



O RECONHECIMENTO DOS USUÁRIOS DE REDES SOCIAIS COMO CONSUMIDORES: Proteção Jurídica e Implicações Regulatórias no Brasil

Palavras-chave: Consumidores; Direito do Consumidor; Proteção de Dados; Usuários; Redes sociais.

INTRODUÇÃO

As redes sociais e plataformas online tornaram-se indispensáveis como plataformas de comunicação, espaços de trocas, comércio digital e publicidade segmentada. No entanto, a falta de regulamentação adequada pode gerar abusos e violações dos direitos, especialmente no que diz respeito à proteção dos usuários como consumidores. Diante desse cenário, surge a necessidade de reconhecer os usuários de redes sociais como consumidores, tendo em vista as interações comerciais indiretas que ocorrem nessas plataformas, como a monetização de dados pessoais e a exposição à publicidade direcionada. Diante disso, a presente pesquisa analisa essa equiparação entre usuários de redes sociais e consumidores à luz do CDC e da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), utilizando o método dedutivo com revisão bibliográfica e análise da legislação.

DESENVOLVIMENTO

Um exemplo significativo dessa preocupação regulatória é a Nota Técnica nº 2/2024 da Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON), que representa um marco regulatório no Brasil ao abordar a proteção dos direitos dos usuários de redes sociais. Essa Nota busca adaptar as disposições do Código de Defesa do Consumidor (CDC) ao ambiente digital, reconhecendo que as redes sociais, além de plataformas de comunicação, também atuam como intermediárias comerciais. Os usuários interagem com publicidade segmentada e têm seus dados pessoais tratados como mercadorias pelas plataformas, o que configura uma relação de consumo, ainda que sem pagamento direto.



A SENACON propõe que os direitos garantidos pelo CDC sejam aplicados às interações no ambiente digital, assegurando proteção em questões como privacidade, segurança e acesso à informação. Assim, os consumidores devem ter protegidos, nas redes sociais, os direitos à informação, à privacidade e à proteção contra práticas abusivas.

No comércio eletrônico os ditames contratuais são redigidos pelos próprios fornecedores de modo similar como se verifica com os instrumentos de adesão resultantes da sociedade massificada. Informações não são prestadas com a devida precisão e clareza por parte daquele que tem o poder de ditar os pilares contratuais, fazendo com que os consumidores não tenham uma visão completa e real acerca do negócio jurídico que estão pactuando.¹ Além disso, o consumidor não tem informações suficientes para saber quais seus direitos, como funciona sua proteção contratual e quais órgãos contatar, no caso de descumprimento contratual ou acidente de consumo² demonstrando, mais uma vez, a necessidade da proteção massiva ao consumidor nas relações de consumo.

O reconhecimento dos usuários como consumidores³ está fundamentada no conceito de que, embora as redes sociais não cobrem diretamente pelos serviços prestados, a monetização dos dados pessoais dos usuários configura uma relação de consumo. Dessa forma, as normas de proteção ao consumidor devem ser aplicadas de maneira ampla e abrangente, garantindo que os direitos dos usuários sejam respeitados no ambiente digital.⁴

A SENACON reforça que os direitos garantidos pelo CDC são aplicáveis a essas relações de consumo no ambiente digital. Os principais direitos destacados na Nota Técnica incluem o direito à informação, à privacidade e à proteção contra práticas

¹ BENACCHIO, Marcelo; BANHOS, Emanuelle Clayre Silva. Responsabilidade Civil do Comerciante no comércio eletrônico. In: Responsabilidade Civil nas relações de consumo. Indaiatuba: Editora Foco, 2022. p. 281-296.

² BEHRENS, Yan West. Comércio eletrônico de produtos e serviços: uma análise das principais práticas abusivas em prejuízo dos consumidores. Salvador: PageOne, 2014

³ Brasil. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 2018.

⁴ MIRAGEM, Bruno. Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo e o direito do consumidor. In: Direito Digital: direito privado e internet. 4.ed. Indaiatuba: Editora Foco, 2021. p. 421-458.



abusivas, baseado na LGPD, eis que a referida Lei tem por escopo garantir ao consumidor/usuário pleno direito de consentir ou não a coleta de seus dados com o fim de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade, além do livre desenvolvimento da personalidade⁵. Quanto ao Direito à Informação, as plataformas devem fornecer informações claras e acessíveis sobre seus serviços, termos de uso, políticas de privacidade e o tratamento de dados pessoais. Isso inclui a responsabilidade de esclarecer como os dados dos usuários são coletados e utilizados, em conformidade com a LGPD. Já o Direito à Privacidade requer o tratamento dos dados pessoais dos consumidores deve ser transparente e realizado com o consentimento explícito, conforme estabelecido na LGPD. Isso significa que as redes sociais devem respeitar os princípios de finalidade e necessidade na coleta de dados, garantindo a proteção da privacidade dos usuários. E o Direito à Segurança e Proteção contra Práticas Abusivas referem que as redes sociais são responsáveis por criar um ambiente seguro, prevenindo fraudes, abusos e práticas comerciais enganosas. A SENACON destaca a importância de políticas que protejam os consumidores de ofertas fraudulentas e publicidade enganosa.⁶

Além disso, as redes sociais devem ter algumas responsabilidades para garantir a proteção desses direitos em questão, como o fornecimento de canais de atendimento, em que as plataformas devem oferecer canais acessíveis para reclamações, solicitações de informações e cancelamentos de serviços, em conformidade com os direitos dos consumidores. Além de fazer o monitoramento de práticas abusivas, assim as redes sociais precisam adotar medidas para identificar e remover conteúdo que viole os direitos dos consumidores, como publicidade enganosa ou produtos ilegais, além de garantir a transparência nas políticas de moderação de conteúdo. E ter transparência com a adoção de políticas claras e acessíveis sobre o uso e moderação de conteúdo é fundamental para garantir a confiança dos consumidores. As plataformas devem informar de maneira explícita os

⁵ Brasil. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 2018.

⁶ SENACON. **Nota Técnica nº 2/2024**. Secretaria Nacional do Consumidor. Brasília, DF, 2024



critérios utilizados para a moderação e remoção de conteúdo.⁷

O reconhecimento dos usuários de redes sociais como consumidores implica responsabilidades adicionais para as plataformas digitais. Elas devem adequar suas práticas às normas do CDC e da LGPD, o que pode resultar em desafios operacionais e jurídicos, especialmente no que tange à transparência na utilização dos dados dos usuários. Por outro lado, essa equiparação fortalece os direitos dos usuários, promovendo maior segurança e proteção no ambiente digital.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Nota Técnica nº 2/2024 da SENACON, portanto, é um marco importante no Brasil para a proteção dos direitos dos consumidores no ambiente digital. Ela reforça a necessidade de as redes sociais adotarem uma postura mais responsável e transparente, garantindo que seus usuários sejam tratados como consumidores e que as normas de proteção ao consumidor sejam aplicadas de forma ampla e abrangente, promovendo um ambiente digital mais seguro e justo. Ao reconhecer que os usuários dessas plataformas participam de relações de consumo, mesmo de forma indireta, a SENACON reforça a necessidade de aplicar o CDC e a LGPD para proteger os consumidores. Com a aplicação dessas diretrizes, espera-se que as práticas comerciais nas redes sociais sejam reguladas de acordo com os direitos dos consumidores, fortalecendo a confiança e a segurança no uso dessas plataformas.

REFERÊNCIAS

BEHRENS, Yan West. **Comércio eletrônico de produtos e serviços: uma análise das principais práticas abusivas em prejuízo dos consumidores**. Salvador: Pagine, 2014

Brasil. **Código de Defesa do Consumidor**. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 1990.

Brasil. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Lei nº 13.709, de 14 de

⁷ SENACON. **Nota Técnica nº 2/2024**. Secretaria Nacional do Consumidor. Brasília, DF, 2024



agosto de 2018. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 2018.

SENACON. **Nota Técnica nº 2/2024**. Secretaria Nacional do Consumidor. Brasília, DF, 2024

SILVA, Rosana Oliveira da. **Uma discussão necessária sobre a vulnerabilidade do consumidor**: avanços, lacunas e novas perspectivas. Cad. EBAPE.BR, Rio de Janeiro, v.19, n.1, p.83-95, Mar2021. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512021000100083&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 16 set. 2024

BENACCHIO, Marcelo; BANHOS, Emanuelle Clayre Silva. Responsabilidade Civil do Comerciante no comércio eletrônico. In: **Responsabilidade Civil nas relações de consumo**. Indaiatuba: Editora Foco, 2022. p. 281-296.

CANTO, Rodrigo Eidelwein do. **A vulnerabilidade dos consumidores no comércio eletrônico**: a reconstrução da confiança na atualização do código de defesa do consumidor. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015.

MIRAGEM, Bruno. Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo e o direito do consumidor. In: **Direito Digital**: direito privado e internet. 4.ed. Indaiatuba: Editora Foco, 2021. p. 421-458.