

**A RESPONSABILIDADE CIVIL DAS PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS EM
FACE DA PRÁTICA DE LINCHAMENTO VIRTUAL POR PARTE DE SEUS
USUÁRIOS**

**THE CIVIL LIABILITY OF SOCIAL NETWORK PLATFORMS IN FACE OF THE
PRACTICE OF VIRTUAL LYNCHING BY THEIR USERS**

Camilly Christine Almeida de Azevedo Pantaleão Cordeiro¹

Anne Gabrielly Macedo Silva²

Jadson Sabino Santos³

RESUMO: O presente artigo analisa a responsabilidade civil das plataformas de redes sociais frente à prática de linchamento virtual por parte de seus usuários. Para tanto, consideram-se as legislações vigentes e teorias jurídicas pertinentes, com o intuito de compreender os limites e as possibilidades de responsabilização dessas plataformas diante da disseminação de conteúdo nocivo por seus consumidores, e apontar estratégias de combate à essa prática, objetivando evitar a necessidade de judicialização. Deste modo, esse artigo demonstra que a ausência de regulamentações e políticas de enfrentamento a tais comportamentos pode refletir diretamente no excesso de demandas do sistema judiciário.

PALAVRAS-CHAVE: responsabilidade civil das redes sociais; linchamento virtual; regulamentação.

ABSTRACT: This article analyzes the civil liability of social media platforms in the face of the practice of virtual lynching by their users. To this end, the current legislation and relevant legal theories are considered, in order to understand the limits and possibilities of liability of these platforms in the face of the dissemination of harmful content by their consumers, and to point out strategies to combat this practice, aiming to avoid the need for judicialization. Thus, this article demonstrates that the absence of regulations and policies to confront such behaviors can directly reflect on the excess of demands on the judicial system.

KEYWORDS: civil liability of social networks; virtual lynching; regulation.

¹ Estudante de Direito na Faculdade Cesmac do Agreste. Bolsista voluntária do Programa Semente de Iniciação Científica (PSIC) da Faculdade Cesmac do Agreste. E-mail: camillypantaleao.jur@gmail.com.

² Estudante de Direito na Faculdade Cesmac do Agreste. Bolsista voluntária do Programa Semente de Iniciação Científica (PSIC) da Faculdade Cesmac do Agreste. E-mail: annegabriellymacedo@outlook.com.

³ Estudante de Direito na Universidade Estadual de Alagoas (UNEAL). E-mail: jadsonsabino122@gmail.com.

1 INTRODUÇÃO

No contexto contemporâneo, as redes sociais tornaram-se um espaço fundamental para a interação social, o compartilhamento de informações e a expressão de opiniões. No entanto, junto com os benefícios advindos dessa conectividade digital, surgem também desafios complexos, como o fenômeno do “linchamento virtual”.

O linchamento virtual, caracterizado pela difusão de mensagens de ódio, ataques pessoais, ameaças e disseminação de informações falsas contra indivíduos ou grupos, tem se mostrado preocupante. Esse cenário torna-se cada vez mais comum no universo digital, e, embora muitas das vítimas do mencionado linchamento virtual possam apresentar traumas psicológicos provenientes dos ataques massivos, a responsabilidade civil das plataformas de redes sociais ainda é pouco explorada e invisibilizada no âmbito jurídico, visto que a pretensão punitiva tem como enfoque principal apenas a pessoa física por trás dos ataques.

Diante disso, esta pesquisa defenderá que as plataformas de redes sociais, como o *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, etc., também devem ter parcela de responsabilização pela prática de disseminação de conteúdo nocivo dentro dos seus aplicativos, uma vez que oferecido em suas políticas e diretrizes, teoricamente, um ambiente adequado e sadio para todos os seus usuários. Com isso, implica-se que haverá um exercício eficaz de fiscalização das postagens realizadas na referida plataforma, evitando o excesso de perseguição *online*, e consequentemente reduzindo a quantidade de ações judiciais em trâmite devido ao *cyberbullying*.

Isto posto, esta pesquisa parte do pressuposto de que com o reconhecimento da responsabilidade civil das redes sociais e a consequente implementação, por parte destas, de mecanismos que coíbam efetivamente e combatam os ataques massivos por parte de seus usuários, resultaria na decadência significativa de discursos de ódio proferidos digitalmente.

Para tanto, far-se-á uma análise das políticas de uso e diretrizes dos aplicativos e a interpretação da legislação aplicável, especialmente o Marco Civil da Internet, objetivando maior elucidação dos critérios que determinam a responsabilidade das plataformas nesse contexto específico, bem como seu limite e suas restritas possibilidades atuais.

Nesse contexto, embora se saiba das argumentações atuais acerca da regulamentação das redes sociais no Brasil, este artigo fará um recorte metodológico focado na responsabilização civil das plataformas de redes sociais, notadamente *Instagram*, *Facebook* e *X*, frente aos casos de linchamento virtual no Brasil por parte de seus usuários.

Com isso, este artigo abarcará três tópicos: sendo o primeiro, a teoria da responsabilidade civil objetiva e subjetiva, para fins de contextualização, seguido do contexto jurídico, em que se fará uma análise legal. Por fim, versará sobre as medidas preventivas e reativas das plataformas frente aos casos de discurso de ódio e notícias falsas, causas diretamente ligadas ao linchamento virtual e ataques massivos, bem como a postura adotada por tais redes.

2 TEORIA DA RESPONSABILIDADE CIVIL OBJETIVA E SUBJETIVA

Segundo conceitua Gagliano e Pamplona Filho (2024, p.9):

[...] conclui-se que a noção jurídica de responsabilidade pressupõe a atividade danosa de alguém que, atuando *a priori* ilicitamente, viola uma norma jurídica preexistente (legal ou contratual), subordinando-se, dessa forma, às consequências do seu ato (obrigação de reparar).

Trazendo esse conceito para o âmbito do Direito Privado, e seguindo essa mesma linha de raciocínio, diríamos que a responsabilidade civil deriva da agressão a um interesse eminentemente particular, sujeitando, assim, o infrator, ao pagamento de uma compensação pecuniária à vítima, caso não possa repor *in natura* o estado anterior de coisas.

É possível, então, subdividir a responsabilidade civil em dois aspectos: objetivo, o qual independe de comprovação de dolo ou culpa do agente, e subjetivo, onde há necessidade de comprovação de dolo ou culpa (Cavaliere Filho, 2023).

Assim sendo, de acordo com o art. 927 do Código Civil, “aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo” (Brasil, 2002), caracterizando a chamada responsabilidade subjetiva. Nessa modalidade, além da demonstração do dano causado, deve-se considerar o aspecto subjetivo da conduta do agente (dolo ou culpa), fazendo necessária a presença dos seguintes requisitos, cumulativamente: conduta, dano, nexo e culpa.

Contudo, o parágrafo único do mesmo artigo traz à luz a ideia da responsabilidade civil objetiva:

Art. 927, Parágrafo Único. Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem.

Nesse contexto, sustenta Gagliano e Pamplona Filho (2024, p.14):

[...] hipóteses há em que não é necessário sequer ser caracterizada a culpa. Nesses casos, estaremos diante do que se convencionou chamar de “responsabilidade civil objetiva”. Segundo tal espécie de responsabilidade, o dolo ou culpa na conduta do agente causador do dano é irrelevante

juridicamente, haja vista que somente será necessária a existência do elo de causalidade entre o dano e a conduta do agente responsável para que surja o dever de indenizar.

Dessa forma, vale ressaltar que a indenização à vítima, proveniente do cometimento de ato ilícito pelo agente, mede-se pela extensão do dano, conforme preceitua o art. 944 do Código Civil (Brasil, 2002). Nesse sentido, o Conselho da Justiça Federal, em seu Enunciado n. 456, entende que a expressão “dano” do artigo supracitado abrange não só os danos individuais, materiais ou imateriais, mas também os danos sociais, difusos, coletivos e individuais homogêneos.

Ainda, o Código de Defesa do Consumidor estabelece a responsabilidade civil objetiva dos fornecedores de serviços pela reparação dos danos causados aos consumidores decorrentes de defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos, exceto quando o defeito no produto inexistente ou quando comprovar a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro⁴ (Cavaliere Filho, 2023).

Em paralelo, no que tange a responsabilidade civil das redes sociais em face da prática de linchamento virtual em sua plataforma, nota-se que a conexão entre o aplicativo e o usuário facilmente se enquadra como relação de consumo, uma vez que o fornecedor do produto (redes sociais) também presta serviços a seus usuários (consumidores), o que seria pertinente aplicar, do mesmo modo, o entendimento adotado pelo CDC ao contexto das redes.

Considera-se, ainda, que a causa de exclusão da responsabilidade civil objetiva do fornecedor de serviços, prevista no art. 14, §3º do dispositivo acima citado, notadamente “quando provar a culpa exclusiva de terceiro”, não deveria ser aplicada às redes sociais nos casos de linchamento virtual praticado por seus usuários dentro da plataforma. Isso porque, reconhecido o dever das redes em cuidar e proteger seus usuários, bem como monitorar ou intervir para prevenir os danos causados por outros, não cabe a argumentação de culpa exclusivamente de terceiro, devendo a responsabilização recair também ao aplicativo, mesmo que de forma subsidiária.

3 CONTEXTO JURÍDICO: ANÁLISE LEGAL

Em análise ao Marco Civil da Internet, também conhecido como Lei 12.965/14 — responsável por regularizar o uso da internet no Brasil e estabelecer direitos, deveres e

⁴Art. 14, §3º do Código de Defesa do Consumidor.

garantias no meio digital — observa-se o disposto na Seção III da referida lei: “art. 18. O provedor de conexão à internet não será responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros.”

Para melhor compreensão dos conceitos de provedores mencionados na Lei 12.965/14, o Presidente do Instituto Brasileiro de Direito Digital – IBDDI, Ceroy (2015, p.1), esclareceu em seu artigo publicado na Revista Eletrônica Direito & TI:

[...] Provedor de Conexão é a pessoa jurídica fornecedora de serviços que consistem em possibilitar o acesso de seus consumidores à internet. Para sua caracterização, basta que ele possibilite a conexão dos terminais de seus clientes à internet. Em nosso país, os mais conhecidos são: Net Virtua, Oi (Brasil Telecom), GVT, além de operadoras de telefonia celular como TIM, Claro, Oi e Vivo, estas últimas que fornecem o serviço 3G e 4G.

Ainda, acerca dos provedores de aplicação, Meinberg (2015, p.2-3) pontua:

Provedor de Aplicação de Internet (PAI) é um termo que descreve qualquer empresa, organização ou pessoa natural que, de forma profissional ou amadora, forneça um conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet, não importando se os objetivos são econômicos.

Desta forma, compreende-se que os provedores de conexão mencionados no art. 18 do Marco Civil da Internet, não se referem às plataformas de redes sociais, estas, por sua vez, estão inseridas no conceito de provedores de aplicação de internet.

Acerca destes, o art. 19 da mesma legislação dispõe que:

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.

Portanto, é sabido que, conforme a Lei 12.965/14, as plataformas de redes sociais (provedores de aplicação) só serão responsabilizadas civilmente por danos causados por terceiros se houver ordem judicial específica a qual não cumpram. Ou seja, nos casos de linchamento virtual, discursos de ódio, etc., ocorridos nas aludidas redes, seria necessário ingressar judicialmente pleiteando que o provedor de aplicação específico tome as providências necessárias para remover o conteúdo nocivo e infringente da plataforma.

Ocorre que, de acordo com levantamento realizado pela SaferNet⁵, as denúncias de crimes envolvendo discurso de ódio na internet recebidas pela Central Nacional de Denúncias (CND) da SaferNet tiveram, em 2022, um crescimento de 67,7% em relação a 2021, o que demonstra a ineficácia, por parte das próprias redes sociais, em enfrentar a cultura dos ataques *online*.

Entende-se que, uma vez reconhecida a responsabilidade civil de tais plataformas, estas, por sua vez, buscariam mecanismos mais efetivos no que diz respeito aos discursos de ódio proferidos publicamente e à prática recorrente do linchamento virtual, ocasionando uma queda significativa no percentual registrado pela SaferNet e evitando sobrecarga de demandas com esse objeto no sistema judiciário brasileiro.

4 MEDIDAS PREVENTIVAS E REATIVAS DAS PLATAFORMAS

Há certos documentos essenciais para a perspectiva ética e moral de uma rede social, dois deles são: as diretrizes da comunidade, que definem as políticas sobre o que é permitido ou não na plataforma para que ela seja um ambiente seguro, e os termos de uso, que são um acordo que descreve obrigações da rede para com usuário e as obrigações do usuário para com a rede (uma das quais é seguir as Diretrizes da Comunidade).

Nota-se que a empresa controladora do *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp*, potências no que se diz respeito às redes sociais, atualmente é nominada como Meta e tem como cofundador e empresário Mark Zuckerberg, sendo assim, possuem diretrizes e termos de uso similares (Meta, 2024).

Em breve observância às Diretrizes de Comunidade de duas das maiores plataformas de redes sociais, *Instagram* e *Facebook*, com exceção do *WhatsApp* — que tem como finalidade principal a troca de mensagens privadas entre os usuários, e não o compartilhamento de imagens e informações públicas — vê-se a semelhança entre suas políticas no que diz respeito aos discursos de ódio e ataques *online*, notadamente porque, como mencionado, integram a mesma empresa. Dessa forma, as duas redes, em suma, ressaltam:

5 A SaferNet Brasil se consolidou como entidade referência nacional no enfrentamento aos crimes e violações aos Direitos Humanos na Internet, e tem se fortalecido institucionalmente no plano nacional e internacional pela capacidade de mobilização e articulação, produção de conteúdos e tecnologias de enfrentamento aos crimes cibernéticos e pelos acordos de cooperação firmados com instituições governamentais, a exemplo do Ministério Público Federal. Disponível em: <<https://new.safernet.org.br/content/institucional#mobile>>. Acesso em: 5 ago. 2024.

Queremos promover uma comunidade diversificada e positiva. Removemos conteúdo que contenha ameaças reais ou discurso de ódio, conteúdo que ataque indivíduos privados com a intenção de degradá-los ou constrangê-los. Também removemos informações pessoais com o intuito de chantagear ou assediar alguém e mensagens indesejadas enviadas repetidamente. Geralmente, permitimos discussões fortes sobre pessoas que são noticiadas na mídia ou que possuem um público mais amplo devido à profissão ou às atividades de sua escolha.

Não é aceitável incentivar a violência ou atacar alguém com base em raça, etnia, nacionalidade, sexo, gênero, identidade de gênero, orientação sexual, religião, deficiências ou doenças. Quando um discurso de ódio for compartilhado como uma forma de confrontá-lo ou de conscientizar, poderemos permitir esse compartilhamento. Nesses casos, pedimos para você expressar as suas intenções claramente.

O X, anteriormente chamado “*Twitter*”, também segue a mesma linha de raciocínio no que se refere a coibir a propagação de ódio na plataforma.⁶ Contudo, as redes sociais supracitadas carecem de políticas efetivas de enfrentamento ao discurso de ódio e linchamento virtual, embora já tenham adotado alguns mecanismos que se mostraram eficazes em algumas situações específicas, a exemplo da pandemia da Covid-19, no caso do *Instagram*, o qual emitia um alerta na publicação sinalizando a inveracidade da informação publicada (Blasi, 2021).

Assim, eis a indagação: por que apenas atuar efetivamente em situações específicas de comoção social, se o compromisso previsto nos “termos de uso” e “diretrizes da comunidade” das plataformas, notadamente a promoção de um ambiente seguro para os usuários, é contínuo e sucessivo, e não somente restrito a cenários pontuais?

Nessa senda, cabe ressaltar que o Supremo Tribunal Federal, nomeadamente o Rel. Min. Alexandre de Moraes proferiu decisão em sede do Inquérito 4.874/DF (conhecido como inquérito das milícias digitais), o qual pontuou expressamente:

Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada não devem ter nem mais, nem menos responsabilidade do que os demais meios de mídia, comunicação e publicidade, principalmente, quando direcionam ou monetizam os dados, informações e notícias veiculadas em suas plataformas, auferindo receitas.

AS REDES SOCIAIS NÃO SÃO TERRA SEM LEI!

AS REDES SOCIAIS NÃO SÃO TERRA DE NINGUEM! [...] (Brasil. Supremo Tribunal Federal, 2024, p.1)

Ademais, mencionou-se na decisão que aos dias 06/04/2024, o dono e CEO (*Chief Executive Officer*) da provedora de rede social “X” — anteriormente “*Twitter*” —,

⁶ Discurso de ódio: É proibido ameaçar, incitar, exaltar ou expressar desejo de violência ou ofensas.

Conduta de ódio: É proibido atacar outras pessoas com base em raça, etnia, nacionalidade, casta, orientação sexual, gênero, identidade de gênero, crença religiosa, idade, deficiência ou doença grave. Disponível em: <<https://help.x.com/pt/rules-and-policies/x-rules>>. Acesso em: 1 ago. 2024.

ElonMusk, iniciou uma campanha de desinformação sobre a atuação do Supremo Tribunal Federal e do Tribunal Superior Eleitoral, instigando a desobediência e obstrução à Justiça, declarando, ainda, que a plataforma rescindiria o cumprimento das ordens emanadas da justiça brasileira relacionadas ao bloqueio de perfis criminosos e que espalham notícias fraudulentas, em investigação no STF.

Dessa forma, apesar da ordem judicial, a plataforma persistiu em descumprir o estabelecido pelo Supremo. É possível constatar, portanto, uma resistência por parte da rede social em sujeitar-se às determinações brasileiras, o que leva a questionar: por que há desigualdade de tratamento entre os prestadores de serviço (redes sociais) — que são isentos de responsabilização civil, em regra — e os demais fornecedores enquadrados no art. 14 do Código de Defesa do Consumidor (Brasil, 1990)? As redes sociais, de forma geral, estão acima da lei?

Nesse sentido, em análise aos termos de uso, depreende-se que as plataformas *Instagram*, *Facebook* e *X* se reconhecem como prestadoras de serviço, sendo mencionada, inclusive, a forma de financiamento de tais “serviços”, considerando que os usuários não precisam desembolsar qualquer valor para obtê-los:

Como nosso Serviço é financiado

Em vez de pagar pelo uso do Instagram, usando o Serviço previsto nestes Termos, você reconhece que podemos mostrar anúncios a você que empresas e organizações nos pagam para promover dentro e fora dos Produtos das Empresas da Meta. Usamos seus dados pessoais, como informações sobre atividades e interesses, para veicular anúncios que são mais relevantes para você.

Veiculamos anúncios úteis e relevantes sem informar aos anunciantes quem você é. Não vendemos seus dados pessoais. Permitimos que os anunciantes nos informem, por exemplo, sua meta de negócios e o tipo de público que desejam alcançar com o anúncio. Em seguida, mostramos o anúncio para pessoas que podem estar interessadas.

Também oferecemos aos anunciantes relatórios sobre o desempenho dos anúncios para ajudá-los a entender como as pessoas interagem com o conteúdo deles dentro e fora do Instagram. Por exemplo, fornecemos dados demográficos e informações de interesse gerais aos anunciantes para ajudá-los a entender melhor o público deles. Não compartilhamos informações que identifiquem você diretamente (como seu nome ou endereço de email, que alguém pode usar para entrar em contato com você ou verificar sua identidade), a menos que você nos dê permissão específica. Saiba mais sobre como os anúncios do Instagram funcionam aqui.

É possível que você veja conteúdo de marca no Instagram publicado por proprietários de contas que promovem produtos ou serviços baseados em um relacionamento comercial com o parceiro de negócios mencionado em tal conteúdo. Saiba mais sobre isso aqui (*Instagram*, 2024).

2. Como nossos serviços são financiados

Em vez de pagar pelo uso do Facebook e de outros produtos e serviços que oferecemos, acessando os Produtos da Meta cobertos por estes Termos, você concorda que podemos lhe mostrar anúncios personalizados que empresas e

organizações nos pagam para promover dentro e fora dos Produtos das Empresas da Meta. Usamos seus dados pessoais, como informações sobre suas atividades e interesses, para lhe mostrar anúncios personalizados que possam ser mais relevantes para você.

A proteção da privacidade das pessoas é fundamental para a forma como concebemos o nosso sistema de anúncios personalizados. Isso significa que podemos mostrar anúncios úteis e relevantes sem que os anunciantes saibam quem você é. Não vendemos suas informações pessoais. Permitimos que os anunciantes nos informem suas metas comerciais e o tipo de público que desejam alcançar com o anúncio (por exemplo, pessoas entre 18 e 35 anos que gostam de ciclismo). Então, mostramos o anúncio para pessoas que achamos que podem estar interessadas (*Facebook*, 2024).

Isto posto, considerando que as redes supracitadas se intitulam como prestadoras de serviço, é plausível que sobre elas incidam os mesmos normativos previstos no Código de Defesa do Consumidor (CDC) (Brasil, 1990), notadamente a responsabilidade civil objetiva, para os prestadores de serviços de modo geral. Tal equiparação faz-se necessária para, além de garantir direitos dos consumidores— visto que, independentemente da natureza do serviço oferecido, a relação entre o usuário e a plataforma é, essencialmente, uma relação de consumo — também demonstrar que as redes sociais não podem ser isoladas em uma espécie de “paraíso digital” com regimentos privilegiados.

Ademais, ao reconhecer a responsabilidade civil objetiva das redes, estas, por sua vez, intensificariam de forma mais incisiva o controle e a promoção de medidas eficazes para coibir atos de linchamento virtual e discurso de ódio, evitando litígios e protegendo seus usuários.

Ainda, observa-se que nos termos de uso de algumas das maiores redes sociais, a exemplo do *Instagram*, *Facebook* e *X*, também há o comprometimento destas em promover um ambiente seguro e de proteção dos usuários contra os mencionados discursos de ódio, ao passo em que se isentam de responsabilidades básicas, como disposto nos termos de serviço do *X*:

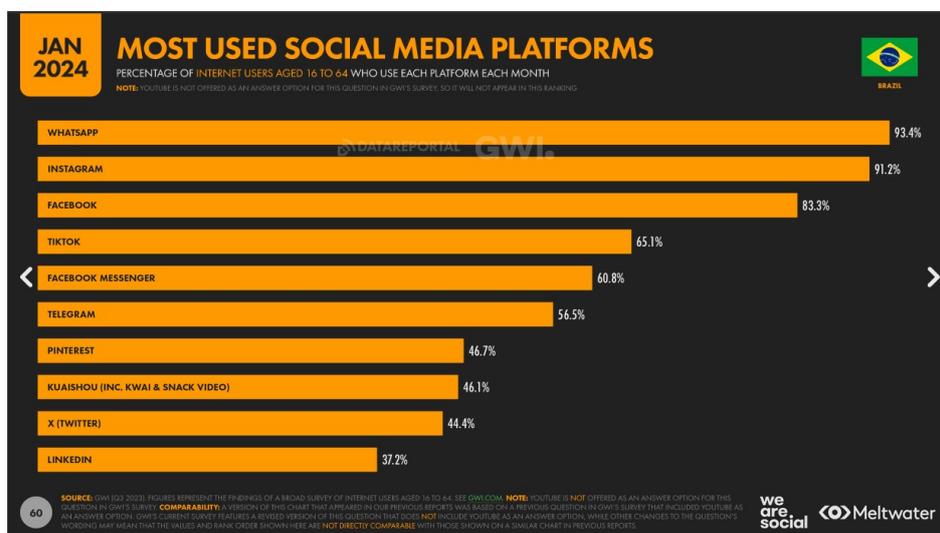
Seu uso dos Serviços é por sua conta e risco: Fornecemos os Serviços “NO ESTADO EM QUE SE ENCONTRAM” e “CONFORME DISPONÍVEIS” e nos isentamos de todas as garantias e responsabilidades perante você ou outros até o limite permitido pela lei. Você pode ser exposto a conteúdo ofensivo ou prejudicial postado por outros usuários. Os Serviços podem mudar de tempos em tempos, e podemos limitar ou encerrar a disponibilidade dos Serviços ou recursos específicos para você ou outros usuários a qualquer momento (*X - Termos de serviço*, 2024).

Sendo assim, julga-se válido cobrar de tais redes a execução de políticas que efetivem o cumprimento dos termos dispostos nas diretrizes (ou normas) de comunidade, bem

como nos “termos de uso”, exigindo uma maior fiscalização e ferramentas de combate aos discursos nocivos proferidos digitalmente.

Além disso, sustenta-se que as plataformas de redes sociais exercem papel fundamental nas informações fornecidas à sociedade, moldando comportamentos e opiniões, assim como demonstra pesquisa realizada pela Data Report (Kemp, 2024), a qual expõe a porcentagem de usuários de internet, entre 16 a 64 anos, que usaram cada plataforma em janeiro de 2024:

Gráfico 1: Plataformas de mídias sociais mais usadas.



Fonte: Data Report (2024)

Reforça-se, portanto, que é possível encarar a responsabilidade civil destas grandes redes, principalmente, como uma forma de incentivo à implementação de medidas coercitivas no combate ao discurso de ódio, visto que as plataformas detêm capacidade tecnológica necessária para detectar o comportamento abusivo por parte de seus usuários e censurá-los antes mesmo que se concretizem (publiquem).

5 CONCLUSÃO

Em conclusão, é imperativo que as plataformas de redes sociais sejam responsabilizadas civilmente pelos linchamentos virtuais que ocorrem em seus ambientes digitais.

O poder que essas plataformas exercem na formação e disseminação de informações as torna agentes centrais no controle dos conteúdos que circulam em suas redes. Portanto,

negligenciar a moderação de discursos de ódio e de ações que incentivam a violência digital representa uma omissão que não pode ser desconsiderada.

Dessa forma, responsabilizar civilmente as plataformas de redes sociais implica no incentivo direto para que elas adotem medidas eficazes no combate ao linchamento virtual. Sabendo que podem ser juridicamente punidas e enfrentar custos significativos decorrentes de processos judiciais, as plataformas terão maior interesse em implementar políticas rigorosas de moderação e em investir em tecnologias que previnam a disseminação de conteúdos nocivos. Esse movimento não só contribuirá para a redução do linchamento virtual, mas também para a diminuição das demandas no judiciário, uma vez que a solução dos problemas ocorrerá de forma preventiva, dentro das próprias plataformas, sem a necessidade de intervenção judicial.

Assim, a responsabilização civil funcionará como um catalisador para um ambiente digital mais seguro e para a desjudicialização de conflitos relacionados ao uso das redes sociais.

REFERÊNCIAS

BLASI, Bruno Gall de. **Instagram ganha novos avisos sobre COVID-19 e vacinas**. 2021. Disponível em: <https://tecnoblog.net/noticias/instagram-ganha-novos-avisos-sobre-covid-19-e-vacinas/>. Acesso em: 4 ago. 2024

BRASIL. Conselho Da Justiça Federal. **Enunciado 456 do Conselho da Justiça Federal**. Disponível em: <https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/403>. Acesso em: 4 ago. 2024.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm. Acesso em: 3 ago. 2024.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Brasília: Presidência da República, 2002. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm?ref=blog.suitebras.com. Acesso em: 3 ago. 2024.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil. Brasília: Presidência da República, 2014. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm. Acesso em: 3 ago. 2024.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Inquérito 4.874 distrito federal**. Relator: Min. Alexandre de Moraes, 07 de abril de 2024. Disponível em: <https://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticiaNoticiaStf/anexo/Deciso4874Assinada.pdf>. Acesso em: 2 ago. 2024.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. 16. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2023.

CEROY, Frederico Meinberg. Os Conceitos de Provedores no Marco Civil da Internet. **Revista Eletrônica Direito & TI**, v. 1, n. 1, p. 3, 2015. Disponível em: <https://direitoeti.emnuvens.com.br/direitoeti/article/view/14>. Acesso em: 1 ago. 2024.

DENÚNCIAS de crimes de discurso de ódio e de imagens de abuso sexual infantil na internet têm crescimento em 2022. **Safernet**, 2023. Disponível em: <https://new.safernet.org.br/content/denuncias-de-crimes-de-discurso-de-odio-e-de-imagens-de-abuso-sexual-infantil-na-internet#mobile>. Acesso em: 5 ago. 2024.

DIRETRIZES da Comunidade. **Instagram**, 2024. Disponível em: <https://www.facebook.com/help/instagram/477434105621119/>. Acesso em: 2 ago. 2024.

GAGLIANO, PabloStolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo curso de Direito Civil**. 22. ed. São Paulo: Saraiva, 2024.

KEMP, Simon. Digital 2024: Brasil. **Data Report**, 23 fev. 2024. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>. Acesso em: 3 ago. 2024.

MARK Zuckerberg: Fundador, presidente e diretor executivo. **Meta**, 2024. Disponível em: <https://about.meta.com/br/media-gallery/executives/mark-zuckerberg>. Acesso em: 7 ago. 2024.

REGRAS do X. **XCentral de ajuda**, 2024. Disponível em: <https://help.x.com/pt/rules-and-policies/x-rules>. Acesso em: 1 ago. 2024. Acesso em: 2 ago. 2024.

TERMOS de uso. **Facebook**, 2024 Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/terms>. Acesso em: 2 ago. 2024.

TERMOS de uso. **Instagram**, 2024. Disponível em: https://help.instagram.com/581066165581870/?helpref=uf_share. Acesso em: 2. ago. 2024.

TERMOS de uso do X. **X Termos de serviço**, 2024. Disponível em: <https://x.com/pt/tos>. Acesso em: 2 ago. 2023.