



**MPV 1068  
00037**

SENADO FEDERAL  
Senador TELMÁRIO MOTA – PROS/RR

**EMENDA  
(à MEDIDA PROVISÓRIA Nº 1.068 DE 2021)**

Dê-se ao título da seção II e ao inciso I do artigo 8º-A, da Medida Provisória 1.068 de 2021, a seguinte redação:

**"Seção II**

**Dos direitos e das garantias dos usuários pessoais e profissionais de redes sociais e de mensageria privada**

Art. 8º-A Aos usuários pessoais e profissionais, nas relações com os provedores de redes sociais ou de mensageria privada, são assegurados, no mínimo, os seguintes direitos, sem prejuízo do disposto na Seção I deste Capítulo:

VIII - transparência sobre quaisquer políticas, procedimentos, medidas e instrumentos utilizados para fins de assegurar o acesso não discriminatório de usuários pessoais e profissionais a aplicações de redes sociais e mensageria privada.

**JUSTIFICAÇÃO**

O Marco Civil da Internet trata sobre aplicações de internet de modo transversal e, justamente por causa disso, é mais principiológico e orientativo. Nesse sentido, devem ser assegurados direitos e garantias dos usuários, mas sem perder de vista a lógica na qual se insere o MCI.

Por causa disso, é positivo que haja maior transparência dos termos de uso de aplicações de redes sociais e mensageria privada, para que tanto o usuário pessoal como o profissional que dependem desse serviço possuam acesso não discriminatório. Esse diagnóstico levou, por exemplo, a União Europeia a aprovar o Regulamento 1150/2019. Nesse sentido, **88% dos**



SF/21123.87769-08



SENADO FEDERAL  
Senador TELMÁRIO MOTA – PROS/RR

**brasileiros que já acessaram a internet tem conta em redes sociais.** Em 2019, nas redes sociais com acesso a navegador, Facebook e Youtube foram os mais acessados. **Ao levar em conta os acessos por aplicativos, o WhatsApp alcança 85% dos usuários, seguido pelo Facebook<sup>1</sup>.**

Segundo dados do **CGI.br de 2018**, 67% das pessoas ofertaram produtos e serviços por redes sociais e **48% por aplicativos de mensagens** (WhatsApp, Skype ou Telegram)<sup>2</sup>.

Com a pandemia e a crescente **digitalização do varejo brasileiro**, temos a oportunidade de incentivar a recuperação econômica desses empreendedores e profissionais liberais que dependem das plataformas digitais e, simultaneamente, assegurar que essa atividade se dê em conformidade com a legislação brasileira de defesa do consumidor. Nesse sentido, **37% das vendas do varejo online se deram por redes sociais, 52% por marketplace** (redes sociais de viabilização do comércio eletrônico), **17% por plataforma gratuita** (tal qual mensageria privada). **Contrariamente, apenas 11% dos varejistas utilizam site próprio e apenas 7,2% utilizam aplicativos mobile próprios.**<sup>3</sup> Fica claro, portanto, como os pequenos e médios empreendedores, dependem de aplicativos de troca de mensagens instantâneas e de redes sociais de comércio eletrônico dominantes para ofertar produtos e serviços aos consumidores, beneficiados com maior liberdade de escolha.

Sala das Sessões, 09 de setembro de 2021.

Senador TELMÁRIO MOTA  
PROS – RR

<sup>1</sup> Cadernos de Plataformas Digitais do CADE, p. 54.

<sup>2</sup> Cadernos de Plataformas Digitais do CADE, p. 72. <https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/cadernos-do-cade/plataformas-digitais.pdf>

<sup>3</sup> Dados do Sebrae, 2020 - Cadernos de Plataformas Digitais do CADE, p. 31.

