

GRUPO DE TRABALHO APERFEIÇOAMENTO DA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA –
INTERNET

PROJETO DE LEI Nº 2630/20

Institui a Lei Brasileira de
Liberdade, Responsabilidade e
Transparência na Internet. Autor:
SENADO FEDERAL; Senador
ALESSANDRO VIEIRA Relator:
Deputado ORLANDO SILVA

EMENDA MODIFICATIVA Nº _____, AO PROJETO DE LEI Nº 2.630, DE 2020

Art. 1º Suprimam-se o inciso II do artigo 6º e os §§3º e 4º do artigo 6º.

Art. 2º Suprimam-se os incisos I e II do artigo 16 e dê-se a seguinte redação ao caput:

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

Art. 3º Suprimam-se os incisos VI, VII, IX e X do artigo 18 e dê-se ao *caput* e incisos I e VII a seguinte redação:

“Art. 18 Os provedores que fornecerem impulsionamento de propaganda eleitoral devem disponibilizar ao público todo o conjunto de anúncios impulsionados **identificados pelos usuários como propaganda eleitoral**, incluindo informações sobre:

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

VII – o **endereço eletrônico** dos anúncios eleitorais exibidos;”

Art. 4º Suprimam-se os incisos I, II e III e parágrafo único do artigo 19 e dê-se ao caput a seguinte redação:

“Art. 19 Os provedores de redes sociais podem disponibilizar mecanismos para fornecer aos usuários as informações claras sobre os conteúdos impulsionados com os quais a conta interagiu, respeitados os segredos comercial e industrial.”

Art. 5º Dê-se ao artigo 20 a seguinte redação:

“Art. 20 Os provedores devem requerer dos anunciantes e responsáveis pelas contas que impulsionam conteúdos **de propaganda eleitoral**, a confirmação da identificação, inclusive por meio da apresentação de documento de identificação válido.

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. 6º Dê-se ao artigo 21 a seguinte redação:

“Art. 21 A comercialização de publicidade para inserção por provedores domiciliados no exterior deverá respeitar a legislação de regência da publicidade no país, quando destinada ao mercado brasileiro.”

JUSTIFICATIVA

Esta emenda reúne modificações sobre o tema da regulação da publicidade nos provedores de internet regulados pelo PL 2630/20. Reconhecemos que há interesse público em evitar que conteúdos nocivos e ilegais estejam nas redes sociais e já existem regras publicitárias e orientações de entidades do setor como, por exemplo, brand safety e orientações éticas para a publicidade no país.

Para a publicidade em geral, acreditamos que já existem mecanismos desenvolvidos pelo próprio mercado capazes de auxiliar os interesses dos anunciantes, e que também permitem a responsabilização de provedores sempre que houver um ilícito efetivamente apurado. Se mantidas as regras gerais, entendemos que será criado um universo mais rigoroso e específico para a publicidade digital em provedores de redes sociais e ferramentas de busca que não encontram paralelo com outras plataformas digitais que também comercializam espaços publicitários.

O texto impõe a obrigatoriedade de que o usuário tenha acesso a informações de contato do anunciante, o que não é exigido em nenhum outro mecanismo publicitário. Criar essa responsabilidade apenas para os meios digitais seria uma forma de discriminação da publicidade digital e, ademais, obrigaria que pequenos e médios negócios tornassem públicos em toda a web dados que muitas vezes são pessoais.

Adicionalmente, provedores de aplicação de internet estão sujeitos ao regime legal previsto no art. 19 do Marco Civil da Internet, segundo o qual não lhes cabe responsabilidade solidária por conteúdo de terceiros. O regime de responsabilização de provedores de aplicação previsto no MCI não prevê qualquer tipo de monitoramento prévio de terceiros que publiquem conteúdo online. Conteúdos gerados por anunciantes são conteúdos de terceiros e os provedores de aplicação de internet não podem ser responsabilizados subsidiariamente pelos mesmos

Visto o exposto, sugerimos que haja diferenciação clara entre responsabilidades ostensivas para os anunciantes públicos e a aplicação do regime já existentes para publicidade privada visando a não exposição

excessiva de sigredo de negócios dos anunciantes e protegendo seus dados nos termos da LGPD.

Sala das Sessões, em de de 2021
Deputado Vinicius Poit

