores de internet está condicionada à existência de ordem judicial prévia e específica determinando a remoção do conteúdo.

Assim uma corrente defende a constitucionalidade do artigo no fato de que tais provedores devem prezar pelo princípio da liberdade de expressão e da manifestação do pensamento com base no artigo 3º da própria Lei. Por outro lado, a defesa pela inconstitucionalidade requer o retorno ao mecanismo anterior de responsabilização objetiva, quando bastava a simples notificação extrajudicial do ofendido e a comprovação do dano, dispensando a necessidade de ordem judicial (Filho & Souza, 2021).

A legislação em vigor sofre, portanto, com duras críticas quanto a necessidade de intervenção judicial para a retirada de conteúdo ofensivo, sendo que, recentemente, a questão teve repercussão geral reconhecida pelo STF através do Tema 533 – Dever de empresa hospedeira de sítio na internet fiscalizar o conteúdo publicado e de retirá-lo do ar quando considerado ofensivo, sem intervenção do Judiciário, que se encontra em julgamento.

De semelhante forma, cabe destacar o Tema 987 - Discussão sobre a constitucionalidade do art. 19 da Lei n. 12.965/2014 (Marco Civil da Internet) que determina a necessidade de prévia e específica ordem judicial de exclusão de conteúdo para a responsabilização civil de provedor de internet, websites e gestores de aplicativos de redes sociais por danos decorrentes de atos ilícitos praticados por terceiros. Ao julgar o tema supramencionado, através do RE 1037396 RG/SP, o Tribunal, por maioria, reputou constitucional a questão, vencido o Ministro Edson Fachin.

Quanto aos casos práticos atrelados aos temas, no RE 1037396 (Tema 987), relatado pelo ministro Dias Toffoli, o Facebook Serviços Online do Brasil Ltda. questiona decisão do Tribunal de Justiça de São Paulo (TJ-SP) que determinou a exclusão de um perfil falso da rede social. Outrossim, no RE 1057258 (Temas 533), relatado pelo ministro Luiz Fux, o Google Brasil Internet S.A. contesta decisão que a responsabilizou por não excluir do Orkut uma comunidade criada para ofender uma pessoa e determinou o pagamento de danos morais. Destaca-se que, nos dois casos, os relatores rejeitaram os recursos apresentados pelas empresas.

Ademais, além dos dois casos de repercussão geral, está inserido na agenda da corte um

terceiro processo relacionado a discussão, que está sob a relatoria do ministro Edson Fachin, bem como, na ADPF 403, os magistrados vão discutir se é possível o bloqueio de aplicativos por decisões judiciais ou se a intervenção do Judiciário ofende os direitos à liberdade de expressão e de comunicação.

Face a todo o exposto, é mister trazer à tona a discussão quanto a disposição de ferramentas por parte das provedoras de aplicações virtuais, especialmente, o Instagram. Extrai-se isso das disposições do termo de serviços do aplicativo, anteriormente abordado no presente trabalho, o qual admite a capacidade do provedor de retirar de circulação conteúdo considerado ofensivo.

Desse modo, afirma-se que a rede social dispõe de ferramentas para a remoção de quaisquer conteúdos classificados como impróprios ou violadores de direitos de terceiros, tendo o fornecedor capacidade e autonomia para remover essas informações sem necessidade de informações adicionais ou denúncia de autoria de terceiro.

Percebe-se então que, novamente, a forma de responsabilização adotada pelo Marco Civil da Internet soa muito mais como uma limitação técnica para a ação legal do que com um dispositivo de responsabilização eficaz, visto que dificulta a tarefa de reparar o dano sofrido por usuários das plataformas digitais.

Porquanto, o modelo adotado pelo Marco Civil da Internet, apesar de ser revolucionário por trazer hipóteses expressas de medidas de responsabilização civil dos provedores de aplicações virtuais, ainda deixa a desejar e é alvo de críticas por condicionar a retirada de conteúdo lesivo a necessidade de ordem judicial e não apresentar sanções às plataformas digitais.

4.3 A jurisprudência brasileira acerca da responsabilização civil das redes sociais

Através da análise dos dispositivos legais e doutrina, extrai-se que a principal base legal para a discussão sobre a responsabilidade das redes sociais encontra-se no Código Civil Brasileiro, nos artigos 186 e 927, que tratam da obrigação de reparar o dano causado a outrem. Além disso, o Marco Civil da Internet estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil, incluindo regras específicas sobre a responsabilidade dos provedores de aplicações.

O artigo 19 do Marco Civil é especialmente relevante, pois determina que o provedor de aplicações somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências

para torná-lo indisponível.

Contudo, na área da responsabilidade civil, é de nota-se que os textos normativos previstos no diploma civilista seriam insuficientes em face da diversidade de meios e da complexidade das formas de injúria capazes de ensejar indenização por dano patrimonial ou extrapatrimonial. Portanto, doutrina e jurisprudência agregaram-se para preencher tais lacunas e evitar a aparição de inseguranças legislativa (Braga & Rover, 2011).

Ocorre que, no presente caso, a responsabilização das redes sociais por fraudes e outras espécies de danos causados por terceiros tem sido alvo de discussão, especialmente após o posicionamento questionável da Lei 12.965/2014, que optou por favorecer a atividade empresarial em detrimento a proteção do consumidor, logo, passa-se a uma análise mais profunda da jurisprudência pátria quanto ao tema.

Em um primeiro momento, constata-se que a jurisprudência brasileira tem adotado, majoritariamente, a responsabilidade subjetiva das redes sociais, exigindo a comprovação de culpa para caracterizar o dever de indenizar. Contudo, há decisões que admitem a responsabilidade objetiva em situações específicas, como nos casos em que a plataforma falha sistematicamente na implementação de mecanismos de segurança mínimos ou se beneficia diretamente da atividade fraudulenta.

Casos envolvendo perfis falsos e golpes financeiros - como os de clonagem de WhatsApp ou perfis falsos no Instagram vendendo produtos inexistentes - são os mais recorrentes. Desse modo, a jurisprudência vem reconhecendo a obrigação das plataformas de agir com diligência assim que notificadas sobre a irregularidade, de modo que a demora ou inércia pode configurar falha na prestação do serviço e ensejar indenização por danos materiais e morais.

Vale destacar, quanto ao tema, o intenso embate que ganhou destaque internacional no ano de 2024, envolvendo Elon Musk, bilionário proprietário da rede social X, e o ministro do Supremo Tribunal Federal Alexandre de Moraes, responsável por diversos inquéritos sobre desinformação e ataques às instituições democráticas brasileiras. O conflito em questão evidenciou tensões entre os limites da liberdade de expressão, o papel regulador do Judiciário brasileiro e a atuação de plataformas digitais globais, relacionando-se diretamente com a responsabilização dos provedores de aplicações virtuais.

Isso ocorre, pois, o conflito expôs a tensão existente em tentar estabelecer o limite da liberdade de expressão em ambientes digitais, afinal, Musk se apresenta como um defensor intransigente do Direito de expressão, inclusive com uma postura mais permissiva na moderação de conteúdo veiculado na rede social X. Em contrapartida, o STF, por meio do

ministro Moraes, sustenta que liberdade não pode ser confundida com impunidade, especialmente quando se trata da propagação de conteúdo danoso.

A disputa em questão gerou repercussões no Brasil e no exterior, de forma que diversos juristas brasileiros defenderam a atuação do STF como fundamental para a proteção do Estado Democrático de Direito, especialmente após os ataques de 8 de janeiro de 2023, quando grupos extremistas invadiram e depredaram os prédios dos Três Poderes em Brasília (Silva, 2025).

Nesse contexto, transcreve-se parte da decisão proferida em sede do INQUÉRITO 4.874 DISTRITO FEDERAL, pelo Ministro Alexandre de Moraes:

As atividades desenvolvidas na internet são regulamentadas no Brasil, em especial, pela Lei 12.965/14 ("Marco Civil da Internet"), destacando-se que tais atividades também estão sujeitas ao princípio da inafastabilidade jurisdicional (art. 5º, XXXV, CF), conforme previsto expressamente em diversos dispositivos da referida lei, por exemplo: para fins de quebra de sigilo de dados ou de comunicações (art. 7º, II e III, e art. 10), para deixar indisponível o conteúdo ilícito gerado por terceiros (arts. 19 e 20), e para obter prova em processo judicial (art. 22). O ordenamento jurídico brasileiro prevê, portanto, a necessidade de que as empresas que administram serviços de internet no Brasil atendam todas as ordens e decisões judiciais, inclusive as que determinam o fornecimento de dados pessoais ou outras informações que possam contribuir para a identificação do usuário ou do terminal, ou ainda, que determinem a cessação da prática de atividades ilícitas, com bloqueio de perfis. (...) Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada devem absoluto respeito à Constituição Federal, à Lei e à Jurisdição Brasileira. A dignidade da pessoa humana, a proteção à vida de crianças e adolescentes e a manutenção dos Estado Democrático de Direito estão acima dos interesses financeiros dos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada. (...) Nesse sentido, conforme ressaltado, em decisão do dia 2/5/2023, nos autos do Inquérito 4.781/DF, a real, evidente e perigosa INSTRUMENTALIZAÇÃO CRIMINOSA dos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada para a mais ampla prática de atividades criminosas nas redes sociais, inclusive atentatórias ao regime democrático brasileiro, poderia configurar responsabilidade civil e administrativas das empresas, além da responsabilidade penal de seus administradores por instigação e participação criminosa nas condutas investigadas, tanto nos Inquéritos 4.781 e 4.874.

(BRASIL, Supremo Tribunal Federal. Inquérito 4874. Autor: Ministério Público Federal, Relator(a): Min. ALEXANDRE DE MORAES. Brasília, 07 de abril de 2024).

Dessa forma, é notório que as questões envolvendo responsabilização civil e conteúdo veiculado em redes sociais estão mais em alta do que nunca. Ademais, corroboram a popularidade do tema a enorme quantidade de crimes virtuais e fraudes ocorridas em ambiente virtual, trazendo o tema aos holofotes.

4.3.1 A jurisprudência das cortes superiores

Averiguada a relevância crescente das hipóteses de responsabilização das redes sociais pelo conteúdo danoso veiculado por terceiros, bem como a divergência doutrinária quanto à constitucionalidade do art. 19 do Marco Civil da Internet, mostra-se necessária a análise da jurisprudência pátria recente para extinguir as dúvidas quanto ao tema.

Todavia, para compreender mais amplamente as questões envolvidas na responsabilização dos provedores de aplicações de internet, é preciso lançar um olhar sobre o posicionamento majoritário concebido em momento anterior a entrada em vigor da Lei nº 12.965/2014.

Conforme extensamente descrito anteriormente, em um momento anterior a entrada em vigor do Marco Civil da Internet, a responsabilização civil dos provedores de aplicações de internet no Brasil era marcada por insegurança jurídica e interpretações divergentes nos tribunais, dada a ausência de uma legislação específica sobre o tema. A regulação se dava, de forma difusa, com base nos princípios gerais do Código Civil (Lei nº 10.406/2002), no Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), e em precedentes jurisprudenciais.

Dentre os principais posicionamentos jurisprudenciais adotados nesse período, destaque-se a decisão proferida no julgamento do ARE 660861 RG, no qual o relator – Ministro Luiz Fux – proferiu decisão que fixou o Tema 533 do STF, determinando a existência de um dever da empresa provedora em fiscalizar o conteúdo divulgado em sua plataforma e retirá-lo sem interferência necessária do Poder Judiciário, conforme os seguintes termos:

GOOGLE – REDES SOCIAIS – SITES DE RELACIONAMENTO – PUBLICAÇÃO DE MENSAGENS NA INTERNET – CONTEÚDO OFENSIVO – RESPONSABILIDADE CIVIL DO PROVEDOR – DANOS MORAIS – INDENIZAÇÃO – COLISÃO ENTRE LIBERDADE DE EXPRESSÃO E DE INFORMAÇÃO vs. DIREITO À PRIVACIDADE, À INTIMIDADE, À HONRA E À IMAGEM. REPERCUSSÃO GERAL RECONHECIDA PELO PLENÁRIO VIRTUAL DESTA CORTE.

(ARE 660861 RG, Relator(a): LUIZ FUX, Tribunal Pleno, julgado em 22-03-2012, PROCESSO ELETRÔNICO DJe-219 DIVULG 06-11-2012 PUBLIC 07-11-2012)

O caso fático em questão, se trata de um Agravo interposto em face de decisão que inadmitiu Recurso Extraordinário, o qual se volta contra acórdão proferido em sede de recurso inominado, que manteve a sentença de procedência da ação originária. Na origem, a Google foi condenada ao pagamento de indenização por danos morais à parte recorrida, em razão da criação de conteúdo ofensivo por terceiros na plataforma de relacionamentos Orkut. Além da reparação pecuniária, o Agravante foi igualmente condenado à remoção da página considerada ofensiva da internet.

A principal tese adotada no julgamento foi a de que o fato do conteúdo ter sido elaborado por terceiros não exclui a responsabilidade da provedora em fiscalizar o conteúdo que é

publicado em sua plataforma e se os usuários estão observando as políticas elaboradas pelo próprio site.

Nota-se, portanto, que a decisão proferida está em maior consonância com os princípios trazidos pelo Direito do Consumidor, responsabilizando o provedor por sua omissão em fiscalizar o conteúdo veiculado em sua plataforma, com o objetivo de garantir o cumprimento dos direitos dos usuários do site.

Em contrapartida, com a entrada em vigor da Lei nº 12.965/2014, inaugurou-se no Brasil um regime jurídico para a responsabilização civil dos provedores de aplicações de internet, afinal, o artigo 19 do Marco Civil estabelece que o provedor de aplicações não será responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros, desde que não tenha conhecimento efetivo do conteúdo ilícito, remova ou indisponibilize o conteúdo no prazo legal após notificação válida e observe os procedimentos técnicos e prazos previstos pela norma.

Dessa maneira, o Marco Civil veda imposição de obrigação genérica de monitoramento prévio, ou seja, os provedores de aplicações não estão obrigados a fazer varredura permanente em seus bancos de dados em busca de conteúdos ilícitos. Nota-se assim, uma mudança completa de rumo quanto ao Tema 533 do STF, desonerando os provedores da necessidade de fiscalizar constantemente o conteúdo publicado em seus sites.

É evidente, portanto, que o art. 19 do Marco Civil da Internet instituiu um regime de isenção de responsabilidade civil dos provedores de aplicações por conteúdo gerado por terceiros, condicionando-o à notificação prévia do usuário responsável e à remoção do material em prazo específico. Nesse sentido, o referido dispositivo gerou críticas quanto ao desequilíbrio na relação entre consumidores e provedores, bem como levantou debate acerca de sua compatibilidade com a Constituição Federal.

Nesse cenário de mudança de paradigmas, adentrando ao tema da responsabilização das redes sociais pelo conteúdo lesivo publicado por terceiros após a entrada em vigor do Marco Civil da Internet, interessa mencionar o julgamento do REsp 1383354 / SP, proferido pela Ministra Nancy Andrighi. A decisão em questão foi responsável por indeferir recurso especial interposto por parte do processo e por decidir que as plataformas virtuais que oferecem um serviço por meio do qual se possibilita o anúncio para venda de produtos, devem ter o cuidado de propiciar meios para que se possa identificar cada um dos usuários, a fim de que eventuais ilícitos não caiam no anonimato, veja-se:

CIVIL E COMERCIAL. COMÉRCIO ELETRÔNICO. SITE VOLTADO PARA A INTERMEDIÇÃO DE VENDA E COMPRA DE PRODUTOS.

VIOLAÇÃO DE MARCA. INEXISTÊNCIA. PRINCÍPIO DO EXAURIMENTO DA MARCA. APLICABILIDADE. NATUREZA DO SERVIÇO. PROVIDORIA DE CONTEÚDO. PRÉVIA FISCALIZAÇÃO DA ORIGEM DOS PRODUTOS ANUNCIADOS. DESNECESSIDADE. RISCO NÃO INERENTE AO NEGÓCIO. CIÊNCIA DA EXISTÊNCIA DE VIOLAÇÃO DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. REMOÇÃO IMEDIATA DO ANÚNCIO. DEVER. DISPONIBILIZAÇÃO DE MEIOS PARA IDENTIFICAÇÃO DE CADA USUÁRIO. DEVER.

(...)

2. O serviço de intermediação virtual de venda e compra de produtos caracteriza uma espécie do gênero provedoria de conteúdo, pois não há edição, organização ou qualquer outra forma de gerenciamento das informações relativas às mercadorias inseridas pelos usuários.

3. Não se pode impor aos sites de intermediação de venda e compra a prévia fiscalização sobre a origem de todos os produtos anunciados, na medida em que não constitui atividade intrínseca ao serviço prestado.

4. Não se pode, sob o pretexto de dificultar a propagação de conteúdo ilícito ou ofensivo na web, reprimir o direito da coletividade à informação. Sopesados os direitos envolvidos e o risco potencial de violação de cada um deles, o fiel da balança deve pender para a garantia da liberdade de informação assegurada pelo art. 220, § 1º, da CF/88, sobretudo considerando que a Internet representa, hoje, importante veículo de comunicação social de massa.

(...)

6. Ao oferecer um serviço virtual por meio do qual se possibilita o anúncio para venda dos mais variados produtos, deve o intermediador ter o cuidado de propiciar meios para que se possa identificar cada um dos usuários, a fim de que eventuais ilícitos não caiam no anonimato. Sob a ótica da diligência média que se espera desse intermediador virtual, deve este adotar as providências que, conforme as circunstâncias específicas de cada caso, estiverem ao seu alcance para a individualização dos usuários do site, sob pena de responsabilização subjetiva por culpa in omittendo.

7. Recurso especial a que se nega provimento.

(REsp n. 1.383.354/SP, relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 27/8/2013, DJe de 26/9/2013).

A decisão em questão demonstra a inclinação das decisões em responsabilizar os usuários que utilizam as plataformas de venda digital para cometimento de ilícitos, retirando a responsabilidade do provedor da plataforma - que cumpre um papel de intermediador de compra e venda - de forma que o provedor deve adotar providências para identificar os anunciantes, sob pena de responsabilização solidária caso não identifique o autor do dano precisamente.

Em contrapartida, a referida decisão também define que não é possível impor ao provedor de aplicações que opere a fiscalização prévia de todos os produtos anunciados em sua plataforma de intermediação de compras e vendas, pois, esta tarefa não constitui atividade intrínseca ao serviço prestado.

Fica obscura, portanto, a natureza da relação jurídica estabelecida entre a plataforma anunciante e o usuário lesado, visto que mesmo que configurada a relação de consumo, eventual responsabilização da plataforma é limitada. Isso é evidenciado pela determinação de que a

plataforma somente será responsabilizada se constatada a ausência de informações que identifiquem o usuário que propagou o conteúdo danoso.

Logo, há possibilidade de reconhecimento da relação de consumo entre o usuário que utilize a plataforma para venda e o provedor da aplicação virtual, ocorrendo, inclusive, hipóteses em que há responsabilização objetiva do provedor. Desse modo, constata-se que é possível que os provedores de aplicações sejam responsabilizados à luz do CDC pela falha na prestação de seus serviços.

Quanto a constatação de falha na prestação dos serviços envolvendo fraude perpetrada com relação a plataforma de venda online, interessa ressaltar a Decisão Monocrática proferida ARE 1476799 / PR, pelo Relator Ministro Luís Roberto Barroso. A decisão em questão afirma que não há falha na prestação do serviço e, conseqüentemente, dever de indenizar por parte da provedora de aplicação virtual de vendas, quanto não utilizadas diretamente as ferramentas da plataforma, conforme averigua-se:

RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DE COMPENSAÇÃO POR DANOS MATERIAIS E MORAIS. AQUISIÇÃO DE VEÍCULO CLONADO ANUNCIADO À VENDA NA PLATAFORMA OLX. FALHA NA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS. INEXISTÊNCIA. FATO EXCLUSIVO DE TERCEIRO. ROMPIMENTO DO NEXO CAUSAL. (...) Os sites classificados auferem receita por meio de anúncios publicitários, não cobrando comissão pelos negócios celebrados. Não se lhes pode impor a responsabilidade de realizar a prévia fiscalização sobre a origem de todos os produtos, por não se tratar de atividade intrínseca ao serviço prestado. Todavia, sob a ótica da diligência média que se espera do provedor, é razoável exigir que mantenham condições de identificar cada um de seus anunciantes, a fim de que nenhum ilícito caia no anonimato. Logo, o site de classificados não responde por vícios ou defeitos do produto ou serviço. Por outro lado, os sites de intermediação são remunerados pelos serviços prestados, geralmente por uma comissão consistente em percentagem do valor da venda. Assim, a depender do contexto, a OLX poderá enquadrar-se como um simples site de classificados ou, então, como uma verdadeira intermediária. 5. Para o surgimento do dever de indenizar, é indispensável que haja um liame de causalidade entre a conduta do agente e o resultado danoso. Nessa linha, caso verificado o fato exclusivo de terceiro, haverá o rompimento do nexo causal entre o prejuízo e aquele a quem se atribui a autoria (art. 14, § 3º, II, do CDC). 6. No particular, os recorridos adquiriram um veículo que havia sido anunciado na plataforma da recorrente (OLX). Após concluída a transação, tomaram conhecimento de que se tratava de automóvel clonado. No entanto, a operação de compra e venda do veículo foi concretizada integralmente fora da plataforma, não tendo o fraudador utilizado nenhuma ferramenta colocada à disposição pela recorrente. Tal circunstância evidencia que, na hipótese, a OLX funcionou não como intermediadora, mas como mero site de classificados. A fraude perpetrada caracteriza-se como de fato de terceiro que rompeu o nexo causal entre o dano e o fornecedor (art. 14, § 3º, II, do CDC). 7. Recurso especial conhecido e provido. (ARE 1476799/PR, relator Ministro Luís Roberto Barroso, Julgamento em 05/02/2024, Publicação em 06/02/2024)

O posicionamento adotado pelo ministro define que fraude perpetrada no caso em questão se caracteriza como de fato de terceiro que rompeu onexo causal entre o dano e o fornecedor, configurando hipótese descrita no art. 14, § 3º, II, do CDC. Desse modo, não é possível estabelecer que houve falha na prestação de serviços por parte da provedora de aplicação virtual, de forma que a plataforma não cumpriu papel de intermediadora na negociação fraudulenta.

Isso ocorre, pois, para o surgimento do dever de indenizar, é indispensável que haja um liame de causalidade entre a conduta do agente e o resultado danoso. No caso em questão, a compra e venda que resultou no dano experimentado pela vítima se concretizou em ambiente exterior a plataforma da provedora de aplicação virtual, isentando esta da responsabilidade pelo ocorrido.

Nota-se, assim, novamente o afastamento do CDC para a tutela dos direitos das vítimas lesadas pela fraude, bem como o afastamento da responsabilização da plataforma, mesmo que o anúncio fraudulento possuía origem em um anúncio veiculado na plataforma de vendas da provedora de aplicações virtuais. Extrai-se, portanto, que somente haveria responsabilização da provedora caso a negociação fraudulenta ocorresse com uso de ferramentas fornecidas pela plataforma de vendas, de maneira que a empresa provedora se qualificasse como intermediadora da negociação.

Além do mais, analisando demais julgados proferidos pelo Superior Tribunal de Justiça, vê-se a adoção do posicionamento de que a remoção de conteúdo danoso de plataformas virtuais é condicionada a indicação individualizada do endereço eletrônico, por iniciativa da parte lesada, em que consta o conteúdo que viola seu direito. O seguinte posicionamento pode ser encontrado em julgados como o acórdão proferido no julgamento do AgInt nos EDcl no REsp n. 2.032.567/SP, o qual possui como relator o Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, conforme disposto abaixo:

AGRAVO INTERNO NOS EMBARGOS DE DECLARAÇÃO NO RECURSO ESPECIAL. PROVEDOR DE BUSCA. RETIRADA DE CONTEÚDO DA INTERNET. URL. NECESSIDADE DE INDICAÇÃO. ORDEM JUDICIAL ESPECÍFICA. MONITORAMENTO PRÉVIO. IMPOSSIBILIDADE. INVERSÃO DOS HONORÁRIOS SUCUMBENCIAIS. CONSEQUÊNCIA LÓGICA.

1. A ordem que determina a retirada de um conteúdo da internet deve ser proveniente do poder judiciário e, como requisito de validade, deve ser identificada claramente.
2. Cabe ao ofendido individualizar o que lhe interessa e fornecer a URL para retirada do conteúdo, sendo que, somente se o autor do dano se negar a retirar o conteúdo ofensivo, o provedor de busca poderá ser responsabilizado, após ordem judicial específica.
3. Não é possível a imposição da genérica obrigação de remover dos resultados

de buscas conteúdos alegadamente ofensivos à imagem e à honra de terceiro.
4. A inversão dos honorários sucumbenciais é consequência lógica do provimento dado aos recursos especiais das agravadas.

5. Agravo interno não provido.

(AgInt nos EDcl no REsp n. 2.032.567/SP, relator Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, Terceira Turma, julgado em 14/10/2024, DJe de 17/10/2024.)

Por este posicionamento, torna-se claro que, além da necessidade de notificação extrajudicial para que ocorra a retirada de conteúdo danoso das plataformas provedoras de aplicações virtuais, impõem-se a parte prejudicada a obrigação de especificar e individualizar detalhadamente qual o conteúdo ofensor.

Novamente, o ônus probatório recai sobre o ofendido, não havendo concessão da benesse da inversão de ônus trazida pelo Código de Defesa do Consumidor. Por conseguinte, evidencia-se o favorecimento do princípio da liberdade de expressão em detrimento ao princípio da defesa do consumidor no sopesamento destes durante o julgamento de casos que envolvam a disseminação de conteúdo lesivo.

Todavia, ao exigir que cada publicação ofensiva seja indicada individualmente, o dispositivo legal dificulta a remoção célere de conteúdos replicados massivamente, como ocorre em casos de campanhas de desinformação ou de disseminação de anúncios fraudulentos em grande escala. A natureza viral das redes sociais faz com que a reiteração de postagens danosas ocorra em escala e velocidade incompatíveis com a tramitação judicial tradicional, tornando a resposta jurisdicional, muitas vezes, inócua.

Desse modo a obrigação de apontamento minucioso do conteúdo pode inviabilizar a tutela judicial efetiva, especialmente para vítimas que não possuem condições técnicas ou recursos para identificar todas as URLs ou postagens ofensivas. Isso ocorre, pois, a redação atual do art. 19 não contempla mecanismos de moderação automatizada, os quais poderiam ser utilizados, sob supervisão judicial, para remoção de conteúdo similar ou derivado, com base em padrões reconhecíveis.

Assim, a vedação à responsabilização objetiva das plataformas em razão da exigência de ordem judicial com especificação precisa contribui para a criação de um ambiente de relativa impunidade digital. Afinal, não é difícil deduzir que as plataformas deixam de agir preventivamente ou de forma cooperativa sob o argumento de que não receberam notificação judicial adequada, ainda que o conteúdo seja evidentemente ilícito.

Evidencia-se, dessa maneira, a adoção de um sistema falho pelo Marco Civil da Internet, de maneira que, o posicionamento majoritário da jurisprudência pátria, ao buscar o estrito cumprimento das disposições trazidas pela lei, adota práticas ultrapassadas para determinar a existência de responsabilização das plataformas e até mesmo para providenciar a remoção de

conteúdo claramente lesivo.

4.3.2 A jurisprudência do Tribunal de Justiça de Mato Grosso do Sul

Quanto a jurisprudência mais regionalizada, ou seja, proveniente do Tribunal de Justiça de Mato Grosso do Sul (TJMS), encontra-se uma decisão interessante, especialmente por figurar no polo passivo desta o facebook, que se trata de provedor de aplicações virtuais pertencente a Meta Inc., assim como o Instagram. No caso, trata-se de uma ação indenizatória com pedidos de condenação da empresa provedora em obrigação de fazer e em indenização moral, julgada da seguinte forma:

APELAÇÃO CÍVEL – AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER C.C. DANOS MORAIS – PROVEDOR DE SERVIÇOS DE INTERNET – FACEBOOK BRASIL – RESPONSABILIDADE SUBJETIVA AFASTADA PELA LEI DO MARCO CIVIL DA INTERNET – OBRIGATORIEDADE DE MANUTENÇÃO DE REGISTROS DE ACESSO DOS USUÁRIOS PELO PRAZO DE 6 MESES MESMO EM CASO DE EXCLUSÃO DA INTERFACE – DESCUMPRIMENTO – IMPOSSIBILIDADE DE FORNECIMENTO DOS DADOS – CONVERSÃO EM PERDAS E DANOS – RECURSO CONHECIDO E PARCIALMENTE PROVIDO. Com o advento da Lei n. 12.965/2014, que Instituiu o Marco Civil da Internet no Brasil, somente deve ocorrer a responsabilização civil dos provedores de internet quando houver omissão no cumprimento de determinação judicial para tornar indisponível o conteúdo ofensivo, situação não verificada na hipótese. A Lei do Marco Civil, a despeito de isentar da responsabilização civil, tratou de determinar que os provedores de aplicação devem manter registros de acessos de seus usuários por, no mínimo, seis meses, conforme dispõe o art. 15, ainda que a interface (perfil do usuário) seja excluída. Diante da impossibilidade de fornecimento dos dados, nos termos do art. 499 do CPC, a obrigação deve ser convertida em perdas e danos, a ser liquidada em incidente próprio. Recurso conhecido e parcialmente provido. A C Ó R D ã O Vistos, relatados e discutidos estes autos, ACORDAM, em sessão permanente e virtual, os(as) magistrados(as) do(a) 1ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça de Mato Grosso do Sul, na conformidade da ata de julgamentos, a seguinte decisão: Por unanimidade, deram parcial provimento ao recurso, nos termos do voto do relator. (TJMS. Apelação Cível n. 0812349-25.2019.8.12.0002, Dourados, 1ª Câmara Cível, Relator (a): Juiz Luiz Antônio Cavassa de Almeida, j: 17/01/2021, p: 18/01/2021).

Analisando mais detalhadamente o caso, verifica-se que se trata de uma apelação cível interposta com a pretensão de reformar a sentença proferida em primeiro grau, que julgou improcedente a ação. A questão mais relevante para o presente trabalho no julgado em questão é obrigação da empresa provedora em manter armazenados os dados dos usuários pelo prazo de 6 meses, mesmo nos casos de exclusão do perfil do usuário.

Sabe-se que, através da interpretação do art. 15 da Lei n. 12.965/2014, o provedor de aplicações de internet está obrigado a manter os registros de acesso a aplicações de internet, em

ambiente controlado e de segurança, pelo prazo de 6 (seis) meses. Ademais, a legislação dispõe que a aplicação de sanções pelo descumprimento ao disposto no art. 15 do referido código legal, será determinada com base na natureza e a gravidade da infração e os danos resultantes dela.

Logo, conclui-se pela imposição de sanção ao provedor, caso este não disponha ou se recuse a fornecer as informações necessárias para a responsabilização do terceiro causador do dano. Contudo, as sanções em questão não estão descritas no dispositivo legal. Essa omissão quanto as sanções, aliada ao posicionamento legal e jurisprudencial de afastamento da responsabilidade civil dos provedores, torna dificultoso determinar quais medidas podem ser tomadas para coibir o comportamento das empresas através de determinações judiciais que desencorajem a repetição dessa falha.

No caso analisado, a medida adotada para sancionar o provedor de aplicação foi a conversão da obrigação de fornecimento de dados em perdas e danos a favor da parte requerente, devendo a condenação ser liquidada em incidente próprio. A determinação em questão foi pautada nas disposições do art. 499 do CPC, visto que não seria possível a execução da obrigação de fornecimento dos dados específicos da URL do usuário causador do dano, por este ter apagado o perfil.

A decisão do TJMS representa um importante precedente sobre a atuação das plataformas digitais em território regional e nacional. Afinal, a condenação em perdas e danos, embora não vinculada diretamente ao conteúdo ofensivo, demonstra que as redes sociais não estão imunes à responsabilização civil, sobretudo quando deixam de cumprir normas específicas previstas no ordenamento jurídico nacional.

Posto tudo isso, nota-se que a jurisprudência mais recente do Supremo Tribunal Federal tem reafirmado que a responsabilização civil de provedores de aplicação depende de ordem judicial prévia, conforme discutido nos Recursos Extraordinários 1.037.396 (Tema 987) e 1.057.258 (Tema 533). Por sua vez, o Superior Tribunal de Justiça consolidou o entendimento de que a responsabilidade subjetiva das redes sociais só se configura se, após ordem judicial específica, a plataforma retardar ou negar indevidamente a retirada do conteúdo ofensivo, hipótese exemplificada pelo REsp 1.993.896. Ainda que permitida a moderação voluntária dos termos de uso sem decisão judicial (REsp 2.139.749), o sistema reforça o formalismo e a morosidade no combate a conteúdos danosos.

Sendo assim, extrai-se que o modelo jurisprudencial brasileiro reforça os principais defeitos apontados ao Marco Civil da Internet, através de moras e formalismos excessivos, de forma que a obrigatoriedade de ordem judicial inviabiliza respostas céleres contra discurso de ódio, fraudes e fake News.

De semelhante forma, há nítido desestímulo da legislação à autorregulação das plataformas, visto que ao condicionar a responsabilização somente a ato omissivo pós-decisão, reduz-se o incentivo das plataformas a aprimorar mecanismos internos de moderação e transparência, capazes de suprimir a ocorrência de crimes virtuais.

Inclusive, mesmo em casos em que há descumprimento de normativa que estabelece obrigação de manutenção de registros por parte da empresa provedora, a possibilidade de imposição de sanção é nebulosa e pouco capaz de gerar consequências que estimulem as empresas a intensificar suas atividades de monitoramento de dados para evitar a ocorrência de danos a seus usuários e a consequente judicialização do conflito.

Por conseguinte, a jurisprudência pátria majoritária falha na defesa dos direitos dos usuários das redes sociais, pois, consolida a necessidade de ordem judicial prévia para a responsabilização das empresas provedoras, reforçando as limitações e retrocessos do próprio Marco Civil da Internet. Esse cenário destaca a urgência de reformas legislativas que conciliem a efetividade da tutela dos direitos individuais com a dinâmica própria do ambiente digital, promovendo mecanismos mais céleres e eficientes de retirada de conteúdos ilícitos e danosos.

5 A EXPERIÊNCIA DA LEGISLAÇÃO ESTRANGEIRA QUANTO AO TEMA

Nota-se que o Brasil, por meio da Lei nº 12.965/2014, conhecida como Marco Civil da Internet, estabeleceu um regime específico para a responsabilidade dos provedores de aplicações de internet por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros. O artigo 19 do MCI condiciona, como regra geral, a responsabilização civil do provedor à sua inércia após o recebimento de uma ordem judicial específica que determine a remoção do conteúdo apontado como infringente.

A responsabilização das plataformas por conteúdo de terceiros envolve um delicado balanceamento de interesses. Por um lado, responsabilizar excessivamente os provedores poderia levar ao fenômeno conhecido como "*chilling effect*", onde, por receio de litígios, as plataformas adotariam posturas excessivamente cautelosas na moderação de conteúdo, removendo ou bloqueando manifestações legítimas e restringindo indevidamente a liberdade de expressão e o fluxo de informações. Isso também poderia inviabilizar economicamente modelos de negócio baseados em UGC.

Por outro lado, a ausência de qualquer responsabilidade ou a imposição de barreiras muito elevadas para sua configuração pode deixar as vítimas de ilícitos online desamparadas, dificultando a remoção do conteúdo prejudicial e a obtenção de reparação. Além disso, poderia criar um incentivo negativo para que as plataformas invistam em mecanismos eficazes de moderação e segurança. Encontrar o ponto de equilíbrio é o grande desafio regulatório.

O principal fundamento do artigo 19, explicitado no próprio caput, é a proteção da liberdade de expressão e a prevenção da censura privada. Ao exigir uma ordem judicial, o legislador buscou transferir para o Poder Judiciário, e não para as empresas privadas, a delicada tarefa de avaliar a licitude de um conteúdo e determinar sua remoção. Evita-se, assim, que as plataformas removam conteúdos de forma excessiva ou arbitrária por medo de serem processadas (o "*chilling effect*"). Garante-se, em tese, o devido processo legal e o contraditório antes da restrição a uma manifestação.

As críticas a esse modelo, no entanto, concentram-se principalmente no potencial lentidão do processo judicial. Vítimas de ofensas graves, como difamação ou discurso de ódio, podem ter que aguardar meses ou até anos por uma decisão judicial definitiva (ou mesmo uma liminar) para ver o conteúdo removido, enquanto o dano continua a se propagar. Argumenta-se que isso cria uma barreira significativa para a efetiva reparação e proteção dos direitos da personalidade. Além disso, o sistema sobrecarrega o Judiciário com demandas que, em outros modelos, poderiam ser resolvidas (ao menos inicialmente) por mecanismos extrajudiciais ou

pela própria plataforma.

Assim, tendo em vista que o sistema de responsabilização dos provedores de aplicações virtuais instituído pela legislação brasileira não se mostra tão adequado e atualizado para assegurar tutela dos direitos de personalidade, é necessária a investigação de outros sistemas adotados ao redor do globo, com o objetivo de ampliar os horizontes da responsabilização civil dos provedores por danos decorrentes de conteúdos veiculados por terceiros.

Nesse cenário, destaca-se primordialmente que a necessidade de criação de um sistema de responsabilidade para os provedores de internet se deu primeiramente nos Estados Unidos, depois na União Europeia e, somente após, no Brasil. Na legislação pátria, o Marco Civil da Internet estabeleceu o sistema de responsabilização civil dos provedores, todavia deixou de implantar o sistema *notice and take down*, adotado pela diretiva norte-americana, obrigando o usuário a procurar, necessariamente, o Poder Judiciário para que a notificação de qualquer conteúdo ofensivo da personalidade fosse válida (Cavalcanti, Leite e Júnior, 2018).

5.1 A normatização estadunidense

O modelo norte-americano, estabelecido pela Seção 230 do Communications Decency Act de 1996, adota uma abordagem radicalmente diferente da brasileira. A Seção 230(c)(1) estabelece que nenhum provedor ou usuário de um "serviço de computador interativo" será tratado como o publicador ou enunciador de qualquer informação fornecida por outro provedor de conteúdo.

Na prática, isso confere uma ampla imunidade aos provedores de aplicações contra a responsabilidade por conteúdo gerado por terceiros. Diferentemente do Brasil, não há necessidade de ordem judicial; a regra é a imunidade, salvo exceções específicas (como violações de leis criminais federais ou de propriedade intelectual). A Seção 230(c)(2) também protege as plataformas pela remoção voluntária de conteúdo que considerem obsceno, lascivo, violento, assediador ou "de outra forma censurável", feita de boa-fé.

Esse modelo foi fundamental para o desenvolvimento da internet e das plataformas digitais nos EUA, ao protegê-las de litígios massivos. Contudo, é alvo de intensas críticas por, supostamente, permitir a proliferação de conteúdos nocivos (desinformação, discurso de ódio, etc.) sem que as plataformas possam ser efetivamente responsabilizadas pelos danos causados. Há um debate político e acadêmico acalorado nos EUA sobre a necessidade de reforma da Seção 230.

5.1 A normatização utilizada pela União Europeia

Por sua vez, a União Europeia possuía, sob a Diretiva sobre Comércio Eletrônico (2000/31/CE), um regime de isenção condicional de responsabilidade para intermediários. Eles não seriam responsáveis pelo conteúdo de terceiros desde que não tivessem "conhecimento efetivo" da atividade ou informação ilícita e, ao tomar conhecimento, agissem prontamente para remover ou desabilitar o acesso à informação. Esse modelo já se diferenciava do brasileiro (que exige ordem judicial) e do americano (imunidade ampla).

Acerca do modelo europeu de responsabilização dos provedores, Queiroz destaca os seguintes apontamentos:

Em linhas gerais, o Conselho da União Europeia adota, em relação à responsabilidade civil do provedor, o conceito de mero conduíte, não respondendo o provedor de aplicações por danos causados pelos materiais que esses transportam, nos termos do art. 12 da diretiva, desde que o provedor (1) não esteja na origem da transmissão; (2) não selecione o destinatário da transmissão e (3) não selecione nem modifique as informações que são objeto da transmissão. A regulação determina ainda, em seu art. 15, a ausência do dever geral de vigilância do provedor. (Queiroz, 2018, p. 68).

Recentemente, a União Europeia modernizou seu marco regulatório com o Regulamento 2022/2065, conhecido como Digital Services Act. Este regulamento mantém a isenção condicional de responsabilidade, mas estabelece um conjunto abrangente de obrigações de diligência devida para os provedores de serviços intermediários, com regras mais estritas para plataformas online e, especialmente, para as consideradas "Plataformas Online de Muito Grande Porte" e "Motores de Busca Online de Muito Grande Porte".

Nessa senda, ao comparar a Diretiva Europeia e a norte-americana é evidente que ambas são bastante semelhantes, principalmente ao tratar das responsabilidades atribuídas aos provedores. Todavia, enquanto a Diretiva Americana trata somente de direitos autorais, a lei da União Europeia também inclui leis aplicáveis ao estabelecimento de negócios virtuais, exequibilidade dos contratos eletrônicos e soluções alternativas de conflitos, podendo contribuir para o refinamento da lei brasileira.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final desta análise sobre a responsabilidade civil do Instagram por fraudes ocorridas em sua plataforma, emerge um cenário jurídico complexo, permeado por tensões normativas, desafios probatórios e uma jurisprudência em constante evolução, buscando adaptar institutos tradicionais à dinâmica veloz e multifacetada do ambiente digital.

A investigação dos fundamentos da responsabilidade civil no Brasil revelou a coexistência do modelo subjetivo, baseado na culpa, com o modelo objetivo, fundado no risco da atividade ou em previsão legal específica. A teoria do risco, consagrada no artigo 927, parágrafo único, do Código Civil, e a responsabilidade objetiva pelo fato do serviço, estabelecida no artigo 14 do Código de Defesa do Consumidor, mostraram-se particularmente relevantes para a análise da responsabilidade de fornecedores que, como o Instagram, desenvolvem atividades econômicas complexas e potencialmente geradoras de riscos para um grande número de usuários. A ideia de que quem auferir o bônus da atividade deve arcar com o ônus dos danos dela decorrentes permeia grande parte das discussões.

Outrossim, destaca-se que o enquadramento do Instagram como provedor de aplicação de internet, nos termos do Marco Civil da Internet, é pacífico. Contudo, a caracterização das diversas fraudes que assolam a plataforma - especialmente envolvendo perfis falsos, contas invadidas, *phishing*, anúncios fraudulentos - como meros "conteúdos gerados por terceiros", sujeitos à regra do artigo 19 do MCI, ou como resultado de uma "falha na prestação do serviço" constitui o cerne da controvérsia jurídica.

Nesse cenário, a legislação penal, ao tipificar especificamente o estelionato eletrônico, reconheceu a gravidade e a especificidade das fraudes digitais, mas não resolveu diretamente a questão da responsabilidade civil da plataforma intermediária.

A análise do marco regulatório evidenciou a tensão entre a regra protetiva da liberdade de expressão do artigo 19 do MCI, que condiciona a responsabilidade à desobediência de ordem judicial, e o regime de responsabilidade objetiva do CDC, focado na proteção do consumidor contra serviços defeituosos e na garantia da segurança.

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais adicionou uma camada de complexidade e, simultaneamente, de proteção, ao impor deveres específicos de segurança aos agentes de tratamento e prever responsabilidade objetiva por danos decorrentes de violações à legislação de dados, reforçando a expectativa legítima de segurança do usuário. O diálogo das fontes surge como ferramenta hermenêutica essencial para buscar a aplicação coordenada dessas normas.

A jurisprudência analisada, tanto dos tribunais superiores quanto dos tribunais estaduais,

demonstra a existência de hipóteses de aplicação do Código de Defesa do Consumidor em casos de fraudes viabilizadas por falhas de segurança comprovadas na plataforma, especialmente em situações de contas invadidas. Nesses cenários, a fraude é frequentemente tratada como fortuito interno, inerente ao risco da atividade do Instagram, afastando-se a necessidade de ordem judicial prévia para a configuração do dever de indenizar.

A diligência da plataforma em responder às notificações e a eventual culpa da vítima são fatores considerados na modulação da responsabilidade. Contudo, a aplicação do artigo 19 do MCI ainda prevalece em questões estritamente relacionadas ao conteúdo (ofensas, direitos autorais), e a pendência do julgamento do Tema 987 no STF mantém uma dose de incerteza sobre o futuro da matéria.

Respondendo ao problema de pesquisa proposto, conclui-se que o Instagram pode ser civilmente responsabilizado no Brasil por fraudes cometidas por terceiros através de sua plataforma, mas essa responsabilidade não é automática e depende da análise do caso concreto e do fundamento jurídico invocado.

Nesse sentido, a tendência majoritária da jurisprudência aponta para a possibilidade de reconhecimento da relação de consumo entre os usuários e os provedores de aplicações digitais, de forma que pode ser admitida a responsabilidade civil solidária dos provedores que se mantiverem inertes após notificação extrajudicial da presença de conteúdo ofensivo em sua hospedagem. Contudo, a responsabilidade pode ser excluída ou atenuada se comprovada a culpa exclusiva ou concorrente da vítima.

Quanto aos danos decorrentes de conteúdo fraudulento sem demonstração de falha estrutural da plataforma, a aplicação do artigo 19 do Marco Civil da Internet ainda é uma possibilidade, aguardando-se a definição do STF. Desse modo, atualmente, está pavimentada no ordenamento brasileiro a Teoria Judicial denominada *Notice and Take Down*, que busca evitar a censura à livre manifestação do pensamento, submetendo ao Poder Judiciário a análise do conteúdo que está sujeito a ser removido.

Em suma, a responsabilização civil do Instagram por fraudes é um campo em disputa, onde a proteção do consumidor e do titular de dados colide com a defesa da liberdade de expressão e os desafios operacionais das plataformas. Logo, a efetiva reparação dos danos exige não apenas a consolidação de um entendimento jurisprudencial claro e protetivo, mas também o estímulo legislativo de investimentos contínuos das plataformas em segurança e mecanismos mais ágeis e eficazes de moderação e resposta a incidentes. O Direito, nesse contexto, deve atuar como indutor de boas práticas e garantidor de que os avanços tecnológicos não se traduzam em desamparo para as vítimas de ilícitos digitais.

Como caminhos para pesquisas futuras, sugere-se a investigação sobre o impacto da inteligência artificial na moderação de conteúdo e na prevenção de fraudes, a análise da responsabilidade por fraudes envolvendo *deepfakes* e manipulação de identidade, e o aprofundamento da regulação da publicidade realizada por influenciadores digitais nas redes sociais.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Mario Henrique. **Lei Geral de Proteção de Dados-LGPD: Solidariedade na responsabilidade civil pela violação aos dados pessoais**. Brasília - DF: CEUB, 2024. 160 p. ISBN 978-85-7267-171-2.

AMORIM, B.; NETTO, J.; VERONESE, D. **O Marco Civil Da Internet, A Lgpd E Os Impactos Na Segurança E Na Privacidade Das Relações De Consumo**. Revista Acadêmica de Direito e Justiça Social - UNIFAN, Ribeirão Preto - MG, p. 1-19, 14 fev. 2023.

BERQUÓ, A. **A proteção jurídica do consumidor: análise histórico-jurídica da evolução do direito do consumidor no Brasil**. Prim Facie, v. 6, n. 10, 2010. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/primafacie/article/view/6536>. Acesso em: 1 abr. 2025.

BARBOSA, Eduardo. **Análise Da Constitucionalidade Da Política De Exclusão Unilateral De Usuários Do Instagram Baseada Na Regra De Desinformação Constante Dos Termos De Uso**. Orientador: Prof^ª Dra. Marilda de Paula Silveira. 2023. Dissertação (Mestrado em Direito Digital) - Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa – IDP, Brasília - DF, 2023.

BRAGANTINE, Ester. **Conta invadida por hackers: qual a responsabilidade civil das redes sociais?**. Migalhas. 25 mar. 2022. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/362369/conta-invadida-por-hackers-qual-a-responsabilidade-civil>. Acesso em: 5 maio 2025.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 12 set. 1990.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 11 jan. 2002.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 24 abr. 2014.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.** Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 ago. 2018.

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. Terceira Turma. **REsp 1383354/SP.** Relatora: Ministra Nancy Andrighi. DJe 26/09/2013, RSTJ vol. 232 p. 264, RT vol. 957 p. 345

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. Terceira Turma. **REsp n. 1.880.344/SP.** Relatora: Ministra Nancy Andrighi. Julgado em 09/03/2021, DJe 11/03/2021.

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. Quarta Turma. **AgInt no AREsp n. 2.314.086/RS.** Relator: Ministro Raul Araújo, julgado em 18/9/2023, DJe de 22/9/2023.

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. Terceira Turma. **AgInt nos EDcl no REsp n. 2.032.567/SP.** Relator Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, julgado em 14/10/2024, DJe de 17/10/2024.

BRASIL, Supremo Tribunal Federal. **ARE 1476799/PR.** Relator: Ministro Luís Roberto Barroso. Supremo Tribunal Federal. Julgamento em 05/02/2024, Publicação em 06/02/2024.

BRASIL, Supremo Tribunal Federal. **ARE 660861 RG.** Relator: LUIZ FUX. PROCESSO ELETRÔNICO DJe-219. Divulgado em 06/11/2012. Publicado em 07/11/2012.

BRASIL. Tribunal de Justiça de Mato Grosso do Sul. **Apelação Cível n. 0812349-25.2019.8.12.0002.** Dourados, 1ª Câmara Cível. Relator: Juiz Luiz Antônio Cavassa de Almeida. J: 17/01/2021, P: 18/01/2021.

BRASIL. Tribunal Regional Federal da 3ª Região. **Escola de Magistrados Investigação e prova nos crimes cibernéticos.** São Paulo: EMAG, p. 19, 2017. 352p. (Cadernos de estudos; 1).

BREGA, Gabriel. **A regulação de conteúdo nas redes sociais: uma breve análise comparativa entre o NetzDG e a solução brasileira.** Revista Direito GV, São Paulo, v. 19, e2305, 2023. <https://doi.org/10.1590/2317-6172202305>.

CAVALCANTE, Márcio. **Lei 14.155/2021: promove alterações nos crimes de violação de dispositivo informático, furto e estelionato.** Dizer o Direito, 29 maio 2021. Disponível em: <https://www.dizerodireito.com.br/2021/05/lei-141552021-promove-alteracoes-nos.html>. Acesso em: 5 maio 2025.

DE AMORIM, D. **Softwares de sistemas e de aplicações livres: Benefícios e limitações no uso dessas tecnologias nos negócios.** Revista Científica Semana Acadêmica. Fortaleza, ano MMXV, Nº. 000069, 15/05/2015. Disponível em: <https://semanaacademica.org.br/artigo/softwares-de-sistemas-e-de-aplicacoes-livres-beneficios-e-limitacoes-no-uso-dessas>. Acesso em: 5 maio 2025.

DESMARAIS, Christina. **Facebook's Instagram says it has 90 million monthly active users.** USA Today. 2013. Disponível em: <https://www.usatoday.com/story/tech/2013/01/18/instagram-90-million-active-users/1844517/>. Acesso em: 5 maio 2025.

DONIZETTI, Elpídio; QUINTELLA, Felipe. **Curso de Direito Civil.** 10 ed. São Paulo: Atlas, 2021.

FILHO, Sergio Cavalieri. **Programa de responsabilidade civil.** 16. ed. São Paulo: Atlas, 2023. 1 recurso online (152p. ISBN 9786559775217.

FLUMIGNAN, Wévertton. **Responsabilidade civil dos provedores de internet: análise teórica, prática e jurisprudencial anterior e posterior ao Marco Civil da Internet (Lei n. 12.965/14).** 2024. Editora: Thoth. ISBN: 978-65-5959-756-7.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil: 3: responsabilidade civil, direito de família, direito das sucessões: esquematizado.** 6. ed. São Paulo, SP: Saraiva Jur, 2019. 1288 p. (Coleção Esquematizado / coordenador Pedro Lenza). ISBN 9788553603381.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo curso de direito civil: volume III : responsabilidade.** 9. ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2011. 428 p. ISBN 9788502106307.

GREGO, Maurício. **Revista Exame. Mark Zuckerberg anuncia a compra do Instagram pelo Facebook.** 9 abr. 2012. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/mark-zuckerbert-anuncia-a-compra-do-instagram-pelo-facebook/>. Acesso em: 26 mai 2025.

HELLIWELL, John F., PUTNAM Robert. **The social context of well-being, Pholosophical tansactions of the royal society.** Research paper, Vancouver, 2004, v. 29, p. 1435-1446. Disponível em: <http://www.pubmedcentral.nih.gov/picrender.fcgi?artid=1693420&blobtype=pdf>. Acesso em: 20 fev. 2025.

HUNT, Tara. **O poder das redes sociais.** São Paulo: Editora Gente, 2010. ISBN 978-85-7312-709-6.

MARIZ, A.; MELO, R.; MARIZ, T. **Challenges of organization and retrieval of photographs on social networks on the internet. Advences in Knowledge Organization.** Porto, Portugal, v. 16, 2018.

MARIZ, Anna; SILVA, Rhanna. **A análise dos termos de uso da rede social Instagram e o compartilhamento de fotografias.** IX Congresso Nacional de Arquivologia: A função social da Arquivologia na contemporaneidade, Florianópolis - SC, p. 13-29, 2022. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1yp7K7Modcm20W5artf2spl4rUsSEhpC_/view. Acesso em: 12 fev. 2025.

MONTEIRO, Jorge Ferreira. **Rudimentos da responsabilidade civil.** Revista da FDUP, p. 349-390, 2005. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/23773>. Acesso em: 1 abr. 2025.

MORAES, Paloma. **A (ir) responsabilização civil de influenciadores digitais acerca dos danos decorrentes pela divulgação de produtos e serviços.** Orientador: Alexandre Ramos de Almeida. 2024. 71 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) - Departamento de Ciências Humanas e Tecnologia (DCHT), Universidade do Estado da Bahia, Campus XIX, Camaçari, BA, 2024.

MOURA, Fernando. Unisuam. **História das redes sociais.** 30 jun. 2023. Disponível em:

<https://www.unisuam.edu.br/noticias/nota-10/historia-das-redes-sociais/>. Acesso em: 26 maio 2025.

MUSSO, Pierre. **Sociedade Mediatizada**. Ciberespaço, figura reticular da utopia tecnológica. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006. p. 34.

NEVES, Daniel Amorim Assumpção; TARTUCE, Flávio. **Manual de direito do consumidor**. 13. ed. Rio de Janeiro: Método, 2024. 1 recurso online. ISBN 9786559649990.

OLIVEIRA, Marcos. **Golpes digitais atingem 24% da população brasileira, revela DataSenado**. Senado Notícias, 1 out. 2024. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2024/10/01/golpes-digitais-atingem-24-da-populacao-brasileira-revela-datasenado>. Acesso em: 18 mar. 2025.

PACETE, Luiz Gustavo. **Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo**. Forbes, 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais-em-todo-o-mundo/>. Acesso em: 20 fev. 2025.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Tradução Diego Alfaro. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

ROQUE, Sérgio Marcos. **Criminalidade informática: crimes e criminosos do computador**. São Paulo: ADPESP Cultural, 2007.

SANTOS, Jhonnatan; CÂMARA, Rosélis; LEITE, Ângela. **O Instagram como ferramenta de marketing em em mídias sociais do setor de eventos em São Luís - MA**. Revista Eletrônica de Administração e Turismo, São Luis - MA, v. 15, n. 2, 2021.

SCHREIBER, Anderson. **Manual de direito civil contemporâneo**. 7. ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2024. 1 recurso online. ISBN 9788553620234.

SILVA, E.E.; SOUZA, M.S.; SAMPAIO, V.N.; SAMPAIO, D.C.; OLIVEIRA, L.C.; LUSTOSA, T.F.; SANTOS, J.B. **Responsabilidade Legal Em Casos De Fraude Online: Como A Legislação Brasileira Protege Os Consumidores?** Revista ft. v. 29, n. 140, 30 nov.

2024.

SOARES, Dennis; LEAL, Pastora. **A proteção jurídica do consumidor: Consumidor e redes sociais.** Revista Pensamento Jurídico, São Paulo, v. 14, n. 1, 10 jul. 2020.

STOCO, Rui. **Tratado de responsabilidade civil: doutrina e jurisprudência.** 10. ed. rev., atual. e reform. São Paulo, SP: Revista dos Tribunais, 2014. 2494 p. ISBN 9788520356364.

TARTUCE, Flávio. **Manual de Direito Civil.** 12. ed. Rio de Janeiro - RJ: Forense Ltda, 2022. ISBN 978-65-596-4312-7.

Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Perfil falso em rede social.** 2024. Disponível em: <https://www.tjdft.jus.br/consultas/jurisprudencia/jurisprudencia-em-temas/dano-moral-no-tjdft/midia/perfil-falso-em-rede-social>. Acesso em: 05 mai. 2025.

VAN CALSTER, G., GONZALEZ, A., & APERS, E. **Not just one, but many ‘Rights to be Forgotten.** Internet Policy Review, v. 7, n. 2. 15 mai 2018. Disponível em: <https://policyreview.info/articles/analysis/not-just-one-many-rights-be-forgotten>. Acesso em: 26 maio 2025.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito civil: parte geral: volume 1.** 19. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2019. xxi, 674 p. ISBN 9788597019599.

ZENHA, Luciana. Redes sociais online: **O que são as redes sociais e como se organizam?.** Caderno de Educação - UEMG, [s. l.], v. 1, ed. 49, p. 19-42, 2018.