

**GRUPO DE TRABALHO DESTINADO A ANALISAR E ELABORAR PARECER AO PROJETO DE LEI Nº 2630, DE 2020, E APENSADOS, QUE VISA AO APERFEIÇOAMENTO DA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA REFERENTE À LIBERDADE, RESPONSABILIDADE E TRANSPARÊNCIA NA INTERNET**

**RELATÓRIO DO GRUPO DE TRABALHO APERFEIÇOAMENTO DA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA – INTERNET**

O presente Relatório foi elaborado por Grupo de Trabalho criado, em 21/06/2021, pelo presidente da Câmara dos Deputados, Arthur Lira, por meio de Ato do Presidente publicado no Diário da Câmara dos Deputados, Suplemento, páginas 5-6, de 23/06/2021, com o propósito de analisar e elaborar parecer ao projeto de lei nº 2630, de 2020, e apensados, que visa ao aperfeiçoamento da legislação brasileira referente à liberdade, responsabilidade e transparência na internet. Em 4/10/2021, novo Ato do Presidente prorrogou por 90 dias, a partir de seu vencimento, o prazo para que o referido grupo concluísse suas atividades.

Para a condução dos trabalhos foi nomeada presidente do Grupo de Trabalho a deputada Bruna Furlan e como relator o deputado Orlando Silva, tendo como membros os deputados Filipe Barros, Paulo Eduardo Martins, Silvio Costa Filho, Sóstenes Cavalcante, Gustavo Fruet, Lídice da Mata, Luiza Erundina, Felipe Rigoni, Natália Bonavides, Rui Falcão e Vinicius Poit.

O Grupo de Trabalho realizou, presencial e remotamente, 27 reuniões técnicas e deliberativas, incluindo a realização de 15 audiências públicas, com a participação de mais de 150 especialistas na matéria, que tiveram a oportunidade de amplo e profícuo debate sobre o tema.

Abaixo, encaminhamos a proposta deste Relatório contendo análise e parecer, na forma de relatório e voto, bem como uma proposta de substitutivo ao Projeto de Lei nº 2630, de 2020, e apensados.

## **PROJETO DE LEI Nº 2.630, DE 2020**

(APENSO PROJETOS DE LEI Nº 3063/2020, 3144/2020, 3627/2020, 1676/2015, 2712/2015, 346/2019, 283/2020, 2854/2020, 3029/2020, 2883/2020, 649/2021, 3119/2020, 1589/2021, 2393/2021, 3395/2020, 291/2021, 449/2021, 3573/2020, 213/2021, 495/2021, 2401/2021, 127/2021, 246/2021, 1362/2021, 865/2021, 2390/2021, 10860/2018, 5776/2019, 475/2020, 4418/2020, 1743/2021, 3389/2019, 4925/2019, 5260/2019, 437/2020, 2284/2020, 6351/2019, 517/2020, 3044/2020, 1590/2021, 2763/2020, 6812/2017, 7604/2017, 9647/2018, 2601/2019, 2602/2019, 8592/2017, 9554/2018, 9533/2018, 9761/2018, 9838/2018, 9884/2018, 9931/2018, 200/2019, 241/2019, 3307/2020, 693/2020, 705/2020, 1394/2020, 988/2020, 1923/2021, 1258/2020, 1941/2020, 2389/2020, 2790/2020, 1001/2021, 2196/2020)

Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet.

**Autor:** SENADO FEDERAL; Senador  
ALESSANDRO VIEIRA

**Relator:** Deputado ORLANDO SILVA

## **I - RELATÓRIO**

Vem ao exame deste Plenário o Projeto de Lei nº 2.630, de 2020, de autoria do Senador Alessandro Vieira, para disciplinar regras de transparência para provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada, com a finalidade de garantir segurança e ampla liberdade de expressão, comunicação e manifestação do pensamento.

No capítulo I, a proposta estabelece os princípios pelos quais a lei será pautada, incluindo, por exemplo, o princípio da transparência nas regras para veiculação de anúncios e conteúdos pagos. Em seguida, delinea os objetivos da lei, destacando o fortalecimento do processo democrático, a defesa da liberdade de expressão e o impedimento da censura no ambiente online, a busca por maior transparência das práticas de moderação de conteúdos postados por terceiros em redes sociais e a adoção de mecanismos e ferramentas de informação sobre conteúdos impulsionados e publicitários disponibilizados para o usuário. Ao final, o capítulo preceitua as definições relevantes que serão usadas na aplicação da lei.

No Capítulo II, a proposição estabelece regras gerais e específicas de responsabilidade e transparência no uso de redes sociais e de serviços de mensageria privada. Dentre as regras gerais, o projeto de lei veda o funcionamento de contas inautênticas e de contas automatizadas não identificadas como tal, bem como prevê a possibilidade da exigência de confirmação de identificação de usuários e responsáveis pelas contas. Há, ainda, a previsão de adoção de procedimentos de moderação, assegurando aos usuários o direito de reparação por dano individualizado ou difuso aos direitos fundamentais e o direito de recorrer da indisponibilização de conteúdos e contas.

Especificamente para os serviços de mensageria privada, há previsão de limitar o número de encaminhamentos de uma mesma mensagem a usuários ou grupos, e de consentimento prévio do usuário para inclusão em grupos de mensagens. Para os provedores de redes sociais há obrigações, por exemplo, de produção de relatórios trimestrais de transparência e de identificação de todos os conteúdos impulsionados e publicitários.

No Capítulo III a proposta aborda a atuação do Poder Público, disciplinando as contas de redes sociais utilizadas por entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, e dos agentes políticos, bem como determinando regras de transparência sobre dados de contratação de serviços de publicidade e propaganda ou de impulsionamento de conteúdo por meio da internet.

O Capítulo IV prevê a criação de um Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet, que terá como atribuição a realização de estudos, pareceres e recomendações sobre liberdade, responsabilidade e transparência na internet. Caberá ao Conselho, dentre outras competências, elaborar código de conduta para redes sociais e serviços de mensageria privada, a ser avaliado e aprovado pelo Congresso Nacional, avaliar a adequação das políticas de uso adotadas pelos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada e avaliar os procedimentos de moderação adotados pelos provedores de redes sociais, bem como sugerir diretrizes para sua implementação.

O Capítulo V carrega regras de autorregulação regulada, prevendo que provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada poderão criar uma instituição de autorregulação voltada à transparência e à responsabilidade no uso da internet. O objetivo, entre outros, é aperfeiçoar regras e procedimentos para decidir sobre a adoção de medida informativa e disponibilização de um serviço eficiente para encaminhamento de reclamações.

O Capítulo VI preceitua sanções a serem aplicadas pelo Poder Judiciário nos casos de descumprimento da lei, prevendo penalidades de advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas e de multa de até 10% do faturamento do grupo econômico no Brasil no seu último exercício.

Nas disposições finais, constantes do Capítulo VII, o projeto de lei aduz obrigação de nomeação de representantes legais no Brasil para provedores de redes sociais e serviços de mensageria privada, cria novos requisitos para formação do cadastro de telefones pré-pagos e novas hipóteses de improbidade administrativa contra os princípios da administração pública.

Ainda em 2020, foi realizado o Ciclo de Debates Públicos para discussão do PL nº 2.630/2020, que Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, contou com a realização de onze mesas de discussão e a participação de 72 especialistas e numerosos deputados, transmissão aberta pelo Youtube e ativa participação dos internautas pelo e-Democracia. Apresentaremos a seguir uma síntese das principais questões discutidas no Ciclo e, ao final, um resumo de cada uma das mesas.

A Mesa 1 discutiu a importância de uma lei para o combate à desinformação. Houve consenso em sua necessidade para o contexto brasileiro, principalmente devido aos comportamentos inautênticos e à disseminação de informações falsas ou distorcidas, porém sem vigilantismo e barreiras à inovação. A Mesa 2 foi voltada à transparência das ações pelas plataformas. Houve concordância acerca da importância da publicação de relatórios contendo as ações de mediação das plataformas. A Mesa 3 debateu as práticas de moderação de conteúdos e, embora tenha havido harmonia acerca da importância do conhecimento e da publicação dos mecanismos utilizados pelos

aplicativos, foi manifestada apreensão quanto a: excessivos detalhamentos de condições na Lei; aumento da posição dominante das plataformas; dificuldades de implementação por empresas pequenas; e a redação do art. 12. A Mesa 4 focou em publicidade e impulsionamento de conteúdos. O impulsionamento foi considerado positivo devido ao barateamento das campanhas publicitárias, porém houve críticas quanto à falta de responsabilização das plataformas pelos anúncios veiculados, falta de simetria regulatória com os demais veículos de comunicação de massa. Também foi levantada a questão do tratamento de conteúdos eleitorais naquela esfera. A Mesa 5 discutiu a desinformação e seu impacto na democracia. Aqui houve um mosaico maior de posicionamentos, com opiniões conflitantes com relação à autorregulação e ao Conselho do Congresso Nacional previsto para o acompanhamento da futura lei. Houve consenso, porém, quanto à morosidade da justiça e o perigo que a rastreabilidade prevista no art. 10 impõe às liberdades individuais. A Mesa 6 se concentrou nos procedimentos de identificação de contas, tendo havido grande consenso em se considerar a possibilidade de coleta de documentos desproporcional e ineficaz. A Mesa 7 discutiu a mensageria privada e houve certa unicidade em considerar a guarda dos metadados perigosa para a privacidade, assim como ineficaz para identificação dos autores originários da desinformação. A Mesa 8 abordou as implicações da tecnologia na soberania nacional, quando foram expressadas preocupações quanto à vulnerabilidade gerada pela centralização da guarda dos dados apenas no território nacional e a dificuldade do exercício da soberania devido à natureza global da internet. A Mesa 9 tratou do financiamento da desinformação. Houve concordância quanto à necessidade de desmonetização dessa “indústria”, que inclui a participação de agentes públicos, e discordâncias quanto à necessidade ou não de novos tipos penais para coibir essa prática. A Mesa 10 tratou da questão da educação midiática, quando o consenso foi mais generalizado, sendo apontada a necessidade de maior detalhamento das possíveis ações educativas e de integração com a Base Nacional Comum Curricular. A Mesa 11, focada na questão do discurso de ódio, indicou a necessidade da transparência nos processos de moderação, porém sem consenso acerca da melhor forma.

Foram realizadas também 1 reunião no âmbito da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicações e Informática – CCTCI e 14 reuniões no âmbito do Grupo de Trabalho, com um total de 15 audiências públicas, cujo conteúdo passamos a relatar a seguir.

A 1ª audiência pública, que ocorreu em 06/08/2021, no âmbito do grupo de trabalho, tratou do tema “Caminhos Regulatórios para Enfrentar a Desinformação”. A Sra. Ana Paula Bialer, destacou que é importante traduzir os conceitos estrangeiros para a realidade brasileira. Desfocar a discussão das plataformas e focar em quem faz o malfeito. Defendeu que há 2 caminhos, um mais tradicional, com legislação prescritiva e estruturas sancionatórias, e outro menos engessado, mais colaborativa ou autorregulação. Esta última tem mais frutos positivos num ambiente de grande inovação, como a internet. Exemplo é o código de conduta europeu. O Sr. Carlos Affonso Souza defendeu a possibilidade da atividade de moderação dos provedores de aplicações, que é importante. Criar regras para a moderação, vedando ou restringindo suspensões de contas pode ser problemático. Teceu comparações com a legislação americana para dizer que, no Brasil, não existe imunidade para moderações que são ilícitas, não fazendo sentido, portanto, retirar um direito inexistente. O melhor seria deixar claro que a moderação pode ser feita e que deve ser transparente e efetiva. A Sra. Clara Iglesias Keller - Coordenadora do Digital Disinformation Hub do Leibniz Institute for Media Research, ressaltou a necessidade dos esclarecimentos de alguns conceitos, como os de desinformação e de contas automatizadas. Disse ser interessante identificar questões atinentes à regulação dos conteúdos, direcionamento de publicidade e ferramentas para combater a desinformação. Estratégias de regulação devem, segundo ela, se afastar da regulação direta de conteúdos e focar na transparência e monitoramento das obrigações da lei. Mecanismos de autorregulação podem ser oportunos. O Sr. Demi Getschko - Diretor-Presidente do Nic.br discorreu sobre conceitos básicos da internet, destacou que o Brasil já tem um marco legal para a internet e que se deve tomar cuidado para legislação não se tornar obsoleta rapidamente. A Sra. Laura Moraes, Coordenadora Sênior de Campanhas de Advocacy na AVAAZ, defendeu que a proposta deve centrar-se na legislação nos direitos dos usuários. O objetivo deveria mais ser transparência e acesso à informação e não a

remoção de conteúdos. Há uma falta de clareza no texto sobre as competências fiscalizatórias estabelecidas no PL. Os dados devem estar disponíveis para sabermos que o acontece dentro das plataformas e para os pesquisadores. Em seguida, a Sra Raquel Saraiva destacou o art. 19 do MCI, que desestimula a censura nos meios virtuais. Aduziu pela adoção de critérios claros de remoção e edição de conteúdo para os usuários e também de relatórios de transparência sobre as atividades dos provedores para o público em geral. Defendeu que art. 10 do texto do Senado deveria ser alterado, pois implica vigilância massiva, relativizando os direitos à privacidade. A Sra. Renata Mielli, Coordenadora do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé discorreu sobre a desinformação e a degradação da esfera pública de debate e que a discussão deve se pautar pela tentativa de melhorar esse ambiente. Seria equívoco regular tipos de discurso ou o que o usuário pode fazer, porque seria dar até mais poder para as grandes empresas privadas de tecnologia. Destacou que há um consenso maior sobre processos de transparência e menor opacidade, com obrigações de relatórios periódicos. A moderação é necessária, mas o poder não pode ser indiscriminado e seria de bom tom a criação de um devido processo legal para a moderação. O Sr. Renato Franco de Moraes disse que o PL parece atribuir uma excessiva responsabilidade sobre os provedores de internet. Há algumas normas no PL que não são principiológicas, como por exemplo a vedação de contas inautênticas e automatizadas, que pode trazer problemas. Opinou que o sistema do MCI para remoção de conteúdo, tirante a notificação do usuário, funciona bem. Não seria necessário criar uma instância recursal dentro do próprio provedor, o que engessaria o procedimento e quem decidirá o ponto no final será o juiz.

Na 2ª audiência pública, realizada em 10/08/2021, com o tema “Medidas de Transparência e da Prestação de Contas”, a Sra. Rebeca Garcia, Gerente de Política Públicas do Facebook no Brasil, sustentou que se deve evitar a tentação de elaborar uma proposta muito restritiva, o que não significa se debater a possibilidade de regulação, mas sempre com neutralidade tecnológica. Destacou que a transparência não é um fim em si mesma, mas deve permanecer útil à medida que os desafios mudam. Em seguida, a Sra. Ramênia Vieira, do Intervozes, defendeu o avanço na transparência das plataformas e na prestação

de contas dessas entidades. Os usuários devem conhecer amplamente as políticas de moderação adotadas e as plataformas devem ser transparentes quanto aos mecanismos de curadoria, quando e como o algoritmo afeta a expressão dos usuários. O Sr. Thiago Rondon, Diretor-Executivo do App Cívico e Coordenador Digital de Combate à Desinformação do Tribunal Superior Eleitoral – TSE, discorreu sobre iniciativas de combate às notícias falsas, como a Coalização de Checagem, entre outras. Destacou que grande da população não tem acesso a dados e essas iniciativas trabalham nesse sentido. Deve-se, argumentou, evitar retrocessos, e garantir conquistas importantes como direito à criptografia e debater a responsabilidade por transparência no espaço público sobre desmonetização, remoção de conteúdo. O Sr. José Renato Laranjeira, Diretor do Laboratório de Políticas Públicas e Internet – LAPIN, notou que tratamentos automatizados de dados podem acarretar erros de decisão. Por isso, a transparência deve ser garantida proporcionalmente ao público-alvo. A transparência deve diferenciar qual tipo de moderação foi utilizada e qual seu impacto e justificabilidade, devendo manter-se o viés humano. O Sr. Ricardo Campos, Diretor do Instituto Legal Grounds for Privacy Design – LGPD, aduziu que estamos caminhando para uma 2ª fase da internet, deixando de ter relação mais horizontais e caminhando para relações mais verticais e intermediadas. Sobre a moderação de conteúdo, afirmou que a liberdade de expressão de quem está dentro de plataformas privadas é gerenciada de forma privada, o que pode gerar uma crise. O sistema europeu, ao invés de delegar tal decisão para o Judiciário, obrigou às plataformas o desenvolvimento de um procedimento simples que reclamação dentro da própria plataforma. Isso não daria mais poder para a plataforma, sendo diferente da técnica do bom samaritano. Sobre autorregulação regulada, que é aplicada na Alemanha pela NETZDG, afirmou que seria um exemplo de implementação interessante. O Sr. Diogo Moyses Rodrigues, Coordenador do Programa de Telecomunicações e Direitos Digitais do Idec, lembrou da visão consumerista em relação ao tema da regulação das plataformas digitais. Destacou que os termos de uso devem claros e acessíveis e as regras de remoção de conteúdo devem ser comunicadas de forma simples e transparente. Deve haver, nesses casos devido processo e apelação, que estão dentro da qualidade da prestação do serviço. Mesmo que se abra mão da notificação sobre determinados conteúdos, o direito à informação deve

permanecer. Em relação à prestação de contas deve haver transparência quanto ao direcionamento e o impulsionamento, devem estes serem públicos.

Na 3ª audiência pública, realizada em 12/08/2021, com o tema “Moderação de Conteúdos e Liberdade de Expressão”, a Sra. Alana Rizzo, Gerente de Relações Públicas do YouTube, destacou que o YouTube tem mais de 2 bilhões de usuários no mundo e que o conteúdo reflete a realidade das discussões na vida real. Que a plataforma possui regras e que removem 10 milhões de vídeos por trimestre. Em seguida abordou as políticas das plataformas para a remoção de conteúdos que violam regras de comunidade. Indicou que há 3 avisos para remoção e um link para contestar a decisão da plataforma, o que gera redução de conteúdos duvidosos. Disse que o YouTube recompensa criadores de conteúdo dentro das regras e que vídeos impróprios representam apenas 0,18% dos conteúdos totais da plataforma. Frisou a importância da liberdade de expressão e o direito da plataforma de corrigir erros na moderação de seus conteúdos. Em seguida, o Sr. Jonas Valente, Professor Associado do Lapcom, Laboratório de Políticas de Comunicação da UnB, apontou que normas genéricas de moderação de conteúdos não têm sido suficientes. E que se deve trabalhar com uma regulação pública e democrática. Mas também não se deve permitir abuso por parte das autoridades públicas. Defendeu que o PL 2630 deve ter capacidade de atualização das normas e, portanto, o estabelecimento de uma autoridade supervisora parece interessante. Quanto aos procedimentos de moderação, deve haver garantia de notificação do usuário e Códigos de Conduta devem elencar os conteúdos que podem ser removidos imediatamente, sem um contraditório. O Sr. Márcio Novaes, Presidente da Abratel, Associação Brasileira de Rádio e Televisão, destacou a liberdade de imprensa e a vedação do anonimato. A liberdade de expressão das pessoas não impede a responsabilidade dos veículos de imprensa, ou dos intermediários. Sustentou que a dificuldade de separar o que é internet e o que é plataforma dificulta a construção de regras específicas para estas últimas. Nesse sentido, as plataformas deveriam assumir responsabilidades semelhantes àquelas incidentes sobre meios de mídia tradicionais. Deve-se acabar com assimetria regulatória entre ambos. Na sequência, a Sra. Tai Nalon, Diretora-Executiva do Aos Fatos, destacou o papel dos checadores de fatos e defendeu

a responsabilidade de autoridade de acordo com sua influência no cenário informativo. Sublinhou que a desinformação deveria ter foco no comportamento coordenado dos usuários e não das mídias e se deve também incentivar a aplicação de políticas transparentes de acesso a dados. Depois, o Sr. Paulo José Lara, Coordenador do Programa Direitos Digitais do Artigo 19, disse que a internet não deve ser reduzida às plataformas ou redes sociais e que o PL deve ser elaborado no sentido de aumentar o acesso à informação e incentivar o debate público. Deve-se dar prioridade sobre a liberdade de expressão e direitos humanos e não somente à transparência. A participação da sociedade civil e dos usuários das plataformas, aduziu, é essencial, além do Estado e das próprias plataformas. Argumentou que empresas não podem se utilizar do seu poder econômico para aumentar poder político. O Sr. Marcelo Träsel, Presidente da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo Abraji, disse que já temos diversos mecanismos que podem ser aplicados em casos de abuso em relação à desinformação. A prática jornalística deve ser protegida, evitando-se remoção de conteúdos jornalísticos apenas por discordar de seu teor. Informou que há um grande número de pedidos de remoção de conteúdo de por parte de políticos e descartou a necessidade da criação de um tipo penal de desinformação, mas que seria problemático fazê-lo, seja porque academicamente não está bem definido, seja porque muitos deles são voltados contra empresas jornalísticas. Por fim, o Sr. Diogo Coutinho, Professor de Direito Econômico da USP e Representante da ABIPAG - Associação Brasileira de Instituições de Pagamento disse que os lojistas dependem cada vez mais das plataformas online de pagamentos. Ou seja, o varejo depende das Big Techs, que têm elevado poder de mercado nos seus nichos de atuação, sendo verdadeiros *gatekeepers* da internet. Dessa forma, o acesso não discriminatório a essas plataformas deve ser garantido e a moderação de conteúdo não deve levar a práticas discriminatórias para pessoas que dependem desses meios de pagamento.

Na 4ª audiência pública, realizada em 17/08/2021, com o tema “Conteúdo Pago, Publicidade e Impulsionamento nas Redes Sociais”, destacamos a fala do Sr. Marcelo Bechara, de que se deve diferenciar a publicidade de impulsionamento. Nesse sentido, a liberdade de expressão seria diferente de direito à “viralização” do conteúdo do usuário. O Sr. Francisco Cruz

disse que anúncios distintos que precisam ser tratados de forma diferente. Publicidade política ou eleitoral deve receber maior atenção, por ser mais sensível. E também deve haver um tratamento diferenciado quando há recursos públicos envolvidos na publicidade. O Sr. Alexandre Gibotti defendeu que, como regra, toda vez que se publica um conteúdo impulsionado as plataformas deveriam ser co-responsabilizadas pelo conteúdo.

Na 5ª audiência pública, realizada em 19/08, com o tema "Protegendo a Democracia da Desinformação: uma Responsabilidade Compartilhada", o Sr. Diogo Rais falou em hipóteses de responsabilidade compartilhada entre diversos atores. Em seguida, a Sra. Monica Steffen afirmou que verificadores de fato são importantes e o Facebook trabalha hoje com mais de 80 verificadores, reduzindo o alcance das notícias consideradas falsas no feed. Na sequência, Mario Leite argumentou que a polícia civil encontra-se em condições precárias para combater os crimes online. O Sr. Marcelo Rech, por sua vez, defendeu a valorização da profissão de jornalismo, que serve como contraponto à divulgação das fake news pelas Big Techs. Depois, o Sr. Luiz Augusto faz uma defesa do uso de checadores de fatos na moderação de conteúdos por parte das plataformas digitais. Por fim, o Sr. Paulo Rená afirmou que a anonimidade é importante para denunciadores e a desinformação é feita por mensagens de pessoas conhecidas. Aduziu que soluções de rastreabilidade são muito preocupantes, porque a manutenção de registros da cadeia de encaminhamentos quebra a criptografia de ponta a ponta, entre outros problemas.

Na 6ª audiência pública, realizada em 24/08/2021, sobre o tema "Como Identificar Agentes Maliciosos sem Ferir a Proteção de Dados?", o Sr. Danilo Doneda, Professor do IDP, Instituto de Direito Público, defendeu que há problemas em relação à rastreabilidade com a proteção de dados pessoais, porque esta é massificada e incompatível com a ideia de minimização de riscos e contrária ao *privacy by design*. Mesmo a utilização restrita para grupos não é pertinente, havendo impropriedade em soluções estrangeiras que nem sequer foram implementadas devidamente. O melhor seriam sistemas com análise de metadados e denúncias de usuários. Em seguida, a Sra. Jaqueline Abreu, pesquisadora e membro da Comissão de Juristas PDP - Proteção de Dados

Pessoais defendeu que a Legislação brasileira já prevê vários tipos de formas de combate a ilícitos, como a interceptação, a busca e apreensão, etc. O problema seria a falta de recursos e treinamentos, que passam a impressão de falta de ferramentas de vigilância. Disse que a rastreabilidade vai na contramão da proteção de dados pessoais. É preciso focar em quem está à luz do dia, com perfis identificáveis, fazendo fake news. A diretora Miriam Wimmer, da Autoridade Nacional de Proteção de Dados, destacou que há uma preponderância da liberdade de expressão e que a LGPD não é uma norma anti-fake news, dizendo respeito à forma como os dados transitam na rede. E o problema é o direcionamento e a granularidade de outras formas de comunicação. Nesse contexto, deve-se cuidar para não tratar dados excessivamente, pois isso pode representar outros riscos. Por fim, defendeu que é precioso haver cautela em relação a regras de identificação e rastreamento, levando em conta o princípio da necessidade. A Sra. Bruna Martins Dos Santos, representante da Data Privacy Brasil, declarou que o combate à desinformação deve andar de mãos dadas com as políticas de proteção de dados pessoais. Também afirmou que a ANPD tem um caráter central na discussão de eventuais medidas de combate à desinformação. Segundo ela, a redação do atual art. 7º deixa os usuários vulneráveis a eventuais vazamentos de dados pessoais, especialmente de documentos de identidade. Acrescentou que os instrumentos de rastreabilidade propostos no PL são ineficazes, além de colocar a criptografia em risco. Após, a Sra. Samara Castro, membro INPD, declarou que um dos mais atuais e desafiadores debates é como identificar e punir perpetradores de crimes em ambiente digital sem ferir os princípios de privacidade e de proteção de dados. Reforçou que é fundamental definir critérios entre o que é comunicação interpessoal e o que é comunicação de massa. Um critério interessante, segundo ela, seria o da "porta de entrada" para a participação em cada ambiente virtual comunicacional. Finalmente, o Sr. João Brant, Diretor do Instituto Cultura e Democracia, afirmou que a desinformação é uma violação à liberdade de expressão e do acesso à informação confiável, plural e diversa. Defendeu também que a desinformação é um problema contemporâneo vultoso no Brasil, que tem repercussões negativas em diversos indicadores democráticos. Acrescentou que é um erro aplicar os ditames de privacidade e proteção de dados a uma parte dos serviços de mensageria que não deve ser considerado

mensagem privada, e sim comunicação social, com mensagens destinadas a um amplo público. Para ele, deve haver uma separação entre as funcionalidades de comunicação interpessoal e a comunicação viral ou de massa, inclusive por meio de lei.

Na 7ª audiência pública, realizada em 26/08/2021, com o tema “Como Combater a Desinformação nos Serviços de Mensageria Privada”, o Sr. Rony Vainzof, Secretário da CONIB argumentou que, quando as plataformas atingem um grande poder político e econômico, devemos exigir delas alguns comportamentos. O discurso de ódio deve ser coibido e os critérios de moderação devem ser aprimorados e a livre manifestação do pensamento deve ser sopesada para não ser extrapolada. A questão da guarda de logs é importante e deve ser preservada no texto da proposta. Quanto aos serviços de mensageria privada, deve-se diferenciar a comunicação interpessoal e a pessoal. Na sequência, o Sr. Diego Canabarro, Membro do ISOC - Internet Society, para a América Latina e Caribe, destacou que há riscos de obsolescência de se legislar com foco a apenas no tipo de serviço. Explicou que a criptografia é multidimensional, incluindo sua importância para autenticação das pessoas e máquinas e para garantir a privacidade e a viabilidade de investigações criminais. Alertou que a rastreabilidade do art. 10 deve ser rechaçada, pois há quebra de criptografia. Depois, o Sr. Pablo Ortellado, professor da USP, fez um contraponto, defendendo que os serviços de mensageria têm formatos de comunicação interpessoal, mas podem ser usados também para comunicação de massa de forma deletéria. A opacidade nos encaminhamentos incentivaria ilícitos e as investigações não dispõem de capacidade técnica para encontrar a origem da mensagem ilícita. Aduziu que o art. 10 não quebra a criptografia porque o reencaminhamento já é armazenado no servidor e o operador do sistema já guarda a mensagem. Assim, ele poderia guardar a mensagem sem descriptografar a mensagem. A Sra. Veridiana Alimonti, analista de Políticas Públicas para América Latina da EFF - Electronic Frontier Foundation, disse que as propostas do art. 10 criam hipóteses de guarda prévia e massiva de dados e são preocupantes em relação a direitos humanos e que os metadados podem ser usados para obter informações sobre as pessoas. O art. 10 pretende reverter proteções de privacidade a fim de criar nova

camada que possui conexão direta do metadado com o conteúdo da comunicação. Depois, o Sr. Claudio Henrique Ribeiro Da Silva, professor de Direito da Universidade Federal de Ouro Preto, destacou que a moderação das plataformas é muitas vezes arbitrária, com aplicação abusiva dos termos de uso. É perigosa uma lei que cria obrigações para que haja essa moderação e identificação de usuários. Já o art. 12 é importante para balizar as regras de moderação, mas pode servir para que a proceduralização da remoção de conteúdos dê um verniz, uma legitimidade, para a moderação abusiva de conteúdo das plataformas. Em seguida, o Sr. Dario Durigan, Diretor de Políticas Públicas do Whatsapp, disse que a empresa já adotou medidas exitosas para coibir abusos da liberdade de expressão, como reduzir as cadeias de encaminhamento. Em 2020, por exemplo, foi vedado o disparo em massa de mensagens, obrigação seguida pela empresa. Esse trabalho, segundo ele, vem sendo atingido sem rastreabilidade. O art. 10 acabaria por identificar todas as mensagens de encaminhamento em massa de usuários, violando a proteção de dados pessoais e os direitos dos usuários. Por último, o Sr. Ivar Hartmann, professor do INSPER, argumentou que o art. 10 não trata da rastreabilidade de quaisquer mensagens. E que há vários requisitos para que a rastreabilidade seja identificada. Seria apenas uma parcela ínfima das mensagens que seriam rastreadas e os dados que são gravados são os que indicam quais usuários realizaram encaminhamentos em massa da mensagem, com data e horário do encaminhamento e o quantitativo total de usuários que receberam a mensagem. Além disso, os dados só poderiam ser utilizados em prova de investigação criminal e em instrução processual penal, mediante ordem judicial. Por fim, ressaltou que não haveria quebra de criptografia, caso adotado o art. 10.

Na 8ª audiência pública, realizada em 31/08/2021, com o tema “Tecnologia E Soberania Nacional”, a Sra. Laura Schertel Mendes, professora da UnB e do IDP, defendeu que a liberdade de expressão não protege apenas individualmente, mas também a esfera pública digitalizada, a coletividade. Essa esfera pública deve ser funcional e saudável, com acesso a todos, prezando por informação de qualidade e a proteção de dados pessoais. O pressuposto da regulação soberana é que ela possa ser cumprida na sua jurisdição, mas não parece ser a diretriz maior, eis que vários Estados autoritários utilizam esse

argumento para praticar censura na internet. Sobre a rastreabilidade da comunicação, no art. 10, há uma desproporcionalidade entre aquilo que se pretende combater, a desinformação, e o volume de informações que são coletadas, provocando uma violação da privacidade. Em seguida, falou a Sra. Luiza Brandão, Diretora do IRIS, que defendeu que devemos escapar da ideia de soberania fechada, utilizada por Estados totalitários. Para ela, a soberania é uma via de mão-dupla, que requer reconhecimentos mútuos entre os vários países. O art. 32 determina que os provedores devem ter sede e nomear representantes legais no Brasil. A sede no Brasil não seria necessária, podendo prejudicar o país. Obrigar a ter representantes pode também comprometer inovações e atrativos para que novas empresas tragam seus negócios para o país. Na sequência, teve a palavra o Sr. Rodrigo Fragola, Presidente da Assespro/DF, que argumentou pela autorregulação como o princípio básico do PL e que deveria haver uma definição mais precisa do que é fake news. Limitar por lei o que as plataformas podem moderar é perigoso, pois amarra demais as possibilidades de autorregulação, inclusive na tecnologia utilizada. Já o art. 10 promove a vigilância em massa e ameaça a liberdade de expressão, devendo ser suprimido. Depois, a procuradora da República Fernanda Teixeira Souza Domingos disse que o problema não é o fato de a conta ser inautêntica, mas sim o seu uso ilícito. Para ela, o art.12, que trata da moderação, deveria ser mais explícito, colocando balizas mais precisas para a atividade de moderação das plataformas. Questões de pornografia infantil geralmente não são encaminhamentos em massa e parecem não ser atacadas pela proposta. Quanto ao art. 26, a procuradora afirmou que o Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet deveria ser contemplado com um representante do Ministério Público, um do Judiciário e um da OAB. Por fim, a obrigação da instalação de sede do provedor de aplicações no Brasil não seria necessária, aduziu, mas a obrigação de apontar um representante legal sim. O Sr. Ângelo José Mont Alverne Duarte, do Banco Central do Brasil, discorreu mais sobre aspectos da digitalização do mercado financeiro e defendeu que a lei deve ser elaborada a fim de estimular a entrada de novos competidores no mercado. Por fim, a advogada Patrícia Peck Pinheiro disse que as relações digitais possuem natureza transnacional e a pergunta é como fazer uma vigilância legitimada, sem colocar em riscos os direitos civis e os direitos fundamentais. Para ela, a

responsabilidade deve ser compartilhada quando o que temos são pessoas que estão contribuindo simultaneamente para a existência da internet. No art. 32, o melhor seria colocarmos a necessidade de representantes e não obrigar a se ter uma sede no país.

Na 9ª audiência pública, realizada em 02/09/2021, com o tema “Aumentando a Conscientização sobre a Desinformação: o Papel da Educação”, a Sra. Patrícia Blanco, Presidente-Executiva do Instituto Palavra Aberta, disse que a desinformação é tema complexo, que se transpôs do ambiente analógico para o digital e possui 3 eixos fundamentais: (i) conscientização da população, mostrando riscos e prejuízos da desinformação; (ii) punição para aqueles que, de forma dolosa, disseminam desinformação; (iii) mais poder para o cidadão para criticar cada informação que recebe. Na sequência, Caio Machado, Diretor-Executivo do Instituto Vero, afirmou que a pesquisa é essencial para compreendermos o problema e darmos soluções para a sociedade, que deve-se exigir transparência das plataformas e cobrar que haja educação de mídias e capacidades digitais. Notou que o art. 21 do PL devia introduzir essa necessidade na base curricular, sendo a educação uma forma de modular comportamentos. Ou seja, sustentou que a moderação deve ter um fator educativo. A Sra. Natália Leal, CEO da Agência Lupa News, destacou que a agência Lupa tem hoje mais de 20 colaboradores e é uma agência independente. Quanto ao art. 21, este deveria contemplar obrigações sobre educação midiática. Os checadores de fatos, na sua visão, aumentam o custo da mentira em qualquer ambiente e a atividade de checagem não precisa de uma regulação própria e nem de novas regras, porque já é jornalismo. O arcabouço de direito já contemplaria as principais infrações criminais na desinformação. Em seguida, a Sra. Ângela Pimenta, Diretora de Operações do PROJOR, discorreu sobre os tipos de desinformação nos meios digitais, destacando o falso contexto de algumas notícias e o *deep fake*. Explicou as 3 fases da desinformação, que começa com a criação, passa pela reprodução e termina na sua distribuição. Rejeitou nova tipificação no combate à desinformação, pois o próprio jornalismo pode acabar perdendo e notou que crimes contra a honra e a previsão de indenização civil já seriam suficientes. Na sua opinião, o foco deve ser no método de distribuição de conteúdos digitais, com a promoção de conteúdos

factualmente verificados. O Sr. Sérgio Lüdtke, Editor-Chefe do Projeto Comprova, explicou como funciona o Comprova, que trabalha colaborativamente com fontes originais e como se difere dos fact-checkers comuns. Defendeu que o trabalho de checagem é jornalismo e que não checam veículos jornalísticos, mas sites que se passam por jornalísticos, utilizando monitoramento por softwares para identificar notícia com grande volume de circulação. O professor Sérgio Amadeu Da Silveira, da UFABC - Universidade Federal do ABC, falou sobre os elementos fundamentais da desinformação. Afirmou que a comunicação distribuída inverteu o fluxo em relação à comunicação de massa, mostrando que hoje é mais fácil falar e difícil de ser ouvido e que a desinformação não se baseia na desinformação, mas na espetacularização. A criminalização, para ele, não é a saída. Em relação ao art. 10, defendeu que gera uma guarda de informações em *looping*, gerando uma vigilância exacerbada, e que ferramentas de disparo em massa da própria plataforma devem ser proibidas, com maior transparência na atuação dos algoritmos. Finalmente o Sr. João Feres Júnior, Coordenador do LEMEP - Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública da UERJ, destacou que a desinformação no Brasil é bem anterior às redes sociais, tendo a grande mídia como protagonista. Que os jornais muitas vezes publicam apenas parte negativa de determinadas situações e que a educação é importante, mas regulação é fundamental. Disse que empresas privadas de jornalismo têm pouquíssima transparência na forma como geram a notícia e agências de checagem de fato costumam não checar a grande imprensa.

Na 10ª audiência pública, realizada em 09/09/2021, com a tema “Diversidade de Plataformas e Regulação Assimétrica”, a Sra. Natália Neris, representante do Twitter, compartilhou a visão de uma internet aberta, global e única e que o Twitter defende esse modelo. O serviço da plataforma é servir à conversa pública. Destacou importantes princípios da internet: (i) ser global; (ii) ter confiança é essencial; (iii) deve haver escolha e controle sobre algoritmo de recomendação de classificação; (iv) a moderação é mais do que deixar ou remover, deve dar orientações claras. Aduziu que o Brasil deve manter e reforçar os princípios do Marco Civil da Internet. Depois, o Sr. Marcel Leonardi, representante da FGV, destacou que monopólios podem ser aparentes e chegar

ao fim rapidamente com o avanço tecnológico e por isso não se pode focar numa fotografia da realidade. Disse que a regulação dos grandes pode anular o surgimento de pequenas empresas e que é necessário um debate sobre regulação local versus internet global. Corre-se o risco, segundo Marcel, de regular atores locais, deixando de fora os pequenos e deixando de fora também empresas que não têm representação legal do Brasil. O Sr. Felipe Carmona Cantera, Secretário Nacional de Direitos Autorais e Propriedade Intelectual, ressaltou a importância do Marco Civil da Internet para a liberdade de expressão e a dificuldade de se identificar precisamente uma notícia falsa. Afirmou que é difícil nomear um paladino da verdade. Sobre a Medida Provisória nº 1.068/2021, destacou que esta coíbe a veiculação de notícias falsas ou crimes. Afirmou que as redes sociais não dão nenhuma justificativa ou direito de defesa para remoção ou bloqueio de conteúdos de seus usuários. Por último, falou o Sr. Sérgio Branco, Representante da Coalizão Direitos na Rede, que defendeu inexistir um direito à publicação, porque não havia um dever correspondente de não publicar. Explicou que os direitos autorais podem ser patrimoniais, com valor econômico e direitos morais, de cunho pessoal e não econômico. Portanto, não haveria, em princípio, violação de direitos autorais caso a obra seja excluída de uma determinada plataforma da internet.

Na 11ª audiência pública, realizada em 14/09/2021, com o tema das “Boas práticas no combate à desinformação durante a Pandemia de Covid-19”, o Sr. João Guilherme Bastos Dos Santos, Representante do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital, levantou 3 pontos: (i) redes sociais compõem um sistema de informações virais, com cada plataforma agindo de uma forma. Cada tema preocupante pode estar em plataforma diferentes; (ii) a pandemia descentraliza a informação, pois gera um ganho imediato e individual e ela descentraliza os atores porque acaba descentralizando as fontes de renda; e (iii) o debate de fake news deve andar junto com o de proteção de dados, pois é o que potencializa e direciona a divulgação das notícias falsas. Em seguida falou o Sr. João Henrique Rafael Junior, Idealizador da UPV - União Pró-Vacina, afirmando que a confiança do brasileiro em vacinas já estava caindo desde 2015. Durante a Covid, a intenção de se vacinar caiu ao final de 2020 com o avanço da desinformação, mas voltou

a subir em 2021. Informou que pesquisas indicam que as razões da perda de confiança estavam relacionadas com teorias conspiratórias e notícias falsas e que as plataformas são imprescindíveis com alertas sobre conteúdos falsos. Na sequência, o Sr. Thiago Tavares, presidente da SaferNet Brasil, sustentou que é preciso diferenciar a desinformação da informação meramente ruim, ou de baixo nível e discorreu sobre a dinâmica e os passos da propaganda falsa. Importante notar que há também campanhas de desinformação que vêm de fora do Brasil, o que pode representar ameaças à soberania nacional. Disse que a questão monetária é bastante relevante, porque gera incentivos distorcidos e as plataformas devem retirar a possibilidade de *cash-out* em sites criminosos ou que veiculam desinformação. O Sr. Mathieu Turgeon, professor do Departamento de Ciência Política da Western University, afirmou que o fator de risco das notícias falsas é a alteração da disposição cognitiva e a confirmação de vieses e visões políticas e que a repetição da informação torna o ser humano tendente a nela acreditar, criando uma ilusão da verdade. O que podemos fazer? Segundo o professor, mecanismos de verificação das plataformas e da mídia, alfabetização digital, remover robôs e contas automatizadas. Não se deve proibir fake news ou teorias da conspiração por lei, pois são conceitos abertos que podem inspirar desconfiança na atuação estatal. A Sra. Estela Aranha, membro do Instituto Brasileiro de Ciências Criminais – IBCCrim, disse não haver bala de prata para as Fake News e que é necessária mais moderação pelas plataformas e não menos moderação, como propõe a MP 1.068/2021. Disse que o art. 10 fica direcionado a apenas um serviço e a guarda dos registros coloca em riscos a proteção de dados e o sigilo das comunicações. É muito risco e bastante ônus para uma medida que é ineficaz. Afirmou ser importante criar a possibilidade concreta de identificação da porta lógica dos propagadores de Fake News, o que muitas vezes não ocorre com o Marco Civil da Internet.

Na 12ª audiência pública, realizada em 16/09/2021, com o tema da “Impactos de uma lei contra desinformação no ecossistema de inovação”, o Sr. Diego Dorgam, professor de Engenharia de Software da UnB, disse que os serviços de mensageria privada e de redes sociais são cada vez mais semelhantes e é quase impossível diferenciar o modo como as pessoas acessam conteúdo em ambos. Dessa maneira, seria oportuno tomar cuidado

para não criminalizar a tecnologia, mas as pessoas que eventualmente produzam conteúdo ilícito. Assim, deve-se tomar cuidado porque a identidade digital está hoje associada a um número de celular que não garante a verdadeira identidade. Em seguida, o Sr. Marcelo Lacerda, da Câmara Brasileira da Economia Digital - [camara-e.net](http://camara-e.net), discorreu sobre a digitalização do mercado de trabalho, com a tecnologia gerando crescimento econômico e oportunidades para pessoas e empresas. Defendeu a adoção de uma *smart regulation*, que traga a cooperação entre setor público e privado e leve em conta a evolução constante da tecnologia, inserida sempre num contexto em fluxo. Opinou que as diferenças entre plataformas devem ser levadas em consideração, com neutralidade tecnológica. Notou que existem abordagens não regulatórias, inclusive por meio de educação midiática, que devem ser consideradas, além de códigos de conduta. O Sr. Fabro Steibel, do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro - ITS-Rio, afirmou que o ideal seria alterar o Marco Civil da internet e não criar uma nova legislação especializada e que as fake news foram politizadas por causa das eleições, mas são um problema já antigo. O remédio para esse problema, disse, parece voltar-se para os serviços de mensageria, sendo que o que está em jogo é a moderação de conteúdos e a forma do projeto de lei está muito vinculada à forma como as grandes plataformas funcionam. O problema é que a proposta pressupõe o uso de dados pessoais e coloca em risco a criptografia, o que pode gerar vigilância em massa. A Sra. Tatiana Ribeiro, Diretora-Executiva do Movimento Brasil Competitivo – MBC, afirmou que há riscos indesejados com o PL, que podem impactar o ecossistema da internet no Brasil e lembrou que a lei de Liberdade Econômica pode evitar alguns abusos regulatórios. Notou que seria oportuno que houvesse análises de impacto regulatório e os custos de transações levassem em conta custos e benefícios de impor uma regulação nos moldes sugeridos. Por fim, o Sr. Wanderley Mariz, Diretor de Políticas Públicas do Kwai, destacou 3 elementos importantes: a compatibilidade e sinergia com a LGPD, a flexibilidade na previsão das normas, e a adoção de mecanismos de autorregulação, cobrando regras claras dos agentes do Estado. Em seguida, o Sr. Maurício Moura, fundador da IDEIA Big Data, disse que pesquisas mostram que os brasileiros não confiam muito em conteúdos tradicionais de jornalismo e a maioria já admitiu ter compartilhado fake news. Seria preciso fazer com que a LGPD fosse realmente adotada e

implementada durante os pleitos eleitorais. Informou que o Canadá criou uma legislação com foco na transparência do processo eleitoral e disse que a responsabilização deveria recair sobre os autores e não plataformas, embora a ação de bloqueio dos conteúdos deva ocorrer de forma rápida. Defendeu que monitorar indivíduos não é a saída boa, pois cria um precedente perigoso e que o ideal é identificar quem financia esse sistema de notícias. O Sr. Robson Lima, presidente da Associação Brasileira dos Operadores de Telecomunicações e Provedores de Internet, sustentou que o problema não é a internet ou a tecnologia, mas a sociedade. Em alguns casos, defendeu, é necessário identificar os números de IP para identificar crimes, como chacinas em escolas, pedofilia e sequestros e, portanto, necessário haver remoção e bloqueio de conteúdos com celeridade em casos mais graves, antes que uma tragédia ocorra. Enfim, o Sr. Leandro Alvarenga Miranda, diretor jurídico da Associação Nacional de Bureaus de Informação disse que o PL faz uma transferência de responsabilidade do Poder Público para entes privados, no sentido de que essas empresas devem fazer uma autorregulação. Isso geraria um risco de se punir as empresas, enquanto o ideal é a punição dos malfeitores. A desinformação deve ser combatida, mas não ao custo daqueles que geram empregos. Sobre as contas não autenticadas, considera que pode ser criada uma restrição aos direitos dos usuários que desejam usar pseudônimos, por exemplo. O art. 10, na sua consideração, pode entrar em conflitos com a LGPD, ao sugerir a identificação e rastreamento dos usuários.

Na 13ª audiência pública, realizada em 21/09/2021, com o tema da “Criminalização da Desinformação - Uma boa saída?”, o Sr. Marlon Reis, representante do Movimento de Combate a Corrupção Eleitoral, defendeu que a solução no âmbito penal não é eficiente em todos os casos e que o ideal seria a tipificação penal apenas para condutas mais extremas, no caso de organizações criminosas que se mobilizam financeiramente de forma ilícita para influência eleitoral e de forma massiva. Fora do âmbito criminal, o PL poderia ter mecanismos mais céleres, no campo cível e eleitoral, para impedir que as notícias falsas se espalhem facilmente. No campo eleitoral, poderíamos ter alguma sanção de inelegibilidade, com rito próprio e com representação especial. O Sr. Fernando Neisser, da Academia Brasileira de Direitos Eleitoral e

Político - Abradep, disse que as máquinas da desinformação são baseadas num tripé: primeiro as ideias mentirosas, depois as plataformas que são as vias de acesso ao usuário e, por fim, há também intermediários que fornecem bancos de dados informais e mascaram as origens das remessas que tornam o trabalho investigativo mais difícil. A notícia falsa só ganha importância penal quando repercute na sociedade. Não faria sentido, segundo o palestrante, fazermos o controle pelo conteúdo, mas pelas estruturas montadas para disseminar as notícias falsas. Lembrou que o art. 870 do Código Eleitoral, recentemente alterado, é um bom exemplo de tipo penal que pode ser eficaz e que a rastreabilidade do art. 10 é bastante preocupante para a privacidade. O Sr. Carlos Oliveira, da UnB, afirmou que as pessoas usam os mesmos mecanismos para processar informação verdadeira e falsa e esses mecanismos são baseadas em influência prévias, havendo elementos psicológicos que estabelecem vieses na recepção da informação e o partidarismo exerce um forte condicionamento. A pergunta é se as soluções postas conseguem corrigir isso. Aventou que a tentativa de correção muitas vezes produz mais confirmação do viés e que o melhor seria que houvesse maior circulação de informações corretas. A Sra. Cassiana Saad De Carvalho, chefe da Divisão de Repressão a Crimes Cibernéticos da Polícia Federal, afirmou que não se pode banalizar o direito penal, sendo ele a última *ratio*. Existe uma complexidade técnica muito grande em se lidar com provas eletrônicas e o ferramental da investigação para a punição deve dialogar com realidade, sob pena de não conseguirmos obter as provas necessárias. Em relação à execução penal, defendeu que se deve pensar em alternativas para as penas restritivas de liberdade. Depois, o Sr. Valdemar Latance Neto, Delegado de Polícia Federal, disse que criminalizar condutas sem que haja os meios para se punir pode gerar uma certa frustração. Sustentou que a polícia deve ter os meios adequados e deve haver capacitação, treinamento, equipamentos; integração entre as polícias; cooperação entre o Brasil e outros países, pois os suspeitos utilizam ferramentas transnacionais, em nuvens, utilizando muitas vezes máquinas que estão fora do território brasileiro. Por fim, deve-se ter a colaboração das empresas privadas com a polícia, para obtenção dos dados do usuário suspeito. O Sr. Alexandre De Andrade Silva, Delegado do Serviço de Repressão a Crimes Eleitorais da Polícia Federal, entende que a desinformação passou a integrar a agenda de segurança dos países, mas que o

direito penal deve ser reservado às organizações criminosas e de grande impacto social. Penas no campo da inelegibilidade podem ser uma boa saída, porém, não se deve apenas olhar para o conteúdo das postagens a fim de buscar a punição. Lembrou que o art. 326-A da legislação eleitoral já criminaliza conduta de se disseminar notícia falsa acerca de quem se sabe inocente. Por fim, o Sr. André De Faria Pereira Neto - Pesquisador da FioCruz/ENSP, aduziu que há outras soluções que não a criminalização das fake news. Primeiro, o fact-checking, depois a literacia digital e, por fim, a avaliação da qualidade da informação. Quanto mais informação de bom nível disponível, melhor é para o combate à desinformação. Constatou que mesmo páginas eletrônicas de entes públicos têm baixo índice de conformidade com informações corretas no tema da saúde pública e que poderia haver uma espécie de certificação dessas páginas, a fim de se garantir que as fake news sejam combatidas efetivamente com informação pública de qualidade.

Na 14ª audiência pública, realizada em 23/09/2021, com o tema da “Alterações no Marco Civil da Internet e Responsabilização das Plataformas”, a Sra. Marília Monteiro, representante do TikTok, apresentou a plataforma e seu funcionamento, e destacou que conteúdos que violem as regras de comunidade são moderados e retirados. Disse que a empresa lança relatórios de transparência e que cerca de 82% dos vídeos foram removidos antes de serem publicados na plataforma, com 150 milhões de vídeos impedidos de serem criados por meios automatizados. A plataforma dá o direito de recurso para remoção de conteúdos, revisando o vídeo e tomando a decisão. Há previsão de criação de um Centro de Transparência e Responsabilidade nos Estados Unidos. No Brasil, a empresa tem parceria com o jornal o Estado de São Paulo e outros veículos de mídia para verificação de conteúdos. Em seguida, a Sra. Paloma Rocillo, representante do Instituto de Referência em Tecnologia e Sociedade – IRIS, disse que há uma pressão global pelo aumento da responsabilidade do papel dos intermediários, tanto em razão dos abusos quanto pela centralidade e poder das plataformas. Na sua visão, o provedor de conexão não deve ser responsabilizado por conteúdos de terceiros, e o provedor de aplicações só pode ser responsabilizado se descumprir ordem judicial de remoção de conteúdo, mas que isso não pode ser uma carta em branco. Explicou que, nos EUA, a regra do

bom samaritano exime o provedor de aplicação pelo erro na moderação, mas que no Brasil não é assim. Embora as plataformas não sejam responsáveis pelo conteúdo inicial, sobre a atividade de moderação incidem outras regras do direito brasileiro. Solução seria aumentar a transparência das atividades de moderação. O Sr. Raul Echeberria, representante da Associação Latinoamericana de Internet, discorreu sobre as leis brasileiras que tratam da internet. Caso aprovado como está, disse haver riscos de retrocesso com o PL 2630/2020 em relação ao Marco Civil da Internet, e que deve haver um equilíbrio entre desenvolvimento econômico e combate à desinformação. No processo legislativo, não se deve encontrar os meios para fins e soluções já pré-determinados. Com o PL 2630, a tendência seria um maior volume de remoções, ameaçando a liberdade de expressão. Destacou que um ambiente de livre iniciativa não é contrário ao combate à desinformação, sendo necessária maior transparência nos mecanismos de moderação. O Sr. Emerson Wendt, delegado de Polícia Civil, afirmou que o dano cibernético deve ser evitado antes da publicação. Abordou as várias leis que tentaram reduzir dados cibernéticos no Brasil. Disse que as plataformas são rápidas para atender seus próprios termos de uso, mas não tão rápidas para cumprir regras legais e que a suspensão do conteúdo deveria ser feita de forma cautelar se houvesse notícia falsa comprovada por mensagem. O Sr. Emmanuel Publio Dias professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM, sustentou que os objetivos e fundamentos do PL 2630 são muito importantes, que a internet é um espaço público que transforma a comunicação, que era de uma só via, em algo de múltiplas vias, com ampla participação. Disse que as contas automatizadas e impulsionadas, com potencial de uso ilícito, devem ser reguladas. Considerou que publicidade é a compra da audiência e que, portanto, conteúdos impulsionados devem ser vistos como anunciantes. O problema são os anunciantes e impulsionadores de conteúdo que estão fora do Brasil, sendo necessário identificar o pagamento de qualquer tipo de impulsionamento para seguir o rastro do dinheiro. A Sra. Bruna Martins Dos Santos, German Chancellor Fellow da Fundação Alexander von Humboldt, afirmou que o Marco Civil é o único instrumento justo e democrático para mediar a relação entre usuários e provedores de aplicações de internet, já que impede a censura prévia e permite a responsabilidade subsidiária das plataformas. Sustentou que não podemos falar em imunidade das plataformas, mas numa

proteção, ao menos parcial, pela responsabilidade de conteúdos de terceiros. Ponderou que censura praticada por atores privados atinge a liberdade de expressão. A tentativa do PL 3227/2021 de tentar dizer quando a moderação pode ocorrer, porém, não é o caminho. O caminho é, na sua opinião, a transparência e o fortalecimento do devido processo na atividade de moderação. A Sra. Renata Mielli, representante da Coalizão Direitos na Rede, disse haver dois extremos: a notificação e remoção imediata e o engessamento de atividade de moderação, condicionando-a à necessidade de ordem judicial prévia. Constatou que o Marco Civil não teve como foco a moderação de conteúdos na internet, mas a complexidade dos fenômenos que estão ocorrendo, sendo necessário criarmos mais regras e obrigações para que as plataformas possam exercer a tarefa de moderação de forma mais transparente e com maior previsibilidade. Deve haver o direito do usuário ao recurso de uma moderação inadequada, já que as plataformas não aplicam suas regras de moderação de maneira uniforme para todos. Notou que a moderação pode ser assimétrica até mesmo quando a plataforma deixa de moderar e que a transparência e devido processo (inclusive sobre a equipe que realiza a moderação) são alterações bastante importantes. O Sr. Marco Antonio Da Costa Sabino, representante do IBMEC, afirmou que o Marco Civil da Internet tem sistema vitorioso o *judicial notice and take down*. Não é possível que os intermediários sejam responsabilizados por algo sobre o qual não têm controle. Nesse sentido, não há necessidade alguma de alteração do Marco Civil, que já cria desincentivos para postagens ilícitas. Caso haja uma eventual responsabilidade solidária do usuário com o provedor de aplicações, haverá a busca de direito de regresso dos provedores sobre os usuários, inibindo a liberdade de expressão e, ao mesmo tempo, um maior incentivo para as plataformas já removerem, *ab initio*, o conteúdo suspeito de ilicitude. Por fim, o Francisco Brito Cruz, Diretor do InternetLab, destacou que o Marco Civil resolveu conflitos muitos importantes, mas não pretendeu solucionar tudo. Não há uma necessidade de reforma do Marco Civil, mas uma complementação, que atingirá alguns atores. O sistema de incentivos do Marco Civil não deixa que as plataformas removam postagens dos usuários por medo de responsabilização, o que é bom. Mas o art. 19 do Marco Civil não encerra o debate, como, por exemplo, no caso do dano gerado por ato próprio da plataforma, com uma remoção indevida. O PL nº 3.227/2021,

do Executivo, traz partes boas e ruins, mas a restrição da moderação de conteúdo e a fiscalização por parte do Executivo podem violar a liberdade de expressão.

Na 15ª audiência pública, realizada em 28/09/2021, com o tema da “Implementação e fiscalização da lei: quem regula?”, o Sr. Demi Getschko, Diretor-Presidente do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto br, declarou que um dos pontos importantes do MCI é o art. 19. Ressaltou que o CGI tem uma nota pública reconhecendo a importância do art. 19 da preservação da liberdade de expressão. Defendeu a manutenção da redação atual do art. 19 e lembrou que desde o começo da internet havia tensões e discussões, com conteúdos que eram malvistas por parte dos usuários. Também citou que, em 1996, houve um problema nos EUA com a publicação do "ato de decência", muito mal recebido pela comunidade da internet. Em relação ao projeto de lei, declarou que deve existir definição sobre o que é distribuição pura de distribuição e uma atividade editorial que se envolve com o conteúdo. Outro ponto é estabelecer as regras existentes em termos de uso, similares a "regras estabelecidas por clubes ou agremiações", preservados os direitos estabelecidos pela Constituição e pela legislação em vigor. Em suma, seria necessário estabelecer uma taxonomia para aplicar regras similares às da seção 230 da seção. Também afirmou que o melhor é avaliar o que é nocivo ou não à comunidade, e não o que é verdadeira ou falso. As decisões, ao fim, precisam de um crivo técnico, de alguém que tenha um conhecimento técnico suficiente para avaliar os impactos de eventuais intervenções no ambiente da internet. Em seguida, falou o professor Marcos Dantas Loureiro, Titular da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro e membro do Comitê Gestor da Internet, que apresentou definições sobre as três camadas da internet: aplicação, infraestrutura da internet e infraestrutura de telecomunicações, afirmando que, nos últimos tempos, há um crescente debate sobre como regular a camada do "conteúdo" ofertado por meio das aplicações. Destacou que o CGI.br tem atribuições muito semelhantes às previstas para o Conselho de Transparência e Responsabilidade previsto na proposição. Assim, segundo ele, o CGI.br poderia assumir tais atribuições previstas no PL, aproveitando a expertise já desenvolvida pelo CGI.br na regulação e supervisão do funcionamento da internet no Brasil. A Sra. Bia

Barbosa, representante da Coalizão Direitos na Rede, entende que um elemento fundamental para a discussão sobre eventuais novas regras sobre a internet é a definição dos atores responsáveis pela implementação e fiscalização das regras vigentes. Para ela, é essencial a existência de um órgão multissetorial para fiscalização e produção de estudos sobre o tema. Também ressaltou que a regulação da rede deve abarcar arranjos dinâmicos capazes de se adaptarem às rápidas mudanças existentes na rede. Segundo ela, o CGI.br seria o locus ideal para levar a cabo tais atribuições, por já ter quase 3 décadas de história em atuação multissetorial de governança de internet. Na sequência, o Sr. Marcelo De Souza Do Nascimento, Diretor-Geral do PROCON/DF, falou sobre a conexão entre a disseminação de informações falsas e os direitos do consumidor. Segundo ele, lida-se diariamente com publicidade enganosa na internet que têm uma estrutura muito similar às de notícias falsas. Ressaltou que no PL, na forma aprovada no Senado, há menção expressa à manutenção das garantias e princípios do Código de Defesa do Consumidor. Também mencionou que diversas aplicações de internet, como por exemplo as redes sociais, se tornaram importantes canais de comercialização de bens e serviços. Afirmou ainda que, mesmo com a promulgação da LGPD, há ainda na internet uma circulação intensa de dados pessoais de consumidores, o que fere diretamente os direitos dos consumidores. Em relação à fiscalização, ressaltou que nem mesmo os Procons têm um braço para fiscalizar a disseminação de notícias falsas relacionadas ao mercado de consumo. O Sr. Pedro Vaca, Relator Especial para Liberdade de Expressão da OEA, alertou que a complexidade técnica e a importância da internet exigem que qualquer alteração nas regras de seu uso deve ocorrer apenas após ampla discussão pública e que há no mundo diversas tentativas de captura do debate público por entes e indivíduos que investem na disseminação de desinformação. Para ele, há três fronteiras que não devem ser cruzadas, caminhos que não são recomendados: excessos regulatórios, exclusividade de regras em autorregulação; e soluções intuitivas e aceleradas. Sustentou que as regulações de internet devem ser rotineiramente revisadas e modernizadas, de preferência de um modo que dialogue com os paradigmas nacionais e com práticas internacionais, sob um paradigma harmônico com a governança internacional da internet. Por isso, o multilateralismo seria uma possibilidade interessante, que pode construir padrões e ajudar a propor

soluções de maneira democrática e debatida de maneira aprofundada por especialistas. Finalmente, o sr. André Iizuka, representante da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico – ABCOMM, apresentou a estrutura da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico, fundada em 2014, contando com 9 mil empresas associadas. Segundo ele, é a única legítima representante do segmento.

Em 9/11/2021, foi realizada reunião do Grupo de Trabalho com representantes da academia, do setor empresarial e da academia. Na reunião 25 participantes deram suas contribuições. O Sr. Thiago Tavares, da Safernet, conceituou moderação e afirmou que a nova lei deve ser algo que ajude dar efetividade ao Marco Civil da Internet e à LGPD, inclusive por meio de ferramentas como um *call center*. Foco da regulação deve começar pelas atividades de outsourcing. O Sr. Francisco Brito Cruz, do Internetlab destacou pontos importantes no texto, como o fato de as decisões das plataformas serem feitas em larga escala, devendo, portanto, ser monitoradas constantemente e que exigências como equipes de língua portuguesa na moderação e relatórios específicos para o Brasil, e não globais, são necessários. O Sr. Fabro Steibel do ITS defendeu a exclusão da remuneração a empresas jornalísticas do texto e afirmou que poderia ficar mais claro que parte da proposta se aplica a uns e parte se aplica a todos. Questionou se um modelo de autorregulação regulada é realmente efetivo, ou se Estado deveria colocar seu peso. A Sra. Kalianna Puppi defendeu a possibilidade de discriminação lícita por parte das plataformas. Que é imperativo fazer distinção entre o que é lícito e o que não é. Salientou também que algumas sugestões de transparência são inexecutáveis, como, por exemplo, fornecer o número de usuários brasileiros que usam a plataforma. Sugeriu também que houvesse a possibilidade de não haver recursos quando o caso envolver a publicação de conteúdos muito graves, como pedofilia. A Sra. Karen, do Youtube propôs a reformulação da definição de serviços de mensageria instantânea para excluir claramente e-mails, como fazia a redação do Senado Federal. A Sra. Flávia Xavier Anneberg, do Google, afirmou que vários artigos não se aplicam aos buscadores, eis que não constituem uma rede social, não têm seguidores, etc. Opinou que a remuneração de empresas jornalísticas acaba por desincentivar a busca por informações. O Sr. Igor Ferreira, da Camara-net,

propôs fossem excluídos da proposta os buscadores, as sanções de suspensão e exclusão e a exigência de representação no Brasil, o que pode resultar em concentrações de mercado. O Sr. Felipe França levantou vários pontos merecem revisão, destacando-se o problema das contas automatizadas, do risco da imposição de sanções exageradas, que podem prejudicar o consumidor e a exclusão do tipo penal, já que o país já desfruta de várias legislações que poderiam resolver o problema que se busca solucionar. A Sra. Renata Miele destacou a importância do relatório de transparência, argumentando que não contém exigências irrazoáveis. Afirmou que o CGI terá desempenho melhor que o Conselho de Transparência proposto pelo Senado Federal. Disse ser a favor da exclusão do art. 36, que trata da questão da remuneração de empresas jornalísticas. A Sra. Caroline da ABIPAG mostrou preocupação com os pequenos e médios varejistas, para que haja um ambiente de competição saudável e sem discriminação nos mais variados mercados que compõem a internet. O Sr. Diogo Coutinho, da USP, afirmou que o PL trata mais do que fake news. Que a internet é uma grande infraestrutura, mais que uma mera rede condutora de conteúdos. Nesse sentido, defende ser necessário criar um cenário em que se assegure que pequenas e médias empresas não sejam discriminadas nos seus modelos de negócios, de modo que possam competir com as plataformas. Aduziu ser preciso subir o número mínimo de usuários para aplicação da lei, para cerca de 21 milhões de usuários cadastrados. A Sra. Ana Paula, da Brasscom, alertou que regras de transparência excessivas podem ser usadas por maus atores para burlar regras de uso, inclusive de segredo comercial. Quanto à conta automatizada destacou que não é sempre ruim e que a definição de perfilamento não deveria estar vinculada à LGPD. O Sr. Samir Nobre, da Abratel, manifestou apoio ao substitutivo e disse que a remuneração às empresas jornalísticas é bem-vinda. Sugeriu que o art. 36 fosse complementado pela proposta legislativa nesse sentido apresentada pelo deputado Filipe Barros. A Sra. Laila Malaquias, do Twitter manifestou preocupação de que a legislação possa ficar obsoleta rapidamente. Destacou que o uso de contas automatizadas pode ser positivo, já que prestam vários serviços úteis aos usuários. Seria ideal colocar um mecanismo de vedação apenas de uso ilícito de contas automatizadas. A Sra. Adriele Britto, da Assespro, apontou problemas com as sanções do art. 29 especialmente as de suspensão e proibição. Sugeriu que a

poderia ser reduzida para 0,5%. A Sra. Raquel Cândido, da Aba, ressaltou que deve prevalecer a liberdade dos atores e que já existem mecanismos que garantem, de maneira eficiente, a autorregulação da publicidade no Brasil. O Sr. Diego de Lima Guald, da IAB, salientou que se deve ficar atento às consequências negativas não pretendidas pelo texto. Destacou que já existe conceito de publicidade na legislação, o que pode gerar confusão com conceito já existente de propaganda. Propôs que os arts. 19, 20 e 21 sejam ser reconsiderados. Marcelo Bechara, representante da Coalizão Liberdade com Responsabilidade, afirmou que a desinformação foi um câncer na sociedade brasileira. Destacou que a lei de publicidade brasileira não é respeitada e que as plataformas de internet somente começaram a agir contra a desinformação recentemente, com a pandemia. Ivar Hartmann, do Insper, afirmou que houve avanço nas alterações do Substitutivo e que a biblioteca de anúncios deve ser ampla o suficiente, não contendo apenas propaganda eleitoral. Os relatórios, na sua opinião, devem manter ampla transparência. Ressaltou que a legislação europeia traz muitas exigências que estão dispersas e não no mesmo dispositivo, com o qual se comparam os critérios de transparência no Brasil. Dessa forma, explicou, não haveria exigência maiores na proposta brasileira. A Sra. Bia Barbosa, do CGI.br destacou que as atribuições dadas pela proposta ao comitê gestor não são estranhas às atividades próprias e atuais do CGI. Frisou que, no entanto, existem preocupações de membros do comitê diante de novas atribuições. O Sr. Dario Durigan, do Whatsapp, salientou que houve avanços, mas que o art. 12, I, ainda representa uma intervenção muito ampla no modelo de negócios da empresa, estabelecendo vedação que tornaria o serviço pior para o usuário. Apontou também que usuários poderiam acabar usando chips de outros países para burlar o sistema, o que tornaria a solução vazia. O Sr. Juliano Maranhão - Instituto Legal Grounds, parabenizou o trabalho do relator e sublinhou que os mecanismos de transparência devem abranger todo aspecto de gestão técnica de eventuais abusos. Não apenas do resultado da moderação, mas de seu processo. Para ele, deve haver facilitação de acesso para instituições científicas com projetos bem delimitados aos dados das plataformas, a fim de que as primeiras possam contribuir efetivamente para o debate. O Sr. João Paulo Bachur, do IDP/CEDIS destacou que o capítulo dos agentes públicos e o art. 13 são meritórios e trouxeram avanços e que a moderação das

plataformas é atividades importante para estimular a liberdade de expressão e não para tolher a expressão. Observou que a instituição de regras de remuneração do jornalismo pelos provedores de aplicações pode resultar, na prática, em redução do acesso às notícias. O Sr. Diogo Rais, do Instituto Liberdade Digital alertou para não confundir entre o conteúdo que meramente cita deputado com o conteúdo que veicula uma propaganda eleitoral. Até porque, segundo ele, os buscadores ficariam em situação complicada para diferenciar, identificar a moderar a quantidade de conteúdos com citações a candidatos e diferenciar isso da propaganda eleitoral. Por fim, o Sr. Jonas Valente, do Laboratório de Políticas Públicas da UnB, entende que a inserção dos buscadores no texto da proposta não foi artificial e que existem várias atividades dessas plataformas que merecem regulação. Salientou também que os relatórios atuais não dão as informações de forma suficientemente transparente.

À proposição principal foram apensados os Projetos de Lei nºs 3063/2020, de autoria do deputado Felipe Rigoni e da deputada Tabata Amaral, 3144/2020, de autoria da deputada Joice Hasselmann, 3627/2020, de autoria do deputado Nereu Crispim, 1676/2015, de autoria do deputado Veneziano Vital do Rêgo, 2712/2015, de autoria do deputado Jefferson Campos, 346/2019, de autoria do deputado Danilo Cabral, 283/2020, de autoria do deputado Cássio Andrade, 2854/2020, de autoria do deputado Maria do Rosário, 3029/2020, de autoria do deputado Alexandre Frota, 2883/2020, de autoria do deputado Filipe Barros, 649/2021, de autoria do deputado Pedro Lucas Fernandes, 3119/2020, de autoria do deputado Mário Negrmonte Jr., 1589/2021, de autoria da deputada Soraya Manato, 2393/2021, de autoria da deputada Renata Abreu, 3395/2020, de autoria da deputada Bia Kicis, 291/2021, de autoria do deputado Daniel Silveira, 449/2021, de autoria do deputado Igor Kannário, 3573/2020, de autoria do deputado Luiz Philippe de Orleans e Bragança, 213/2021, de autoria do deputado Luiz Philippe de Orleans e Bragança, 495/2021, de autoria da deputada Soraya Manato, 2401/2021, de autoria do deputado Reinhold Spephanes Junior, 127/2021, de autoria do deputado Nelson Barbudo, 246/2021, de autoria da deputada Caroline de Toni, 1362/2021, de autoria do deputado Daniel Silveira, 865/2021, de autoria do deputado Ronaldo Carletto, 2390/2021, de autoria do deputado Emanuel Pinheiro Neto, 10860/2018, de

autoria do deputado Augusto Carvalho, 5776/2019, de autoria do deputado Afonso Motta, 475/2020 Capitão Alberto Neto, 4418/2020, de autoria do deputado David Soares, 1743/2021, de autoria do deputado Giovani Cherini, 3389/2019, de autoria do deputado Fabio Faria, 4925/2019, de autoria do deputado Moses Rodrigues, 5260/2019, de autoria do deputado Nereu Crispim, 437/2020, de autoria do deputado Alexandre Frota, 2284/2020, de autoria do deputado Alexandre Frota, 6351/2019, de autoria do deputado Luis Miranda, 517/2020, de autoria do deputado José Medeiros, 3044/2020, de autoria do deputado Paulo Ramos, 1590/2021, de autoria da deputada Renata Abreu, 2763/2020, de autoria do deputado Marx Beltrão, 6812/2017, de autoria do deputado Luiz Carlos Hauly, 7604/2017, de autoria do deputado Luiz Carlos Hauly, 9647/2018, de autoria do deputado Heuler Cruvinel, 2601/2019, de autoria do deputado Luis Miranda, 2602/2019, de autoria do deputado Luis Miranda, 8592/2017, de autoria do deputado Jorge Côrte Real, 9554/2018, de autoria do deputado Pompeo de Mattos, 9533/2018, de autoria do deputado Francisco Floriano, 9761/2018, de autoria do deputado Celso Russomano, 9838/2018, de autoria do deputado Arthur Oliveira Maia, 9884/2018, de autoria do deputado Fábio Trad, 9931/2018, de autoria da deputada Érica Kokay, 200/2019, de autoria do deputado Roberto de Lucena, 241/2019, de autoria do deputado Júnior Ferrari, 3307/2020, de autoria do deputado Alexandre Frota, 693/2020, de autoria do deputado Alexandre Padilha, 705/2020, de autoria do deputado Célio Studart, 1394/2020, de autoria do deputado Zé Vitor, 988/2020, de autoria do deputado Alexandre Frota, 1923/2021, de autoria do deputado Alexandre Frota, 1258/2020, de autoria do deputado Luis Miranda, 1941/2020, de autoria do deputado Wilson Santiago, 2389/2020, de autoria da deputada Rejane Dias, 2790/2020, de autoria do deputado José Nelto, 1001/2021, de autoria do deputado Helder Salomão, 2196/2020, de autoria do deputado Alexandre Frota, 1897/2021, de autoria do deputado Alexandre Frota, 3857/2019, de autoria da deputada Jaqueline Cassol, 1974/2019, de autoria do deputado Reginaldo Lopes, 2844/2020, de autoria do deputado Joseildo Ramos, 3222/2020, de autoria do deputado Frei Anastacio Ribeiro, 356/2021, de autoria do deputado General Girão, 388/2021, de autoria do deputado Carlos Jordy, 5959/2019, de autoria do deputado Luizão Goulart, 1772/2021, de autoria do

deputado Luiz Philippe de Orleans e Bragança e 2060/2021, de autoria do deputado Altineu Côrtes.

Em apertada síntese, os Projetos de Lei nºs 3063/2020, 3627/2020, 3389/2019, 4925/2019, 5260/2019, 437/2020, 2284/2020, 6351/2019, 3044/2020, 1591/2021 e 2763/2020 abordam a proibição do uso de contas automatizadas em plataformas de internet.

Os Projetos de Lei nºs 3063/2020, 3144/2020, 2883/2020, 127/2021, 1362/2021 e 865/2021 trazem obrigações de uso de checadores de fato para analisar desinformação nas plataformas de internet.

Por sua vez, os Projetos de Lei nºs 3063/2020, 283/2020, 2854/2020, 2883/2020, 649/2021, 3119/2020, 2393/2021, 3385/2020, 291/2021, 449/2021, 3573/2021, 213/2021, 495/2021, 2401/2021, 127/2021, 246/2021, 1362/2021, 865/2021, 2390/2021, 10860/2018, 5776/2019, 475/2020, 4418/2020, 4925/2019, 5260/2019, 437/2020, 2284/2020, 6531/2019, 7604/2017, 9647/2018, 2601/2019, 2602/2019, 1941/2020, 2196/2020, 1897/2021 estabelecem regras e critérios para a remoção ou restrições ao conteúdo, que podem implicar cerceamento ao direito de liberdade de expressão.

O Projeto de Lei nº 3144/2020 cria a exigência de um órgão regulador para as questões atinentes à desinformação no âmbito da internet. Já o Projeto de Lei nº 1974/2021 institui a Semana Nacional de enfrentamento a Fake News e Cria o Dia Nacional de enfrentamento as Fake News a ser comemorado todo dia 1º de abril de cada ano.

Os Projetos de Lei nºs 3063/2020, 3144/2020, 283/2020, 3029/2020, 2883/2020, 649/2021, 3119/2020, 2393/2021, 449/2021, 127/2021, 1362/2021, 2390/2021, 1743/2021 e 1590/2021 estabelecem vários parâmetros de transparência a serem atendidos pelas plataformas de internet no que tange à desinformação.

Os Projetos de Lei nºs 8592/2017, 9554/2018, 9533/2018, 9761/2018, 9838/2018, 9884/2018, 9931/2018, 200/2019, 241/2019, 3307/2020, 693/2020, 705/2020, 1394/2020, 988/2020, 1923/2021, 1258/2020, 1941/2020,

2389/2020, 2790/2020, 1001/2021, 2196/2020, 3857/2019 criam tipos penais para diversas condutas que disseminam informações falsas.

A proposição e os apensos foram distribuídos, inicialmente, às Comissões de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática e de Finanças e Tributação, para apreciação quanto ao Mérito, nos termos do art. 54, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados - RICD, e para a Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania para análise quanto ao mérito. A proposição está sujeita à apreciação do Plenário e o regime de tramitação é o de prioridade, nos termos do art. 151, II, do RICD.

Em 21/06/2021 foi criado, por meio do Ato do Presidente publicado no Diário da Câmara dos Deputados, Suplemento, Páginas 5-6, de 23/06/2021, o Grupo de Trabalho destinado a analisar e elaborar parecer ao Projeto de Lei nº 2630, de 2020, e apensados, que visa ao aperfeiçoamento da legislação brasileira referente à liberdade, responsabilidade e transparência na internet.

Ao todo, o Grupo de Trabalho realizou, presencial e remotamente, 27 reuniões técnicas e deliberativas, incluindo a realização de 15 audiências públicas, com a participação de mais de 150 especialistas na matéria, que tiveram a oportunidade de amplo e profícuo debate sobre o tema.

No dia 28/20/2021, apresentamos uma primeira proposta formal de relatório (REL 1/2021 GTNET) e, em 22/1/2021, após deliberações e reuniões técnicas com os deputados, foi apresentado novo relatório (REL 2/2021 GTNET). Em seguida, em 1º/12/2021, por sua vez, apresentamos uma complementação de voto, baseada em sugestões apresentadas pelos deputados integrantes do grupo de trabalho. Finalmente, nos dias 1º e 07/12/2021, respectivamente, após várias reuniões deliberativas, foram aprovados o texto-base da proposta e votadas as sugestões apresentadas pelos deputados, consolidando o texto que apresentaremos a seguir.

É o relatório.

## **II – VOTO RELATOR**

O surgimento da internet revolucionou as formas de comunicação, permitindo que a informação seja acessada diretamente pelas pessoas, o que transformou potencialmente cada usuário da rede mundial em uma fonte de conteúdos. O modelo ponta-a-ponta da internet<sup>1</sup> permite que o fluxo de dados e conteúdos circule mais livremente, fomentando os direitos de liberdade de expressão e incrementando o acesso à informação.

A liberdade na internet, embora propiciadora da sociedade em rede e concretizadora de vários direitos fundamentais, traz consigo algumas externalidades negativas. Uma delas são as notícias falsas ou, como têm sido comumente chamadas, as *fake news*. A informação ubíqua gerou escassez de audiência, sendo cada vez mais necessário que os conteúdos consigam de alguma forma capturar a atenção do público. Nesse sentido, notícias falsas, clickbaits, são instrumentos cada vez mais utilizados.

A emergência de um ecossistema propício à propagação de desinformação cria versões concorrentes da verdade e da acurácia das notícias, o que acarreta enormes dificuldades de diferenciação entre fatos verificados e pura desinformação. Um estudo do MIT, por exemplo, descobriu que o 1% das notícias falsas mais vistas pode atingir em média até 100 mil pessoas, enquanto as verdadeiras raramente atingem mais de mil pessoas<sup>2</sup>.

Os efeitos da desinformação podem ser fatais para a democracia, pois reduzem a capacidade cognitiva da população, influenciam o processo eleitoral, prejudicam versões políticas concorrentes e calam vozes dissonantes, empobrecendo o debate e a multiplicidade de visões de mundo. Experiências as mais variadas, que vão desde o linchamento de reputações nas redes sociais, passando pela intimidação de jornalistas e figuras públicas, até a produção profissional de notícias distorcidas para fins políticos e econômicos, mostram a gravidade do problema e a necessidade de o enfrentarmos.

---

<sup>1</sup> Trata-se do princípio do *end-to-end*, princípio de *design* da internet em que a inteligência da rede está localizada nas pontas, na camada em que usuário colocam informações e aplicações. Veja em Lessig, Lawrence & Lemley, Mark. The End of End-to-End: Preserving the Architecture of the Internet in the Broadband Era. 48 UCLA Law Review. 925, 2001.

<sup>2</sup> Vosoughi, Soroush, et al. The spread of true and false news online. Science. Vol. 359, Issue 6380, pp. 1146-1151, 2018.

Vários países, como a Alemanha e a França, já impuseram obrigações aos meios digitais com o fim de regradar a disseminação de desinformações, inclusive com prazos e ações. Na Alemanha foi editada, em 2017, lei que trata da retirada de conteúdo da internet. A Lei é válida para redes sociais com mais de 2 milhões de usuários, o que não inclui empresas de conteúdos jornalísticos. Para essa lei, são considerados ilegais os conteúdos relacionados a artigos específicos do Código Penal, incluindo ameaças à democracia, estado de direito, defesa nacional e ordem pública – ameaças, incitação das massas, descrições de violências –, ofensas religiosas, de ideologia ou à auto-determinação sexual; disseminação ou produção de pornografia infantil; e insulto, difamação, e falsificação de materiais probatórios.

De acordo com essa legislação, as redes sociais que receberem mais de 100 reclamações anuais deverão publicar relatório descrevendo os procedimentos utilizados, autores das reclamações por categoria de usuários, especialistas e associações consultadas, bloqueios feitos e tempos de reação (24h, 48h, etc). Em termos procedimentais, as redes sociais devem reconhecer reclamações imediatamente e remover ou bloquear o acesso a conteúdos manifestamente ilegais em 24h do recebimento da reclamação, em até 7 dias para os não manifestos e em prazos maiores, caso solicitados esclarecimentos ao usuário ou derivado o conteúdo em questão para entidade independente de verificação. As instituições de verificação devem ser custeadas pelas redes sociais e as penalidades, aplicadas pelo Ministério da Justiça, podem chegar a até 500.000 euros em caso de negação de prestação de informações e de até 5 milhões para os demais casos.

A França, por sua vez, editou sua legislação, “Luta contra a Manipulação da Informação”, em 2018. Primeiro, modificou o Código Eleitoral para determinar que, durante os três meses precedentes e até a data da votação eleitoral, serviços relevantes digitais deverão: (a) indicar os contratantes de conteúdos patrocinados, quando relativos a debates de interesse geral; informar como os dados pessoais serão utilizados em conteúdos relacionados a debates de interesse geral; e publicar informações agregadas; (b) quando houver alegações ou acusações imprecisas ou enganosas de um fato que possa afetar a lisura das eleições e forem divulgados de maneira deliberada, artificial ou

automatizada e massiva por meio eletrônico, o juiz poderá, a pedido do promotor público, qualquer candidato, qualquer partido ou grupo ou pessoa interessada, agir para impedir essa divulgação em até 48h.

Além disso, a lei francesa modificou a Lei de Liberdade das Comunicações (Lei 86-1067) para permitir que o Conselho Superior do Audiovisual possa rejeitar plano de trabalho de emissoras (obrigatório para os canais de televisão) que contenham emissões que impliquem sério risco de ataque à dignidade da pessoa humana, à liberdade e à propriedade, à pluralidade de pensamento e opinião, proteção da infância e adolescência, ordem pública, defesa nacional ou aos interesses fundamentais da Nação, incluindo o funcionamento regular de suas instituições.

Durante os três meses precedentes à eleição, caso sejam deliberadamente disseminadas informações falsas que possam alterar a imparcialidade do pleito, o Conselho pode ordenar a suspensão da transmissão do serviço de comunicação eletrônica até a conclusão do pleito, cabendo recurso em até 48h.

No âmbito da internet, a lei francesa estabeleceu que os provedores de serviços on-line devem: i) incluir dispositivo indicando que o conteúdo é falso, especialmente quando patrocinado; ii) identificar os contratantes de conteúdos patrocinados em debates de interesse geral; iii) realizar ações de educação; iv) informar o Conselho acerca das medidas tomadas; v) indicar interlocutor e representante legal para este fim.

Vale notar que parte da lei francesa foi declarada parcialmente inconstitucional, mas parte relevante, incluindo a descrita no último parágrafo, sobrevive.

Mais recentemente a Comissão Europeia apresentou proposta legislativa do Digital Markets Act ao Parlamento Europeu, em que as plataformas de intermediação da internet devem observar uma série de obrigações já que constituem “elementos estruturantes fundamentais da atual economia digital,

responsáveis pela intermediação da maioria das transações entre utilizadores finais e utilizadores profissionais”<sup>3</sup>.

Nos Estados Unidos, tanto o presidente anterior quanto o pediram alterações no texto da chamada seção 230, do Communications Decency Act<sup>4</sup>. A norma foi criada nos anos 90 com duas finalidades. Primeiro, isentar de responsabilidade o provedor de aplicações da responsabilidade por conteúdos de terceiros e, segundo, para permitir a esses provedores a remoção de conteúdos obscenos, sensuais ou lascivos, por exemplo. Sucessivas interpretações extensivas da justiça ao dispositivo transformaram a seção 230 em uma espécie de direito de moderar o conteúdo de terceiros por parte dos provedores de aplicações, que passaram a gozar de direitos editoriais sem a contrapartida dos deveres correspondentes dos meios de comunicação tradicionais.

Diante disso, é urgente que possamos reequilibrar o ambiente digital, especialmente nas redes sociais e nos serviços de mensageria privada, de modo que possam ser instrumentos que fomentem a liberdade de expressão e a discussão civilizada e factual das diferenças políticas de nosso povo.

É, pois, com grande satisfação que relatamos o Projeto de Lei nº 2.630, de 2020, que institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Trata-se de uma proposta abrangente e ousada, que tem por objetivo criar ambiente que, embora minimamente regulado, preservando as liberdades fundamentais de expressão e do acesso à informação, estabeleça a possibilidade de controles sobre notícias falsas.

No capítulo I, a proposta estabelece as disposições preliminares, que incluem o âmbito de aplicação da lei, os princípios e objetivos a serem adotados e as definições a serem utilizadas quando da aplicação da presente proposta.

Na linha condutora de nosso Substitutivo, decidimos estender a aplicação da lei para provedores de aplicações que são ferramentas de busca,

---

<sup>3</sup> Veja em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020PC0842&from=en> . Acesso em 19/11/2021.

<sup>4</sup> Veja em: <https://www.cfr.org/in-brief/trumps-executive-order-what-know-about-section-230> . Acesso em 21/09/2020.

além dos provedores de redes sociais e serviços de mensageria privada, que passamos a denominar mensageria instantânea. A aplicação da presente proposta legislativa incide apenas sobre provedores que ofertem serviços ao público brasileiro e exerçam atividade de forma organizada, profissionalmente e com fins econômicos, e que tenham mais de 10 milhões de usuários registrados.

Estão ainda sob a égide da proposta os provedores cujas atividades sejam realizadas por pessoa jurídica sediada no exterior. De qualquer modo, ficam excluídos os provedores que se caracterizem como enciclopédias online sem fins lucrativos, repositórios científicos e educativos ou plataformas de desenvolvimento e compartilhamento de software de código aberto.

Incorporamos ao rol de princípios o da proteção da saúde pública, tema por si só de relevância inquestionável, mas que, em meio à pandemia de Covid-19, ganhou ainda mais destaque. Acrescentamos que deve haver vedação à discriminação ilícita ou abusiva dos usuários aos serviços dos provedores de aplicações de que trata esta lei, inclusive a dados atualizados e a não restrição técnica de funcionalidades, salvo em casos de descumprimento do disposto nesta Lei.

Aditamos, também, um parágrafo único ao art. 3º que, além de trazer todos os diplomas legais citados no art. 2º do PL 2.630/2020, traz destaque à Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965 – Marco Legal da Atividade Publicitária, à Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, que estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência e à Lei nº 14.197, de 1º de setembro de 2021, que tipifica crimes contra o Estado Democrático de Direito. Ao art. 3º também aditamos parágrafo dispondo que a liberdade de expressão é direito fundamental dos usuários dos provedores de que trata esta proposta, nos termos do art. 5º, inciso IX, da Constituição Federal.

No que se refere aos objetivos, no art. 4º, retiramos a expressão “comportamento inautêntico” do inciso I e demos, no inciso II, proteção mais robusta contra eventuais aplicações discriminatórias dos termos de uso pelos provedores. No inciso III, demos maior relevo à garantia da transparência, do contraditório, da ampla defesa e do devido processo em relação a procedimentos de aplicação de termos de uso e outras políticas próprias da plataforma, em particular quando se tratar de medidas que restrinjam a liberdade de expressão

ou as funcionalidades dos conteúdos e contas de seus usuários, incluindo nos casos de exclusão, indisponibilização, redução de alcance ou sinalização de conteúdos e contas. Ao inciso IV acrescentamos o objetivo da garantia da transparência sobre procedimentos de elaboração de termos de uso e outras políticas próprias. Por fim, aditamos aos objetivos da proposta, outrossim, a limitação do uso de dados de qualquer natureza, inclusive dados pessoais.

Optamos por excluir a definição de conta identificada, uma vez que o propósito do texto é concentrar esforços no enfrentamento da desinformação, mais do que propor qualquer regime de identificação geral dos usuários da internet no Brasil. Também excluímos a definição de conta inautêntica, que pode levar a restrições no uso de pseudônimos e na liberdade de expressão dos usuários.

Alteramos também a definição de redes sociais, com a redação adotada em parte no PL nº 3227/2021, que entendemos mais precisa e em sintonia com a presente proposta. Optamos por retirar a parte final da definição, que faz referência à pessoa jurídica que exerça atividade com fins econômicos e de forma organizada, mediante a oferta de serviços ao público brasileiro, a fim de que a definição não entre em conflito com o disposto no art. 2º, que trata da abrangência da lei, e que faz menção aos provedores cujas atividades sejam realizadas por pessoa jurídica sediada no exterior.

Alteramos também a redação da definição de conta automatizada, para a de conta gerida, total ou preponderantemente, por programa de computador ou tecnologia para simular, substituir ou facilitar atividades humanas e que não sejam disponibilizadas pelo próprio provedor. A nova definição é mais clara e evita expressões ambíguas, que poderiam gerar dúvidas.

Na definição de serviços de mensageria instantânea excluímos as aplicações destinadas a uso corporativo, bem como os serviços de correio eletrônico e na de ferramentas de busca excetuamos as aplicações que se destinem exclusivamente a funcionalidades de comércio eletrônico.

Do mesmo modo, incluímos a definição de perfilhamento, a de termos de uso e a de provedores, esta última abrangendo os serviços de redes

sociais, de mensageria instantânea e as ferramentas de busca. Quanto às demais definições, entendemos serem necessárias ao controle das aplicações de internet sob a abrangência da lei e foram mantidas.

No Capítulo II, acrescentamos o objetivo de resguardar os usuários de práticas fraudulentas e retiramos a vedação ao funcionamento de contas inautênticas, eis que pode implicar restrição a manifestações artísticas, intelectuais ou de conteúdo satírico, religioso, político, ficcional ou literário, ou a qualquer outra forma de manifestação cultural. Alteramos a redação do inciso I do art. 6º, restringindo-o às redes sociais e serviços de mensageria instantânea, e do inciso II, sobre a vedação de contas automatizadas não identificadas, para maior precisão e melhor técnica legislativa. Por fim, acrescentamos o dever de os provedores conferirem acesso não discriminatório a usuários. Optamos também por excluir, nesse dispositivo, a menção à obrigação de que os provedores devem desenvolver políticas de uso que limitem o número de contas controladas pelo mesmo usuário. Acrescentamos, outrossim, um § 4º obrigando os provedores de redes sociais e mensageria instantânea a disponibilizar meios para permitir que o usuário identifique a outros a sua conta como automatizada.

Em seguida, suprimimos o art. 7º do texto aprovado pelo Senado, pois entendemos que resulta na formação de cadastros desnecessários e no aumento da coleta de dados por parte das aplicações, em violação ao princípio da necessidade, previsto pela Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD. Ademais, os provedores não são, nem deveriam ser, especialistas em processar e identificar a veracidade de informações de identificação do usuário. Isso minimiza a possibilidade da formação de um cadastro organizado de identificação em massa, reduzindo o poder discricionário dos provedores de redes sociais e serviços de mensageria privada para obtenção das identidades e o ônus sobre a privacidade dos usuários.

Na sequência, deliberamos pela exclusão completa do art. 8º. Primeiro, porque a regra gera mais uma barreira de acesso à internet e à comunicação para um grupo economicamente vulnerável, aumentando a exclusão digital. Segundo, porque a comunicação entre as empresas de telefonia e os aplicativos de mensagens sobre os números que tiveram contratos cancelados pelas operadoras implica o desenvolvimento de detalhados

procedimentos de interconexão de base de dados, com consequências nefastas para a privacidade, segurança, territorialidade das aplicações e de custos, que devem ser levados em consideração. Ademais, as obrigações tendem a não resolver o problema, visto que o uso de números do exterior, ou o uso temporário de números “alugados”, pode facilmente contornar a medida.

Acrescentamos um novo art. 7º, que determina que os provedores devem elaborar suas regras próprias, desde que respeitem a legislação nacional e a apliquem com equidade, consistência e respeito ao direito de acesso à informação e à liberdade de expressão, bem como respeito à livre concorrência. Ademais, vedamos a combinação do tratamento de dados pessoais dos serviços essenciais dos provedores com os de serviços prestados por terceiros em algumas situações, e que os provedores que armazenem e utilizarem dados de qualquer natureza em desacordo com a referida vedação, incorrem em infração prevista no art. 36 da Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011.

E inserimos também um novo art. 8º, que dispõe que os provedores devem disponibilizar, em língua portuguesa, informações claras, públicas e objetivas sobre quaisquer regras próprias aplicáveis à expressão de terceiros e à comercialização de produtos e serviços, tais como políticas, procedimentos, incluídos os critérios utilizados para a decisão humana ou automatizada, estando garantidos os segredos comercial e industrial.

A seção II do Capítulo II foi subdividida em 3 subseções, cada uma versando sobre um tipo de provedor. A primeira subseção trata dos deveres de transparência das redes sociais e dos serviços de mensageria instantânea. O novo art. 9º do texto do Substitutivo empresta maior abrangência e detalhamento à matéria, na medida em que os provedores devem informar procedimentos e decisões relativas à intervenção ativa de contas e conteúdos gerados por terceiros, que impliquem a exclusão, indisponibilização, redução de alcance, sinalização de conteúdos e outras que restrinjam a liberdade de expressão. Determinamos, outrossim, que os relatórios, que são semestrais, podem ter sua periodicidade reduzida em razão do interesse público, especialmente em casos de postura sistemática de desrespeito ao que dispõe esta proposta legislativa, e em situações de calamidade pública ou em períodos eleitorais.

O substitutivo também acrescenta e altera elementos que devem constar dos relatórios semestrais. Vejamos alguns desses acréscimos.

Primeiro, determinamos que os relatórios devem conter o número total de usuários que acessam os provedores a partir de conexões localizadas no Brasil e número de usuários brasileiros ativos no período analisado. Acrescentamos que o número total de medidas aplicadas a contas adotadas em razão do cumprimento desta Lei deve ser segmentado por regra aplicada, além de deixarmos clara a metodologia utilizada. Determinamos também a necessidade de os relatórios indicarem as características gerais das equipes envolvidas na aplicação de políticas de conteúdos gerados por terceiros, incluindo número de pessoas envolvidas na atividade, modelo de contratação, bem como estatísticas sobre seu idioma de trabalho, qualificação, indicativos de diversidade atributos demográficos e nacionalidade.

Alteramos, outrossim, as regras de transparência sobre informações e o emprego de sistemas automatizados na aplicação de regras próprias dos provedores, que devem incluir as taxas de detecção ativa de conteúdos considerados irregulares por sistemas automatizados, por tipo de conteúdo, os critérios para operação e grau de acurácia destes sistemas, respeitada a sua segurança em face de atores maliciosos, e as informações sobre bases de treinamento destes sistemas e seus mecanismos para monitoramento, mensuração e controle de vieses.

Outro aditamento foi o que estabeleceu a atualização das políticas próprias e termos de uso feitos no semestre, a data da modificação e a justificativa geral para sua alteração.

Ainda em relação à transparência, excluimos previsão de que a mera alegação de uma justificativa técnica adequada resulte na multiplicação de situações em que as informações não são disponibilizadas.

A Subseção II traz obrigações voltadas especificamente para as ferramentas de busca, eis que os serviços oferecidos por esse tipo de aplicação de internet são bastante diferenciados daquela ofertada pelas redes sociais e serviços de mensageria. Assim, procuramos adaptar as regras propostas para os segundos para as ferramentas de busca, criando um novo art. 10.

Na Subseção III, tratamos isoladamente dos serviços de mensageria privada, que passamos a denominar mensageria instantânea. Primeiro, determinamos a limitação, de acordo com o estabelecido no Código de Conduta, de encaminhamentos de mensagens ou mídias recebidas de outro usuário para múltiplos destinatários e estabelecemos que listas de transmissão só poderão ser encaminhadas e recebidas, em qualquer hipótese, por pessoas que estejam identificadas, ao mesmo tempo, em ambas as listas de contatos de remetentes e destinatários. O objetivo aqui é reduzir, de alguma forma, a circulação de notícias potencialmente nocivas e falsas, reduzindo o alcance e o movimento desses conteúdos pelas plataformas de mensageria.

Esse novo dispositivo visa dispensar a adoção da solução proposta pelo artigo 10 do PL nº 2630/2020, que permite o rastreamento e que, segundo muitas das vozes ouvidas nas audiências públicas realizadas, tem o potencial de criar um cenário de vigilância em massa, com a guarda de volumes massivos de metadados. Haveria o risco de surgirem casos de monitoramento preventivo de comunicações utilizando essas informações, o que poderia servir para intimidar indivíduos, violar a presunção de inocência e o sigilo das comunicações, quebrando a expectativa de privacidade.

Nesse ponto, estabelecemos no novo art. 13 que, para fins de constituição de prova em investigação criminal e em instrução processual penal, a autoridade judicial tem o condão de determinar aos provedores de serviço de mensageria instantânea a preservação e disponibilização dos registros de interações de usuários determinados por um prazo de até 15 dias. Ademais, para maior garantia dos usuários, devem ser levados em consideração os requisitos estabelecidos no artigo 2º da Lei 9.296/1996, de forma que ficam vedados os pedidos genéricos ou fora do âmbito e dos limites técnicos do seu serviço. Os referidos registros dizem respeito aos dados de envio e recebimento de mensagens e chamadas de áudio por sua conta e devem incluir data e hora de sua ocorrência, sendo vedada a associação desses registros ao conteúdo das comunicações.

O prazo de 15 dias poderá ser renovado por igual período até o máximo de 60 dias, quando houver a indispensabilidade do meio de prova. Prevemos também, à maneira do Marco Civil da Internet, que a autoridade

policial ou o Ministério Público possam requerer cautelarmente aos provedores de serviço de mensageria instantânea a preservação dos dados, devendo pedido de autorização judicial de acesso aos respectivos registros em prazo ser submetido em até 30 dias a partir da requisição de preservação de registros.

Caso haja indeferimento do pedido de disponibilização dos dados o provedor de serviço de mensageria instantânea deverá eliminar os dados em até 10 dias da respectiva notificação pela autoridade competente. Por fim, a própria autoridade judicial também poderá requisitar a disponibilização de informações adicionais relacionadas a usuário determinado, na medida de sua disponibilidade para o provedor de serviços nos últimos 60 dias e dentro do escopo e limite de seus serviços, como denúncias de outros usuários do serviço, suspensão ou banimento de conta.

Na sequência, vedamos a venda de softwares, plugins e quaisquer outras tecnologias que permitam disparos massivos nos serviços de mensageria instantânea e obrigamos os provedores a criarem soluções para identificar e impedir a utilização de mecanismos externos de distribuição massiva. Tudo isso sem prejuízo de outras medidas a serem tomadas pelos provedores.

Somado a isso, inserimos obrigação para que provedores de mensageria instantânea destinados ao uso comercial desenvolvam medidas a fim de que o serviço seja usado estritamente para finalidade comercial, ou seja, na divulgação de seus produtos e serviços. Nesses casos, a informação deve identificar o remetente da mensagem e há vedação de que tal serviço seja utilizado para fins de propaganda eleitoral e partidária, ou para distribuir qualquer conteúdo que não esteja diretamente relacionado com a sua finalidade comercial. Ao provedor, na hipótese de identificar ou de receber denúncia de encaminhamento de mensagens que não se enquadrem no escopo do serviço comercial, caberá bloquear a conta infratora.

Todas essas inovações visam conferir maior segurança jurídica para os usuários das redes, reduzir o potencial impacto de notícias falsas e possibilitar a identificação do autor da desinformação.

Na Seção IV, que aborda os procedimentos de moderação, promovemos alterações no texto aprovado pelo Senado para refinar e incluir

diversos direitos e salvaguardas para os usuários dos serviços de redes sociais e mensageria instantânea em atividades de moderação. Esse item foi objeto de bastante discussão nas audiências públicas e de vários dos apensos a esta proposta legislativa.

Primeiro, delimitamos, no art. 15, a sua aplicação, como regra, apenas para de redes sociais e mensageria instantânea, e estabelecemos as balizas para aplicação das regras de moderação dos provedores que possam acarretar exclusão, indisponibilização, redução de alcance ou sinalização de conteúdos gerados por terceiros e de suas contas, conforme previsão nos termos de uso. Nesses casos, os provedores devem notificar o usuário sobre qual a natureza da medida aplicada e o seu âmbito territorial, a sua fundamentação, apontando a cláusula aplicada ou a base legal para sua aplicação, quais os procedimentos e prazos para o direito de revisão da decisão, e se a decisão foi tomada exclusivamente por meio de sistemas automatizados.

Para facilitar o contato com o usuário, propusemos que as plataformas disponibilizem canal próprio, destacado e de fácil acesso, pelo prazo mínimo de seis meses, para consulta permanente das informações prestadas, para formulação de denúncias sobre conteúdos e contas e para envio de pedido de revisão de decisões. Caberá aos provedores dar resposta fundamentada e objetiva aos pedidos de revisão de decisões, bem como providenciar a sua reversão imediata logo que verificado algum erro.

Optamos por excluir as hipóteses de dispensa de notificação, eis que mesmo esses casos comportam situações de mera interpretação, que podem prejudicar os direitos de liberdade de expressão e de acesso à informação do usuário.

Em relação à reparação, pelos eventuais danos causados pela moderação de conteúdos, determinamos que, uma vez constatado equívoco na aplicação de regras previstas no caput do art. 15, após avaliação de pedido de revisão, havendo dano individual, coletivo ou difusos a direitos fundamentais, os provedores de redes sociais ou mensageria instantânea devem informar os usuários sobre seu erro, na mesma proporção de alcance do conteúdo considerado inadequado, podendo esta obrigação ser requerida a autoridade judicial.

No Capítulo III, que versa sobre a transparência em questões de impulsionamento e publicidade, dividimos as obrigações para cada tipo de provedor e acrescentamos mais informações a serem prestadas pelos provedores quando ocorrer impulsionamento de matéria eleitoral-política. Por exemplo, os provedores devem identificar se o conteúdo se relaciona à propaganda eleitoral, às técnicas e as categorias de perfilhamento, deve oferecer aos usuários cópia eletrônica dos conteúdos impulsionados e o nome do responsável pela autorização de seu envio, entre outras obrigações semelhantes.

Ademais, estabelecemos que a comercialização de publicidade para inserção por provedores domiciliados no exterior deverá ser realizada e reconhecida por sua representante no Brasil e conforme a legislação de regência da publicidade no país, quando destinada ao mercado brasileiro.

Determinamos, também, que os provedores devem disponibilizar aos usuários, por meio de fácil acesso, a visualização de todos os conteúdos de propaganda eleitoral impulsionada.

Por fim, ampliamos as obrigações em relação ao histórico dos conteúdos impulsionados e publicitários com os quais o usuário teve contato nos últimos 6 meses, para incluir informações a respeito dos critérios e procedimentos utilizados para perfilhamento que foram aplicados em cada caso.

No Capítulo IV, que trata da atuação do Poder Público, acrescentamos novo dispositivo para dar maior proteção às contas de interesse público, a fim de evitar ações de intervenção que impactem a circulação, disponibilização, promoção, redução do alcance ou remoção de conteúdos de contas dessas contas. Nesse caso, previmos a possibilidade expressa de ajuizamento de ação judicial para a sua restauração, de forma célere, devendo o Poder Judiciário obrigar os provedores a restabelecer essas contas quando ficar comprovada a sua operação em conformidade com direitos fundamentais e com os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

Ademais, incluímos como contas de interesse público as pertencentes a servidores que gozam das garantias previstas no art. 95 da Constituição Federal, de membros dos órgãos previstos no art. 92 da

Constituição Federal, dos servidores que gozam das garantias e se submetem às restrições previstas no art. 128, § 5º, da Constituição Federal e dos servidores de que trata o art. 142, § 3º, da Constituição Federal.

Equiparamos as obrigações de transparência nas comunicações feitas por ocupantes de cargo público às mesmas obrigações de transparência às quais as comunicações oficiais estão submetidas.

A fim de reforçar a proteção às contas de interesse público, determinamos que as regras dos provedores que impliquem medidas restritivas da liberdade de expressão sobre tais contas devem ser precedidas de notificação pública e fundamentada, apontando a cláusula aplicada de suas regras e o que deu causa à decisão de restringir o conteúdo.

Estabelecemos também a garantia da extensão da imunidade parlamentar material às plataformas mantidas pelos provedores de aplicação de redes sociais.

Determinamos, também, ser vedado aos detentores de cargos eletivos, aos magistrados, membros do Ministério Público, membros das Forças Armadas e militares dos Estados, durante o exercício de seus cargos, receberem remuneração advinda de publicidade em contas em aplicações de internet de sua titularidade. Ademais, o emprego de quaisquer recursos públicos na criação ou operação de contas em redes sociais impede, de pronto, o recebimento privado de receitas publicitárias por parte de seus controladores. Isso porque é necessário separar a aplicação de recursos públicos do recebimento de receitas privadas.

Quanto à destinação de recursos públicos para publicidade em sítios eletrônicos e contas em redes sociais, vedamos que isso ocorra quando houver promoção de discursos violentos destinados ao cometimento de crimes contra o Estado democrático de direito, na forma da Lei nº 14.197, de 1º de setembro de 2021.

Além disso, vedamos a contratação de publicidade pela Administração Pública junto a provedores que não sejam constituídos de acordo com a legislação brasileira e com representação no país. Isso evitará a afluxo de recursos públicos para empresas que não estejam submetidas ao sistema jurídico pátrio.

Previmos também que as contas de pessoa jurídica do poder público mantidas em provedores devem disponibilizar mecanismo acessível e destacado para que qualquer usuário possa reportar alguma desinformação. Tais contas devem utilizar as diretrizes de identificação de conteúdos impulsionados e promovidos pelo setor público.

Para fins de transparência, incluímos dispositivo que obriga a Administração Pública a disponibilizar e especificar as informações sobre recursos investidos em publicidade destinados a meios de comunicação, incluídos os provedores de aplicação de internet, sítios eletrônicos e contas em redes sociais. Por fim, estabelecemos que constitui ato ilícito, punível penal e administrativamente, qualquer punição disciplinar ou ato praticado por superior hierárquico que cause prejuízo a servidor público em função de conteúdo por ele compartilhado em caráter privado, fora do exercício de suas funções e que não constitua material cuja publicação tenha vedação expressa prevista em lei.

Em seguida, inserimos um novo Capítulo V, para abordar o tema do fomento à educação. Nele, incluímos nas prestações educacionais obrigatórias do Estado a capacitação, integrada a outras práticas educacionais, para o uso seguro, consciente e responsável das aplicações de internet e campanhas para evitar a desinformação.

No Capítulo VI, que trata das sanções, incluímos as penas de suspensão temporária das atividades e a de proibição de exercício das atividades, de modo semelhante ao que faz o Marco Civil da Internet e a LGPD. Isso porque, caso a empresa não possua faturamento no Brasil, a multa pecuniária torna-se inócua. Com a possibilidade de suspensão de suas atividades, a empresa tem mais incentivos para cumprir a legislação. Ressaltamos que, embora a imposição de sanções de suspensão tenha sido bastante polêmica, destacando-se o famoso caso do bloqueio do Whastapp, que gerou grande clamor popular, a medida é necessária para a aplicação devida da lei.

Ademais, pela gravidade das sanções, estabelecemos que, somente pelo voto da maioria absoluta de seus membros ou dos membros do respectivo órgão especial, os tribunais judiciais poderão impor as sanções dos incisos de suspensão e proibição do exercício das atividades.

Quanto ao valor das multas, optamos por direcioná-lo ao Ministério da Educação, de modo que sejam empregados exclusivamente na consecução das obrigações do artigo 30 desta Lei.

No Capítulo VII substituímos o Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet e suas funções pelo Comitê Gestor da Internet – CGI.br. Entendemos que o CGI constitui um órgão já experiente em questões regulatórias da internet e mais técnico e adequado para lidar com as vicissitudes tecnológicas e a dinamicidade tão próprias da rede mundial de computadores.

O substitutivo detalha melhor e aclara questões que poderiam suscitar controvérsias desnecessárias à matéria.

Entre as principais mudanças estão as de que o CGI não irá, como previsto para o mencionado Conselho de Transparência, elaborar o Código de Conduta, mas apenas estabelecer diretrizes para sua elaboração. Além disso, e por causa disso, irá também validar esses Códigos de Condutas. Para fins de maior *accountability*, determinamos que o CGI deverá elaborar relatório anual de suas atividades, e encaminhá-lo ao Congresso Nacional, bem como elaborar seu regimento interno, o que lhe propiciará maior independência face ao Poder Executivo.

Vale notar que o CGI.br mantém, além das que lhes são definidas na presente proposta, todas as funções a ele delegadas pelas Leis nº 12.965 de 23 de abril de 2014 e nº 13.853 de 8 de julho de 2019, bem como as definidas em regulamento.

Para integrar o comitê, os membros deverão deter notório conhecimento na área de aplicação desta lei e serão indicados a partir de procedimento definido entre seus pares. Os membros do Comitê Gestor da Internet não serão remunerados pelo exercício de suas atividades na câmara. Ademais, as despesas com a instalação e funcionamento do comitê, bem como do centro de estudos, correrão à conta do orçamento, respectivamente, do Comitê Gestor da Internet no Brasil e do Núcleo de Informação e Coordenação do NIC.br.

Com o desiderato de dar mais transparência, aduzimos que as reuniões do CGI.br que tratem de temas afetas a esta lei, serão transmitidas ao vivo em canal na internet, com pauta publicadas com, ao menos, 7 dias de antecedência.

No Capítulo VIII, que trata o tema da autorregulação regulada, uma primeira alteração importante foi a que deu aos provedores a obrigação, e não mais apenas a possibilidade, de criar uma instituição de autorregulação voltada à transparência e à responsabilidade no uso da internet. Ora, se se quer uma autorregulação que seja regulada é necessário haver normas que indiquem diretrizes por parte do setor público, o que será feito pelo CGI, mas também que haja uma efetiva autorregulação do setor privado baseada nessas diretrizes. Assim, torna-se indispensável a implementação da instituição de autorregulação, sem a qual o modelo queda enfraquecido.

Uma das principais funções da instituição de autorregulação, é a de criar e administrar plataforma digital voltada ao recebimento de denúncias sobre conteúdos ou contas, bem como a tomada de decisão sobre medidas a serem implementadas por seus associados, assim como a revisão de decisões de conteúdos e contas, por meio de provocação por aqueles afetados diretamente pela decisão. A instituição de autorregulação deverá tomar decisões, em tempo útil e eficaz, sobre as denúncias e revisão de medidas adotadas por provedores de aplicações abrangidos por esta lei.

Caberá, ainda, à instituição de autorregulação, a divulgação, em seu sítio na internet, do Código de Conduta para a implementação desta Lei, que será vinculante para seus associados, das resoluções sobre seus procedimentos de análises e das súmulas interpretativas.

Tudo isso contribuirá, a nosso ver, para o importante papel a ser desempenhado pela instituição de autorregulação.

No Capítulo IX optamos por criar o crime de promover ou financiar, pessoalmente ou por meio de terceiros, ação coordenada, mediante uso de contas automatizadas e outros meios ou expedientes não fornecidos diretamente pelo provedor de aplicações de internet, disseminação em massa de mensagens que contenham fato que sabe inverídico e passíveis de sanção criminal que causem dano à integridade física das pessoas ou sejam capazes de comprometer a higidez do processo eleitoral. A pena proposta foi de reclusão, de 1 a 3 anos e multa.

A nosso ver, a criminalização de ações coordenadas com o uso de robôs, contas automatizadas ou outros meios não disponibilizados pelo provedor demonstra a má-fé e o grande risco da desinformação, merecendo a

oposição de um tipo penal no caso de conteúdo passível de sanção criminal ou de fatos comprovadamente inverídicos e passíveis de sanção criminal que causem dano à integridade física das pessoas ou sejam capazes de comprometer a higidez do processo eleitoral.

No Capítulo X, alteramos o texto do Senado Federal, que dispõe que os provedores deverão ter sede e nomear representantes legais no Brasil. Determinamos apenas que os provedores deverão manter representantes legais no Brasil, e que tal informação deve ser facilmente acessível nos sítios eletrônicos das empresas. Além disso, compete aos provedores entregar às autoridades administrativas que detenham competência legal para sua requisição, nos termos da legislação, informações cadastrais referentes aos usuários brasileiros. É importante que as empresas, ainda que sejam empresas de tecnologia, respeitem as leis brasileiras e seja possível localizá-las e sancioná-las, caso necessário. No entanto, vimos como excessiva e onerosa a obrigação de ter sede no país, o que pode acabar por afastar vários investimentos.

Na sequência, entendemos oportuno que os conteúdos jornalísticos utilizados pelos provedores sejam remunerados pelos provedores, de modo que o detentor dos direitos autorais colha o fruto de seu trabalho. A exceção seria o simples compartilhamento de endereço de protocolo de internet do conteúdo jornalístico original e as hipóteses de não aplicação das regras de direitos autorais do art. 46 da Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, na forma da regulamentação.

Excluimos a alteração na Lei nº 10.703, de 18 de julho de 2003, uma vez que entendemos que a exigência de comparecimento presencial para cadastro na obtenção de linhas telefônicas tem o condão de criar obstáculos ao acesso à comunicação, aumentando a exclusão digital.

Em relação à alteração promovida no Marco Civil da Internet, optamos por excluir as definições de registros de acesso a aplicações de internet, de nateamento de IP e de portas lógicas, por serem imprecisas e ao mesmo tempo dispensáveis para o propósito do dispositivo.

Ademais, optamos, nesse dispositivo, por modificar o prazo de guarda dos registros que individualizem o usuário de um endereço IP de maneira inequívoca, que é de seis meses no Marco Civil da Internet, para o prazo de um

ano, de modo que haja compatibilização com o tempo de guarda dos registros de conexão pelos provedores de conexão. Isso possibilitará maior precisão na identificação de ilícitos e eventuais crimes online. A alteração está em consonância com a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça que determinou que o provedor de aplicações de internet forneça à operadora de telefonia os dados da porta lógica associada a um endereço do tipo IPv4, quando houver ordem judicial nesse sentido<sup>5</sup>.

Em razão da dinamicidade tecnológica, estabelecemos, no art. 40, um prazo de 5 anos a contar da data de publicação desta Lei, para a sua revisão, a ser elaborada com base nas informações geradas pelos relatórios semestrais de transparência, levando em conta os procedimentos e decisões relativas à moderação de contas e conteúdos.

Inserimos também alterações na Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, para incluir entre os gastos eleitorais as despesas relacionadas à contratação de serviço de tratamento de dados. Além disso obrigamos aos partidos políticos, às coligações e aos candidatos que, durante as campanhas eleitorais, divulguem em sítio criado pela Justiça Eleitoral para esse fim na internet o registro das suas atividades de tratamento de dados. Essas alterações são importantes porque os dados pessoais constituem insumo essencial na veiculação da desinformação, em especial no processo eleitoral.

Por fim, estabelecemos uma *vacatio legis* de 180 dias, a partir da data de sua publicação, quanto aos arts. 6º a 21, e 34 e de 90 dias, a partir da data de sua publicação, para os demais dispositivos. Isso tudo ressalvados os dispositivos que alterem o processo eleitoral, que não se aplicam à eleição que ocorra até um ano da data de sua vigência.

De uma forma geral, acolhemos, direta ou indiretamente, propostas dos apensos que trataram da proibição ou restrição de contas automatizadas, da imposição de regras para a remoção ou restrição de postagem ou acesso aos conteúdos, que dispuseram sobre requisitos de

---

<sup>5</sup> RECURSO ESPECIAL Nº 1.784.156 - SP (2018/0322140-0). Ver em: [https://processo.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencia=1837682&num\\_registro=201803221400&data=20191121&formato=PDF](https://processo.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencia=1837682&num_registro=201803221400&data=20191121&formato=PDF) . Acesso em 12/11/2021.

transparências para os provedores e que propuseram tipo penal para casos de operações organizadas para disseminação de informação falsa.

Por outro lado, rejeitamos propostas legislativas dos apensos que traziam a obrigação da adoção de checadores de fatos, que criavam um órgão regulador ou que dispunham sobre tipos penais cujo núcleo era principalmente criar ou encaminhar individualmente conteúdos considerados falsos.

Com relação aos aspectos de mérito entendemos que o Projeto de Lei nº 2.630/2020, na forma do Substitutivo que ora apresentamos, deve ser aprovado. Trata-se de uma proposta meritória, que em muito irá contribuir para a transparência e responsabilidade dos provedores de redes sociais, das ferramentas de busca e dos serviços de mensageria instantânea, quanto dos usuários da internet. Ademais, a proposta que aqui analisamos é essencial para delimitar, de maneira precisa e efetiva, regras e princípios fundamentais para o tratamento das notícias falsas e da desinformação no âmbito da rede mundial de computadores no Brasil, resguardando os direitos fundamentais constitucionais e contribuindo para que a interação social no ambiente virtual seja mais civilizada e serena.

Em relação à adequação das proposições com o Plano Plurianual – PPA, a Lei de Diretrizes Orçamentárias – LDO e a Lei Orçamentária Anual – LOA de 2020, não verificamos conflitos.

Fica evidente, portanto, que a proposição está de acordo com os requisitos constitucionais formais exigidos para a espécie normativa. Ademais, o presente projeto de lei é materialmente compatível com a Constituição Federal de 1988, e com os princípios do ordenamento jurídico brasileiro. Não foram constatadas afrontas às normas regimentais, e a técnica legislativa é adequada.

Por todo o exposto, votamos pela **APROVAÇÃO** do Projeto de Lei 2.630/2020, e dos Projeto de Lei em apenso nºs 3063/2020, 3627/2020, 3389/2019, 4925/2019, 5260/2019, 437/2020, 2284/2020, 6351/2019, 3044/2020, 1591/2021, 2763/2020, 3063/2020, 283/2020, 2854/2020, 2883/2020, 649/2021, 3119/2020, 2393/2021, 3385/2020, 291/2021, 449/2021, 3573/2021, 213/2021, 495/2021, 2401/2021, 127/2021, 246/2021, 1362/2021, 865/2021, 2390/2021, 10860/2018, 5776/2019, 475/2020, 4418/2020,

4925/2019, 5260/2019, 437/2020, 2284/2020, 6531/2019, 7604/2017, 9647/2018, 2601/2019, 2602/2019, 1941/2020, 2196/2020, 1897/2021, 3063/2020, 3144/2020, 283/2020, 3029/2020, 2883/2020, 649/2021, 3119/2020, 2393/2021, 449/2021, 127/2021, 1362/2021, 2390/2021, 1743/2021, 1590/2021, 9553/2018, 9838/2018, 9884/2018, 3307/2020, 9554/2018, 346/2019, 2712/2015 e 693/2020, na forma do Substitutivo aqui apresentado, e pela **REJEIÇÃO** dos Projetos de Lei nºs 3144/2020, 2883/2020, 127/2021, 1362/2021 e 865/2021, 2844/2020, 1974/2019, 3222/2020, 356/2021, 388/2021, 5959/2019, 1772/2021 e 2060/2021, 8592/2017, 9671/2018, 9931/2018, 200/2019, 241/2019, 705/2020, 1394/2020, 988/2020, 1923/2021, 1676/2015, 1258/2020, 1941/2020, 2389/2020, 2790/2020, 1001/2021 e 2196/2020.

Sala das Sessões, em            de            de 2021.

Deputada ORLANDO SILVA  
Relator

**GRUPO DE TRABALHO DESTINADO A ANALISAR E ELABORAR PARECER AO PROJETO DE LEI Nº 2630, DE 2020, E APENSADOS, QUE VISA AO APERFEIÇOAMENTO DA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA REFERENTE À LIBERDADE, RESPONSABILIDADE E TRANSPARÊNCIA NA INTERNET**

**SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 2.630, DE 2020**

**(APENSOS PROJETOS DE LEI Nº**

**3063/2020, 3144/2020, 3627/2020, 1676/2015, 2712/2015, 346/2019, 283/2020, 2854/2020, 3029/2020, 2883/2020, 649/2021, 3119/2020, 1589/2021, 2393/2021, 3395/2020, 291/2021, 449/2021, 3573/2020, 213/2021, 495/2021, 2401/2021, 127/2021, 246/2021, 1362/2021, 865/2021, 2390/2021, 10860/2018, 5776/2019, 475/2020, 4418/2020, 1743/2021, 3389/2019, 4925/2019, 5260/2019, 437/2020, 2284/2020, 6351/2019, 517/2020, 3044/2020, 1590/2021, 2763/2020, 6812/2017, 7604/2017, 9647/2018, 2601/2019, 2602/2019, 8592/2017, 9554/2018, 9533/2018, 9761/2018, 9838/2018, 9884/2018, 9931/2018, 200/2019, 241/2019, 3307/2020, 693/2020, 705/2020, 1394/2020, 988/2020, 1923/2021, 1258/2020, 1941/2020, 2389/2020, 2790/2020, 1001/2021, 2196/2020, 1897/2021, 3857/2019, 1974/2019, 2844/2020, 3222/2020, 356/2021, 388/2021, 5959/2019, 1772/2021, 2060/2021)**

Lei Brasileira de Liberdade,  
Responsabilidade e Transparência na Internet.

Autor: SENADO FEDERAL; Senador  
ALESSANDRO VIEIRA

Relator: Deputado ORLANDO SILVA

O Congresso Nacional decreta:

**CAPÍTULO I**

**DISPOSIÇÕES PRELIMINARES**

Art. 1º É instituída a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, destinada a estabelecer normas, diretrizes e mecanismos de transparência para provedores de redes sociais, ferramentas de busca e de serviços de mensageria instantânea através da internet, assim como diretrizes para seu uso.

Parágrafo único. As vedações e condicionantes previstos nesta Lei não implicarão restrição ao livre desenvolvimento da personalidade individual, à manifestação artística, intelectual, de conteúdo satírico, religioso, político, ficcional, literário ou qualquer outra forma de manifestação cultural, nos termos do art. 5º, IX, e 220 da Constituição Federal.

Art. 2º Esta Lei se aplica a provedores de redes sociais, ferramentas de busca e de mensageria instantânea constituídos na forma de pessoa jurídica, que ofertem serviços ao público brasileiro e exerçam atividade de forma organizada, profissionalmente e com fins econômicos, cujo número de usuários registrados no país seja superior a 10.000.000 (dez milhões), incluindo provedores cujas atividades sejam realizadas por pessoa jurídica sediada no exterior.

Parágrafo único. Esta Lei não se aplica a provedores que se configurem enciclopédias online sem fins lucrativos, repositórios científicos e educativos, plataformas de desenvolvimento e compartilhamento de software de código aberto, e às plataformas fechadas de reuniões virtuais por vídeo ou voz.

Art. 3º Esta Lei será pautada pelos seguintes princípios:

- I – liberdade de expressão e de imprensa;
- II – garantia dos direitos de personalidade, da dignidade, da honra e da privacidade do indivíduo;
- III – respeito ao usuário em sua livre formação de preferências políticas e de uma visão de mundo pessoal;
- IV – responsabilidade compartilhada pela preservação de uma esfera pública livre, plural e democrática;
- V – garantia da confiabilidade e da integridade dos sistemas informacionais;
- VI – vedação à discriminação ilícita ou abusiva dos usuários aos serviços dos provedores de aplicações de que trata esta lei, inclusive a dados atualizados e a não restrição técnica de funcionalidades, salvo em casos de descumprimento do disposto nesta Lei;
- VII – acesso amplo e universal aos meios de comunicação e à informação;

VIII – proteção dos consumidores;

IX – transparência e isonomia nas regras, como a veiculação de anúncios e conteúdos pagos; e

X – proteção da saúde pública.

§ 1º Adicionam-se aos princípios previstos neste artigo aqueles previstos e garantidos nas Leis nº 4.680, de 18 de junho de 1965 – Marco Legal da Atividade Publicitária; nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor; nº 12.965, de 23 de abril de 2014 - Marco Civil da Internet; nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais; nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, que estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência; e nº 14.197, de 1º de setembro de 2021, que tipifica crimes contra o Estado Democrático de Direito.

§ 2º A liberdade de expressão é direito fundamental dos usuários dos provedores de que trata esta Lei, nos termos do art. 5º, inciso IX, da Constituição Federal.

Art. 4º. Essa Lei tem como objetivos:

I – o fortalecimento do processo democrático e o fomento à diversidade de informações no Brasil;

II – a defesa da liberdade de expressão e o impedimento da censura no ambiente online e da aplicação discriminatória de termos de uso pelos provedores de que trata esta Lei;

III – a garantia da transparência, do contraditório, da ampla defesa e do devido processo em relação a procedimentos de aplicação de termos de uso e outras políticas próprias do provedor, em particular quando se tratar de medidas que restrinjam a liberdade de expressão ou as funcionalidades dos conteúdos e contas de seus usuários, incluindo nos casos de exclusão, indisponibilização, redução de alcance ou sinalização de conteúdos e contas;

IV – a garantia da transparência sobre procedimentos de elaboração de termos de uso e outras políticas próprias, bem como sobre a seleção dos conteúdos impulsionados e da publicidade disponibilizadas ao usuário;

V – o fomento à educação, formal e informal, para o uso seguro, consciente e responsável da internet como instrumento para o exercício da cidadania;

VI – a adoção de mecanismos de informação sobre contratação e remuneração de impulsionamento e publicidade veiculada aos usuários; e

VII – limitação do uso de dados de qualquer natureza, inclusive dados pessoais.

Art. 5º. Para os efeitos desta Lei, considera-se:

I – conta automatizada: conta gerida, total ou preponderantemente, por programa de computador ou tecnologia para simular, substituir ou facilitar atividades humanas e que não sejam disponibilizadas pelo próprio provedor;

II – publicidade: conteúdo veiculado em troca de pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro para os provedores de que trata esta Lei;

III – impulsionamento: ampliação de alcance de conteúdos mediante pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro para os provedores de que trata esta Lei;

IV – rede social: aplicação de internet cuja principal finalidade seja o compartilhamento e a disseminação, pelos usuários, de opiniões e informações, veiculados por textos ou arquivos de imagens, sonoros ou audiovisuais, em uma única plataforma, por meio de contas conectadas ou acessíveis de forma articulada, permitida a conexão entre usuários;

V – serviço de mensageria instantânea: aplicação de internet que viabilize o envio de mensagens instantâneas para destinatários certos e determinados ou que fornecem a capacidade de encaminhar mensagens para outro destinatário ou grupo de usuários da aplicação, incluindo a oferta ou venda de produtos ou serviços e aquelas protegidas por criptografia de ponta-a-ponta, em que somente remetente e destinatário da mensagem tem acesso ao seu conteúdo, com exceção dos serviços de correio eletrônico;

VI – perfilhamento: qualquer forma de tratamento parcial ou automatizado de dados para avaliar certos aspectos pessoais de uma pessoa natural, objetivando classificá-la em grupo ou perfil de modo a fazer inferências

sobre seu comportamento ou condição futura especialmente com relação ao seu desempenho profissional, a sua situação econômica, saúde, preferências pessoais, interesses, desejos de consumo, localização;

VII – ferramenta de busca: aplicação de internet destinada a promover o livre acesso à informação por meio da indexação de conteúdos online elaborados por terceiros e da ordenação de resultados a partir de critérios de relevância, ou mediante recomendação, independentemente da criação de contas, perfis de usuários ou qualquer outro registro individual, excetuadas aquelas que se destinem exclusivamente a funcionalidades de comércio eletrônico;

VIII – termos de uso: contrato estabelecido pelo provedor de aplicação de que trata esta Lei e o usuário contratante dos serviços, que estabelece garantias, direitos e deveres para o uso da aplicação, além de regras próprias aplicáveis à expressão de terceiros;

IX – provedores: aplicações de internet de redes sociais, ferramentas de busca e de mensageria instantânea, nos termos previstos no art. 2º desta Lei; e

X - conteúdo: informações, processadas ou não, que podem ser utilizadas para produção e transmissão de conhecimento em sentido amplo, contidos em qualquer meio, suporte ou formato, compartilhados em uma aplicação de internet, independentemente da forma de distribuição.

## CAPÍTULO II

### DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADE DOS PROVEDORES

#### Seção I - Disposições Gerais

Art. 6º. Com o objetivo de proteger a liberdade de expressão, o acesso à informação e fomentar o livre fluxo de ideias na internet e resguardar os usuários de práticas fraudulentas, os provedores, no âmbito dos seus serviços, devem adotar medidas para:

I - vedar o funcionamento de contas automatizadas não identificadas como tal ao usuário ou aos provedores de redes sociais e serviços de mensageria instantânea;

II - identificar todos os conteúdos impulsionados e publicitários cuja distribuição tenha sido realizada mediante pagamento ao provedor, bem como os conteúdos referentes às contas automatizadas; e

III – conferir acesso não discriminatório a usuários;

§ 1º A identificação de conteúdos impulsionados e publicitários de que trata este artigo deve ser sinalizada de maneira destacada e a sinalização mantida inclusive quando o conteúdo ou mensagem for compartilhado, encaminhado ou repassado de qualquer maneira.

§ 2º Os provedores devem desenvolver procedimentos contínuos para melhorar sua capacidade técnica para o cumprimento das obrigações estabelecidas neste artigo e adotar medidas técnicas que viabilizem a identificação e a sinalização de contas automatizadas.

§ 3º Os provedores de redes sociais e serviços de mensageria instantânea devem adotar medidas técnicas que viabilizem a identificação de contas que apresentem movimentação incompatível com a capacidade humana, devendo informá-las em seus termos de uso ou outros documentos disponíveis aos usuários.

§ 4º Os provedores de redes sociais e mensageria instantânea deverão disponibilizar meios para permitir que o usuário responsável identifique aos demais usuários a conta como automatizada.

## Seção II

### Dos Deveres de Transparência

Art. 7º Para assegurar o cumprimento dos objetivos estabelecidos nesta Lei, os provedores devem elaborar suas regras próprias respeitando a legislação nacional e aplicá-las com equidade, consistência e

respeito ao direito de acesso à informação, à liberdade de expressão e à livre concorrência.

§ 1º Fica vedada a combinação do tratamento de dados pessoais dos serviços essenciais dos provedores com os de serviços prestados por terceiros, quando tiverem como objetivo exclusivo a exploração direta e indireta no mercado em que atua ou em outros mercados.

§ 2º O provedor que armazenar e utilizar dados de qualquer natureza em desacordo com o disposto no § 1º, incorrerá em infração prevista no disposto no art. 36 da Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011.

Art. 8º Os provedores devem disponibilizar, de forma acessível, no idioma português, informações claras, públicas e objetivas sobre quaisquer regras próprias aplicáveis à expressão de terceiros e à comercialização de produtos e serviços, tais como políticas, procedimentos, medidas e instrumentos utilizados para os fins dispostos no art. 15 desta Lei, incluídos os critérios para a remoção de conteúdos, ressalvados os segredos comercial e industrial.

#### Subseção I

#### Dos Deveres de Transparência das Redes Sociais e dos Serviços de Mensageria Instantânea

Art. 9º Os provedores de redes sociais e serviços de mensageria instantânea devem produzir relatórios semestrais de transparência, disponibilizados em seus sítios eletrônicos, em português, de modo a informar procedimentos e decisões relativas à intervenção ativa de contas e conteúdos gerados por terceiros, que impliquem a exclusão, indisponibilização, redução de alcance, sinalização de conteúdos e outras que restrinjam a liberdade de expressão, bem como as medidas empregadas para o cumprimento desta lei.

§ 1º Os relatórios devem conter:

I – número total de usuários que acessam os provedores a partir de conexões localizadas no Brasil e número de usuários brasileiros ativos no período analisado;

II - número total de medidas aplicadas a contas e conteúdos, conforme caput, adotadas em razão do cumprimento das regras próprias dos provedores e do cumprimento desta Lei, segmentadas por regra aplicada, por metodologia utilizada na detecção da irregularidade, e por tipo de medida adotada;

III - número total de pedidos de revisão apresentados por usuários a medidas aplicadas a contas e conteúdos, conforme caput, em razão das regras próprias dos provedores e do cumprimento desta Lei, bem como as medidas revertidas após análise dos recursos, segmentados por regra aplicada, metodologia utilizada na detecção da irregularidade e tipo de medida adotada;

IV - número total de medidas aplicadas a contas e conteúdos adotadas e suas motivações em razão de cumprimento de ordem judicial, especificadas as bases legais que fundamentaram a decisão de remoção, respeitadas as informações sob sigilo judicial;

V – características gerais das equipes envolvidas na aplicação de políticas de conteúdos gerados por terceiros, incluindo número de pessoas envolvidas na atividade, modelo de contratação, bem como estatísticas sobre seu idioma de trabalho, qualificação, indicativos de diversidade atributos demográficos e nacionalidade;

VI - número total de medidas de identificação de conteúdo e os tipos de identificação, remoções ou suspensões que foram revertidas pelo provedor;

VII – informações sobre o alcance de conteúdos identificados como irregulares pelo provedor, incluindo número médio de visualizações e interações antes de aplicação de medidas;

VIII – os critérios, metodologias e métricas para aferição do alcance de conteúdo impulsionado e de publicidade;

IX - informações sobre o emprego e funcionamento de sistemas automatizados na aplicação de regras próprias dos provedores, incluindo:

a) as taxas de detecção ativa de conteúdos considerados irregulares por sistemas automatizados, por tipo de conteúdo;

b) critérios para operação e grau de acurácia destes sistemas, respeitada a sua segurança em face de atores maliciosos; e

c) informações sobre bases de treinamento destes sistemas e seus mecanismos para monitoramento, mensuração e controle de vieses.

X – atualização das políticas próprias e termos de uso feitos no semestre, a data da modificação e a justificativa geral para sua alteração; e

XI – número total de medidas aplicadas sobre as contas de que trata o art. 22 desta Lei, segmentadas por regras aplicadas, por metodologia utilizada na detecção da irregularidade e em que proporção, e por tipo de medida adotada.

§2º Os dados e os relatórios publicados devem ser disponibilizados com padrões tecnológicos abertos que permitam a comunicação, a acessibilidade e a interoperabilidade entre aplicações e bases de dados.

§3º Os relatórios de transparência devem ser disponibilizados ao público em até 30 (trinta) dias após o término do semestre em questão, e elaborados em linguagem clara, quando possível fazendo uso de recursos de acessibilidade.

## Subseção II

### Dos Deveres de Transparência das Ferramentas de Busca

Art. 10 As ferramentas de busca devem produzir relatórios semestrais de transparência, disponibilizados em seus sítios eletrônicos, em português, de forma a tornarem públicas as medidas empregadas para o cumprimento desta lei e informações correspondentes ao §1º.

§ 1º Os relatórios devem conter:

I – número total de usuários que acessam os provedores a partir de conexões localizadas no Brasil e número de usuários brasileiros ativos no período analisado, quando a ferramenta tiver a funcionalidade de cadastro de usuários e requerer que os usuários estejam logados para acessar o serviço;

II - número total de medidas de remoção aplicadas a resultados de busca, adotadas em razão do cumprimento dos termos de uso ou políticas próprias dos provedores, segmentadas por regra aplicada e por metodologia utilizada na detecção da irregularidade;

III – número de solicitações de desindexação e medidas semelhantes recebidas por ordem judicial e o número de páginas desindexadas no período, incluindo os critérios de desindexação e a origem da solicitação ou decisão;

IV – número total de pedidos de revisão apresentados por usuários a medidas aplicadas a resultados de busca, em razão das regras próprias dos provedores e do cumprimento desta Lei, bem como as medidas revertidas após análise dos recursos, segmentados por regra aplicada e metodologia utilizada na detecção da irregularidade;

V - número total de medidas de remoção aplicadas a resultados de busca adotadas e suas motivações em razão de cumprimento de ordem judicial, especificadas as bases legais que fundamentaram a decisão de remoção, respeitadas as informações sob sigilo judicial;

VI - características gerais das equipes envolvidas na aplicação de políticas de conteúdos gerados por terceiros, incluindo número de pessoas envolvidas na atividade, modelo de contratação, bem como estatísticas sobre seu idioma de trabalho, qualificação, indicativos de diversidade atributos demográficos e nacionalidade;

VII – número total de medidas de identificação de conteúdos dos sites indexados nos resultados de busca e os tipos de identificação, remoções ou desindexações que foram revertidas pelo provedor;

VIII – informações sobre o alcance de conteúdos identificados como irregulares pelo provedor, incluindo número médio de visualizações e interações antes de aplicação de medidas;

IX – os critérios, metodologias e métricas para aferição do alcance de resultados patrocinados, publicidade e formas pagas de ampliação do alcance nos resultados da busca;

X - informações sobre o emprego e funcionamento de sistemas automatizados na aplicação de regras próprias dos buscadores, incluindo:

a) as taxas de detecção ativa de conteúdos considerados irregulares por sistemas automatizados, por tipo de conteúdo;

b) critérios para operação e grau de acurácia destes sistemas, respeitada a sua segurança em face de atores maliciosos; e

c) informações sobre bases de treinamento destes sistemas e seus mecanismos para monitoramento, mensuração e controle de vieses.

XI – atualizações das políticas próprias e termos de uso feitas no semestre, a data da modificação e a justificativa para a sua adoção.

§2º Os dados e os relatórios publicados devem ser disponibilizados com padrões tecnológicos abertos que permitam a comunicação, a acessibilidade e a interoperabilidade entre aplicações e bases de dados.

§3º Os relatórios de transparência devem ser disponibilizados ao público em até 30 (trinta) dias após o término do semestre em questão, e elaborados em linguagem clara, quando possível fazendo uso de recursos de acessibilidade.

Art. 11 Resguardado o respeito à proteção de dados pessoais e à propriedade intelectual, os provedores devem facilitar o acesso de instituições de pesquisa acadêmica a dados desagregados, para finalidade de pesquisa acadêmica, observada a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.

### SubSeção III

#### Dos Serviços de Mensageria Instantânea

Art. 12 Os provedores de serviços de mensageria instantânea devem projetar suas plataformas para manter a natureza interpessoal do serviço e limitar a distribuição massiva de conteúdos e mídias, devendo, com essa finalidade:

I – limitar, de acordo com o estabelecido no Código de Conduta, o encaminhamento de mensagens ou mídias para vários destinatários;

II – determinar que listas de transmissão só poderão ser encaminhadas e recebidas, em qualquer hipótese, por pessoas que estejam identificadas, ao mesmo tempo, nas listas de contatos de remetentes e destinatários;

III – instituir mecanismo para aferir consentimento prévio do usuário para inclusão em grupos de mensagens, listas de transmissão ou mecanismos equivalentes de agrupamentos de usuários; e

IV – desabilitar, por padrão, a autorização para inclusão em grupos e em listas de transmissão ou mecanismos equivalentes de encaminhamento de mensagens para múltiplos destinatários.

§ 1º Fica proibida a venda de softwares, plugins e quaisquer outras tecnologias que permitam disseminação massivos nos serviços de mensageria instantânea.

§ 2º Os provedores de mensageria instantânea devem criar soluções para identificar e impedir mecanismos externos de distribuição massiva.

§ 3º O Código de Conduta deverá estabelecer obrigações de os provedores de mensageria instantânea tomarem outras medidas preventivas para conter distribuição massiva de conteúdo no âmbito dos seus serviços e para promover o estabelecido no caput.

Art. 13 Para fins de constituição de prova em investigação criminal e em instrução processual penal, a autoridade judicial pode determinar aos provedores de serviço de mensageria instantânea a preservação e disponibilização dos registros de interações de usuários determinados por um prazo de até 15 (quinze) dias, considerados os requisitos estabelecidos no artigo 2º da Lei 9.296/1996, vedados os pedidos genéricos ou fora do âmbito e dos limites técnicos do seu serviço.

§ 1º Os registros de que trata o caput correspondem aos dados de envio e recebimento de mensagens e chamadas de áudio por sua conta e devem incluir data e hora de sua ocorrência, sendo vedada a associação desses registros ao conteúdo das comunicações.

§ 2º O prazo de que trata o caput poderá ser renovado por igual período até o máximo de 60 (sessenta) dias, desde que comprovada a indispensabilidade do meio de prova.

§ 3º A autoridade policial ou o Ministério Público poderão requerer cautelarmente aos provedores de serviço de mensageria instantânea a preservação dos dados de que trata o caput, devendo ingressar com o pedido

de autorização judicial de acesso aos respectivos registros em prazo não superior a 30 (trinta) dias, contado da requisição de preservação de registros.

§ 4º Diante de decisão judicial que indefira o pedido de disponibilização dos dados objeto de requisição de preservação ou caso não seja apresentado pedido de autorização judicial de acesso aos registros dentro do prazo fixado no § 3º, o que deverá ser notificado ao provedor pela autoridade requerente, o provedor de serviço de mensageria instantânea deverá proceder sua eliminação em até 10 (dez) dias da respectiva notificação pela autoridade competente.

§ 5º A autoridade judicial também poderá requisitar a disponibilização de informações adicionais relacionadas ao usuário determinado, na medida de sua disponibilidade para o provedor de serviços nos últimos 60 dias e dentro do escopo e limite de seus serviços, como denúncias de outros usuários do serviço, suspensão ou banimento de conta.

Art. 14 Os provedores de mensageria instantânea que ofereçam serviços de contas destinadas ao uso comercial para clientes devem desenvolver medidas para que o serviço seja usado estritamente para finalidade comercial, divulgação de produtos ou serviços comerciais, ou prestação de serviço público.

§ 1º As contas comerciais em serviços de mensageria instantânea devem garantir a veiculação de informação que identifique o remetente da mensagem.

§ 2º Os provedores de mensageria que ofertem contas comerciais devem exigir de seus usuários, sejam pessoas físicas ou jurídicas, uma declaração consciente e inequívoca de que o aplicativo comercial não deve ser utilizado para finalidades de propaganda eleitoral e partidária, nem para distribuir qualquer conteúdo que não esteja diretamente relacionado com a sua finalidade comercial.

§ 3º Caso o provedor identifique ou receba denúncia de encaminhamento de mensagens e mídias que não se enquadrem no escopo do serviço comercial, a conta deve ser bloqueada.

## Seção IV Dos Procedimentos de Devido Processo

Art. 15. Ao aplicar regras próprias que impliquem a exclusão, indisponibilização, redução de alcance ou sinalização de conteúdos gerados por terceiros ou de suas contas, conforme previsão nos termos de uso, os provedores de redes sociais e mensageria instantânea devem:

I – notificar o usuário sobre:

- a) a natureza da medida aplicada e o seu âmbito territorial;
- b) a fundamentação, que deve necessariamente apontar a cláusula aplicada de suas regras ou a base legal para aplicação e o conteúdo ou a conta que deu causa à decisão;
- c) procedimentos e prazos para exercer o direito de pedir a revisão da decisão; e
- d) se a decisão foi tomada exclusivamente por meio de sistemas automatizados fornecendo informações claras e adequadas a respeito dos critérios e dos procedimentos utilizados para a decisão, nos termos do art. 20, § 1º, da Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.

II - disponibilizar canal próprio destacado e de fácil acesso para consulta, por um prazo mínimo de seis meses, das informações prestadas, formulação de denúncias sobre conteúdos e contas em operação e envio de pedido de revisão de decisões; e

III – responder de modo fundamentado e objetivo aos pedidos de revisão de decisões e providenciar a sua reversão imediata quando constatado equívoco.

§ 1º O código de conduta previsto no inciso III do art. 33 da presente Lei deverá dispor sobre os prazos razoáveis para cumprimento do inciso II do caput deste artigo.

§ 2º Os provedores devem observar as mesmas garantias do caput com relação às contas de que trata o art. 22 desta Lei.

§ 3º Caso constatado equívoco na aplicação de regras previstas no caput após avaliação de pedido de revisão, havendo dano individual, coletivo ou difusos a direitos fundamentais, os provedores de redes sociais ou mensageria instantânea devem informar os usuários sobre seu erro, na mesma

proporção de alcance do conteúdo considerado inadequado, podendo esta obrigação ser requerida a autoridade judicial.

§ 4º Em caso de provimento do pedido de revisão, as medidas aplicadas devem ser imediatamente revogadas, devendo ser dada publicidade ao conteúdo restaurado.

### CAPÍTULO III

#### DA TRANSPARÊNCIA EM RELAÇÃO A IMPULSIONAMENTOS E PUBLICIDADE

Art. 16 Os provedores de redes sociais e mensageria instantânea devem identificar os conteúdos impulsionados e publicitários, de modo que a conta na aplicação de internet responsável pelo impulsionamento ou anunciante seja identificada.

Parágrafo único. Os provedores de ferramentas de busca devem identificar conteúdos publicitários, de modo que o anunciante seja identificado.

Art. 17 Os provedores devem disponibilizar aos usuários, por meio de fácil acesso, a visualização de todos os conteúdos de propaganda eleitoral impulsionada.

Art. 18 Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria instantânea devem disponibilizar mecanismos para fornecer aos usuários as informações do histórico dos conteúdos impulsionados e publicitários com os quais a conta teve contato nos últimos 6 (seis) meses, detalhando informações a respeito dos critérios e procedimentos utilizados para perfilhamento que foram aplicados em cada caso.

Art. 19 Os provedores que fornecerem impulsionamento de propaganda eleitoral ou de conteúdos que mencionem candidato, coligação ou partido devem disponibilizar ao público todo o conjunto de anúncios impulsionados, incluindo informações sobre:

I – valor total gasto pelo candidato, partido ou coligação para realização de propaganda na internet por meio de impulsionamento de conteúdo no respectivo provedor de aplicação;

II – identificação do anunciante, por meio do número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) ou no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do responsável pela contratação do impulsionamento;

III – tempo de veiculação;

IV – identificação de que o conteúdo se relaciona a propaganda eleitoral, nos termos da lei;

V – características gerais da audiência contratada;

VI – as técnicas e as categorias de perfilhamento;

VII – o endereço eletrônico dos anúncios eleitorais exibidos; e

VIII – cópia eletrônica das mensagens e o nome do responsável pela autorização de seu envio.

Art. 20 Os provedores devem requerer dos anunciantes e responsáveis pelas contas que impulsionam conteúdos, a confirmação da identificação, inclusive por meio da apresentação de documento de identificação válido, sob pena de serem responsabilizados solidariamente pelo dano por eles causado.

Parágrafo único. Ressalvado o disposto no art. 16, a comprovação da identificação do contratante de impulsionamento ou publicidade deve ser mantida em sigilo pelos provedores, podendo ser exigível por ordem judicial.

Art. 21 A comercialização de publicidade para inserção por provedores domiciliados no exterior deverá ser realizada e reconhecida por sua representante no Brasil e conforme a legislação de regência da publicidade no país, quando destinada ao mercado brasileiro.

## CAPÍTULO IV

### DA ATUAÇÃO DO PODER PÚBLICO

Art. 22 São consideradas de interesse públicas as contas mantidas em provedores utilizadas por entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, e pelos agentes políticos cuja competência advém da própria Constituição, especialmente:

I – os detentores de mandatos eletivos dos Poderes Executivo e Legislativo da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;

II – os ocupantes, no Poder Executivo, dos cargos de:

a) Ministro de Estado, Secretário de Estado, Secretário Municipal ou equiparados; e

b) Presidente, Vice-Presidente e Diretor das entidades da Administração Pública indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;

III – Presidente, Vice-Presidente e Conselheiro do Tribunal de Contas da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

IV – os servidores que gozam das garantias previstas no art. 95 da Constituição Federal;

V – os membros dos órgãos previstos no art. 92 da Constituição Federal;

VI – os servidores que gozam das garantias e se submetem às restrições previstas no art. 128, § 5º, da Constituição Federal; e

VII – os servidores de que trata o art. 142, § 3º, da Constituição Federal.

§1º Os titulares das contas de que trata o caput sujeitam-se aos princípios que regem a Administração pública, e não poderão restringir a visualização de suas publicações por outras contas e têm suas informações sujeitas às garantias de acesso à informação.

§ 2º As decisões de provedores que constituam intervenção ativa ilícita ou abusiva em contas e conteúdos de contas de interesse público

autorizam o ajuizamento de ação judicial para a sua restauração, de forma célere, devendo o Poder Judiciário obrigar os provedores a restabelecerem tais contas nos casos em que fique comprovada a sua operação em conformidade com direitos fundamentais e com os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

§ 3º Comunicações feitas no âmbito de atuação de ocupantes de cargo público por vias de redes sociais ou mensagerias instantâneas estão sujeitas às mesmas obrigações de transparência às quais as comunicações oficiais estão submetidas.

§4º Quando da aplicação de regras próprias que impliquem medidas restritivas da liberdade de expressão sobre contas de interesse público, devem substituir, na própria conta do usuário, o conteúdo tornado indisponível por notificação pública e fundamentada, apontando a cláusula aplicada de suas regras e o que deu causa à decisão.

§ 5º A imunidade parlamentar material estende-se às plataformas mantidas pelos provedores de aplicação de redes sociais.

Art. 23 É vedado aos detentores de cargos eletivos, aos magistrados, membros do Ministério Público, membros das Forças Armadas e militares dos Estados, durante o exercício de seus cargos, receberem remuneração advinda de publicidade em contas em aplicações de internet de sua titularidade.

§ 1º O emprego de quaisquer recursos públicos na criação ou operação de contas em redes sociais veda o recebimento privado de receitas publicitárias por parte de seus controladores.

§ 2º Os recursos que seriam destinados aos titulares das contas, bem como os que seriam auferidos pelos provedores, em função das atividades descritas no caput, devem ser revertidos, pelos provedores, ao Fundo de Defesa de Direitos Difusos - FDD.

Art. 24 As entidades e os órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, deverão fazer constar nos seus portais de transparência os seguintes dados sobre a contratação de serviços de publicidade e propaganda ou impulsionamento de conteúdo por meio da internet:

- I – valor do contrato;
- II – dados da empresa contratada e forma de contratação;
- III – conteúdo da campanha;
- IV – mecanismo de distribuição dos recursos;
- V – critérios de definição do público-alvo;
- VI – lista das páginas, aplicativos, jogos, canais, sítios eletrônicos e outros meios em que tais recursos foram aplicados; e
- VII – número de aparições e valor aplicado na soma das aparições.

Art. 25 A Administração Pública não deverá destinar recursos públicos para publicidade em sítios eletrônicos e contas em redes sociais que promovam discursos violentos destinados a:

- I – cometimento de crimes contra o Estado democrático de direito, na forma da Lei nº 14.197, de 1º de setembro de 2021; e
- II – discriminação e incitação à violência contra pessoa ou grupo, especialmente em razão de sua raça, cor, etnia, sexo, características genéticas, convicções filosóficas ou religiosas, deficiência física, imunológica, sensorial ou mental, por ter cumprido pena ou por qualquer particularidade ou condição.

Parágrafo único. Fica vedada a contratação de publicidade pela Administração Pública junto a provedores que não sejam constituídos de acordo com a legislação brasileira e com representação no país.

Art. 26 O Estado deve incluir nos estudos de que trata o art. 28 da Lei nº 12.965, de 2014, diagnósticos sobre a transparência de conteúdo patrocinado, assim como eventuais práticas abusivas, mediante o uso de provedores.

Art. 27 As contas de pessoa jurídica do poder público mantidas em provedores devem:

- I – disponibilizar mecanismo acessível e destacado para qualquer usuário reportar desinformação; e
- II – utilizar as diretrizes de identificação de conteúdos impulsionados e promovidos pelo setor público.

Parágrafo único. As pessoas jurídicas a que se refere o caput deste artigo são aquelas definidas no art. 1º, da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011.

Art. 28 A Administração Pública deverá disponibilizar e especificar as informações sobre recursos investidos em publicidade destinados a meios de comunicação, incluídos os provedores de aplicação de internet, sítios eletrônicos e contas em redes sociais.

Art. 29 Constitui ato ilícito, punível penal e administrativamente, qualquer punição disciplinar ou ato praticado por superior hierárquico que cause prejuízo a servidor público em função de conteúdo por ele compartilhado em caráter privado, fora do exercício de suas funções e que não constitua material cuja publicação tenha vedação expressa prevista em lei.

## CAPÍTULO V

### DO FOMENTO A EDUCAÇÃO

Art. 30 O cumprimento do dever constitucional do Estado na prestação da educação, em todos os níveis de ensino, inclui a capacitação, integrada a outras práticas educacionais, para o uso seguro, consciente e responsável das aplicações de internet de que trata esta Lei, incluindo campanhas para evitar a desinformação e para a promoção da transparência sobre conteúdos patrocinados.

Parágrafo único. A União, os Estados e os Municípios devem envidar esforços para ampliar e qualificar a participação das crianças, adolescentes e jovens nas práticas escolares que promovam a educação midiática conforme as diretrizes dispostas na Base Nacional Comum prevista no art. 26 da Lei 9.394 de 20 de dezembro de 1996 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional), com a finalidade de desenvolver nos alunos conjunto de

habilidades para acessar, analisar, criar e participar de maneira crítica do ambiente informacional e midiático em todos os seus formatos, afim de desenvolver seus potenciais de comunicação nos diversos meios, a partir das habilidades de interpretação consciente das informações, produção ativa de conteúdos e participação responsável na sociedade.

## CAPÍTULO VI DAS SANÇÕES

Art. 31 Sem prejuízo das demais sanções civis, criminais ou administrativas, em caso de descumprimento das obrigações previstas nesta lei, os provedores ficam sujeitos às seguintes penalidades a serem aplicadas pelo Poder Judiciário, assegurados o devido processo legal, a ampla defesa e o contraditório:

I – advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas;

II – multa de até 10% (dez por cento) do faturamento do grupo econômico no Brasil no seu último exercício;

III – suspensão temporária das atividades; ou

IV – proibição de exercício das atividades.

§1º Para fixação e gradação da sanção, deverão ser observados, além da proporcionalidade e razoabilidade:

I – a gravidade da infração, a partir da consideração dos motivos da mesma e da extensão do dano nas esferas individual e coletiva;

II – a reincidência na prática de infrações previstas nesta lei;

III – a capacidade econômica do infrator, no caso de aplicação da sanção de multa; e

IV – a finalidade social do provedor de aplicação de internet, impacto sobre a coletividade no que tange o fluxo de informações em território nacional.

§ 2º Tratando-se de empresa estrangeira, responde solidariamente pelo pagamento da multa de que trata o inciso I sua filial, sucursal, escritório ou estabelecimento situado no País

§ 3º Somente pelo voto da maioria absoluta de seus membros ou dos membros do respectivo órgão especial, poderão os tribunais impor as sanções dos incisos III e IV.

Art. 32 Os valores das multas aplicadas com base nesta Lei serão destinados ao Ministério da Educação, de modo que sejam empregados exclusivamente na consecução das obrigações do art. 30 desta Lei.

## CAPÍTULO VII

### DO COMITÊ GESTOR DA INTERNET

Art. 33 Além das atribuições conferidas ao Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) pelas Leis nº 12.965 de 23 de abril de 2014 e nº 13.853 de 8 de julho de 2019, bem como as definidas em regulamento, caberá ao órgão:

I – realizar estudos, pareceres e recomendações sobre liberdade, responsabilidade e transparência na internet;

II – apresentar diretrizes para a elaboração de Código de Conduta para provedores, aplicável enquanto mecanismo corregulatório para a garantia dos princípios e objetivos estabelecidos nos arts. 3º e 4º, inclusive quanto a obrigações para que os serviços de mensageria instantânea tomem medidas preventivas para conter a difusão em massa de conteúdo;

III – validar os Códigos de Condutas elaboradas na forma do inciso II deste artigo;

IV – avaliar os dados constantes nos relatórios de que trata o artigo 9º desta Lei;

V – realizar estudos sobre os procedimentos de moderação adotados pelos provedores de redes sociais de que tratam o art. 15 desta Lei, bem como sugerir diretrizes para sua implementação;

VI – fornecer diretrizes e subsídios para as políticas de uso dos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria instantânea;

VII – publicar indicadores sobre o cumprimento dos códigos de conduta pelo setor;

VIII – organizar, anualmente, conferência nacional sobre liberdade, responsabilidade e transparência na internet;

IX – realizar estudos para a criação de fundo para financiamento da educação digital no Brasil;

X – promover estudos e debates para aprofundar o entendimento sobre desinformação, e o seu combate, no contexto da internet e das redes sociais;

XI – estabelecer diretrizes e fornecer subsídios para a autorregulação e para as políticas de uso dos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria instantânea;

XII - elaborar relatório anual de suas atividades, e encaminhá-lo ao Congresso Nacional; e

XIII – elaborar seu regimento interno.

Art. 34 A composição do Plenário do CGI.br deverá observar o princípio da multissetorialidade, fazendo parte, a qualquer tempo, no mínimo 3 (três) representantes de cada um dos 4 (quatro) setores que o compõem e, no máximo 9 (nove) representantes indicados pelo Poder Executivo.

§ 1º Os conselheiros do Comitê Gestor da Internet, prestam serviço público relevante e não serão remunerados pelo exercício de suas atividades.

§ 2º As reuniões do CGI.br que deliberarem temas afetos a esta Lei serão transmitidas ao vivo em canal na internet, com pauta publicadas com, ao menos, 7 dias de antecedência.

## CAPÍTULO VIII DA AUTORREGULAÇÃO REGULADA

Art. 35 Os provedores deverão criar instituição de autorregulação voltada à transparência e à responsabilidade no uso da internet, com as seguintes atribuições:

I – criar e administrar plataforma digital voltada ao recebimento de denúncias sobre conteúdos ou contas e tomada de decisão sobre medidas a serem implementadas por seus associados, bem como a revisão de decisões de conteúdos e contas, por meio de provocação por aqueles afetados diretamente pela decisão;

II – tomar decisões, em tempo útil e eficaz, sobre as denúncias e revisão de medidas abrangidos por esta lei; e

III – desenvolver, em articulação com as empresas de telefonia móvel, boas práticas para suspensão das contas de usuários cuja autenticidade for questionada ou cuja inautenticidade for estabelecida;

Parágrafo único A instituição de autorregulação aprovará resoluções e súmulas de modo a regular seus procedimentos de análise.

## CAPÍTULO IX

### DO CRIME EM ESPÉCIE

Art. 36 Promover ou financiar, pessoalmente ou por meio de terceiros, mediante uso de contas automatizadas e outros meios ou expedientes não fornecidos diretamente pelo provedor de aplicações de internet, disseminação em massa de mensagens que contenha fato que sabe inverídico e passíveis de sanção criminal que causem dano à integridade física das pessoas ou sejam capazes de comprometer a higidez do processo eleitoral.

Pena: reclusão, de 1(um) a 3 (três) anos e multa.

## CAPÍTULO X

## DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 37 Os provedores deverão manter representantes legais no Brasil, informação que será facilmente acessível em seus sítios na internet, bem como disponibilizar às autoridades administrativas que detenham competência legal para sua requisição, nos termos desta Lei, informações cadastrais referentes aos usuários.

Art. 38 Os conteúdos jornalísticos utilizados pelos provedores ensejarão remuneração ao detentor dos direitos do autor do conteúdo utilizado, ressalvados o simples compartilhamento de endereço de protocolo de internet do conteúdo jornalístico original e o disposto no art. 46 da Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, na forma da regulamentação.

Art. 39 O caput do artigo 15 da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, passa vigorar com a seguinte redação:

“Art. 15. O provedor de aplicações de internet constituído na forma de pessoa jurídica e que exerça essa atividade de forma organizada, profissionalmente e com fins econômicos deverá manter os respectivos registros de acesso a aplicações de internet, inclusive os registros que individualizem o usuário de um endereço IP de maneira inequívoca, sob sigilo, em ambiente controlado e de segurança, pelo prazo de um (um) ano, nos termos do regulamento.”

.....” (NR)

Art. 40 No prazo de 5 (cinco) anos a contar da data de publicação desta Lei, será promovida a sua revisão, com base nas informações geradas pelos relatórios semestrais de transparência de que tratam os arts. 9º e 10, levando em conta os procedimentos e decisões relativas à moderação de contas e conteúdos.

Art. 41 A Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 26 .....  
 .....  
 XVI - despesas relacionadas à contratação de serviço de tratamento de dados;  
 .....” (NR)

“Art. 28 .....  
 .....  
 § 4º.....  
 .....  
 III - o registro das suas atividades de tratamento de dados, nos termos do artigo 37 da Lei 13.709, de 14 de agosto de 2018.  
 .....” (NR)

Art. 42 Esta Lei, observado o disposto no art. 16 da Constituição Federal, entra em vigor no prazo de:

I – 180 (cento e oitenta) dias, a partir da data de sua publicação, quanto aos arts. 6º a 21, e 34; e

II – 90 (noventa) dias, a partir da data de sua publicação, para os demais dispositivos.

Sala das Sessões, em        de        de 2021.

Deputada BRUNA FURLAN  
 Coordenadora

Deputado ORLANDO SILVA  
 Relator