

**PROJETO DE LEI Nº \_\_\_\_\_, DE 2020.**

(Do Sr. Alessandro Vieira e outros)

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

O SENADO FEDERAL decreta:

**CAPÍTULO I**

**DISPOSIÇÕES PRELIMINARES**

Art. 1º Esta lei estabelece diretrizes de atuação para provedores de aplicação com receita bruta total no ano-calendário superior a R\$ 78.000.000,00 (setenta e oito milhões de reais) em relação a contas inautênticas, disseminação de desinformação, conteúdos, anúncios online e propagandas políticas patrocinadas no Brasil.

§1º O valor da receita bruta de que trata o **caput** poderá ser auferido por empresa, grupo ou conglomerado que tenha como atuação econômica relevante o disposto no inciso I do art. 4º.

§2º O disposto no **caput** aplica-se mesmo que as atividades sejam realizadas por pessoa jurídica sediada no exterior, desde que ofereça serviço ao público brasileiro ou pelo menos uma integrante do mesmo grupo econômico possua estabelecimento no Brasil

§3º Os provedores de aplicação com receita bruta inferior ao disposto no **caput** devem considerar as disposições desta Lei como boas práticas a serem seguidas, buscando utilizar medidas adequadas e proporcionais no combate à desinformação e na transparência sobre conteúdos pagos.

Art 2º O disposto nesta Lei deve levar em conta os princípios e garantias contidos nas Leis nºs 12.965, de 23 de abril de 2014, e 13.709, de 14 de agosto de 2018.

Art. 3º A Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência Digital na Internet tem como objetivos:

I - o fortalecimento do processo democrático por meio do combate à desinformação e do fomento à pluralidade de informações na internet no Brasil;

II – a busca por maior transparência sobre conteúdos pagos disponibilizados para o usuário;



SF/20423.52914-44

III - desencorajar o uso de contas inautênticas para disseminar desinformação nas aplicações de internet.

Art. 4º Para os efeitos desta Lei, considera-se:

I – provedor de aplicação: pessoa física ou jurídica responsável por aplicações de internet, definidas nos termos do art. 5º, VII da Lei nº 12.965, de 2014;

II - alcance significativo: conteúdo cuja visualização supera 5.000 pessoas;

III - desinformação: conteúdo falso ou enganoso que foi propositadamente colocado fora de contexto, manipulado ou completamente forjado com o interesse de enganar público e que:

a) Seja disseminado para obter ganhos econômicos; ou

b) Possa causar danos públicos, como fraudes eleitorais, o risco à estabilidade democrática, ao funcionamento de serviços públicos, à integridade física e moral de pessoas e grupos identificáveis por sua raça, gênero, orientação sexual ou visão ideológica ou consequências negativas à saúde individual ou coletiva.

IV - conta: qualquer acesso à aplicação de internet concedido para indivíduos ou grupos e que permite a publicação de conteúdo;

V - conta inautêntica: conta que dissemina desinformação, criada ou usada com o propósito de deturpar intencionalmente conteúdos ou dolosamente assumir identidade de terceira pessoa para enganar o público;

VI -**Bot** ou robô: programas criados para imitar, substituir ou facilitar atividades de humanos na execução de tarefas repetitivas em aplicações de internet;

VII - **Botnet**: conjunto de **bots** controlados por um grupo de pessoas, uma conta individual, um governo ou uma empresa;

VIII - conteúdo: dados ou informações, processados ou não, que podem ser utilizados para produção e transmissão de conhecimento em sentido amplo, contidos em qualquer meio, suporte ou formato, compartilhado em uma aplicação de internet, independentemente da forma de distribuição, publicação ou transmissão utilizada pela internet;

IX - conteúdo patrocinado: qualquer conteúdo criado, postado, compartilhado ou oferecido como comentário por indivíduos em troca de pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro;

X - anúncios online: qualquer conteúdo promovido ou impulsionado por meio de pagamento de uma retribuição pecuniária ou estimável em dinheiro em uma aplicação de internet;



XI - propaganda política patrocinada: qualquer conteúdo promovido ou impulsionado por meio de pagamento de uma retribuição pecuniária ou estimável em dinheiro relacionado à política, eleições ou outros temas de interesse nacional que:

a) são feitas por ou em nome de alguém que foi ou é atualmente candidata a um cargo público, um representante eleito ou em nome de um partido político, um comitê de ação política ou em uma eleição para um cargo público;

b) relacionadas à qualquer eleição, referendo, iniciativa de votação, incluindo campanhas de incentivo ao voto ou campanhas de informação sobre as eleições;

c) relacionadas com qualquer assunto relacionado à política nacional ou internacional, que tenha importância pública em qualquer lugar que o conteúdo pago está sendo exibido; ou

d) são reguladas como propaganda política pela legislação brasileira.

XII - verificadores de fatos independentes: pessoa jurídica que realiza uma verificação criteriosa de fatos de acordo com os parâmetros e princípios desta Lei;

XIII - algoritmo de visualização: quando um provedor de aplicação utiliza um processo automatizado para determinar quando, como, e em qual ordem um conteúdo é apresentado a um usuário, incluindo ferramentas que recomendam ou disponibilizam automaticamente conteúdos baseados nas preferências dos usuários ou em interações anteriores..

## CAPÍTULO II

### DA RESPONSABILIDADE DOS PROVEDORES DE APLICAÇÃO NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO E AUMENTO DA TRANSPARÊNCIA NA INTERNET

#### Seção I

#### Disposições Gerais

Art. 5º Os provedores de aplicação de internet de que trata esta Lei devem proibir o uso:

I - de contas inautênticas;

II – de **bots** e **botnets** que disseminam desinformação;

III - **bots** não rotulados, que são aqueles cujo uso não é comunicado ao provedor de aplicação e identificado para usos legítimos;

IV – conteúdo, anúncios online ou propagandas políticas patrocinados não rotulados, que são aqueles cujo uso não é comunicado ao provedor de aplicação e identificado para usos legítimos.

§1º Os provedores de aplicação devem respeitar a utilização lícita de pseudônimos e outros usos legítimos de suas contas e serviços, nos termos do artigo 5, IX e 220 da Constituição Federal respeitado o direito a honra de terceiros.

§2º Os rótulos de que trata esse artigo devem ser identificados de maneira destacada aos usuários e mantidos inclusive quando o conteúdo ou mensagem for compartilhada, encaminhado ou repassado de qualquer maneira.

§3º Dada a natureza complexa e em rápida mudança do comportamento de disseminação de desinformação nas redes, os provedores de aplicação devem desenvolver procedimentos de acompanhamento para melhorar as proteções do usuário contra comportamentos ilícitos, incluindo a proteção contra o uso de imagens manipuladas para imitar a realidade (“*deep fake*”), entre outros.

## Seção II

### Dever de Transparência dos Provedores de Aplicação

Art. 6º Os provedores de aplicação de que trata esta Lei devem tornar público em suas páginas na internet, em português, dados atualizados sobre as providências tomadas em relação a contas inautênticas, **bots** não rotulados e conteúdos, anúncios ou propagandas políticos patrocinados não rotulados, discurso de ódio, exploração infantil, nudez não consentida e outras ações, bem como produzir relatórios periódicos contendo o detalhamento dessas iniciativas.

§1º 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.

§2º Os dados sobre as providências adotadas devem ser atualizados, no mínimo, semanalmente.

§3º Os relatórios devem ser publicados a cada trimestre e, durante períodos eleitorais, mensalmente.

Art. 7º Os relatórios deverão conter no mínimo os seguintes dados:

I - número de contas inautênticas removidas da rede, incluindo a porcentagem de quantas estavam ativas;

II - número de **bots**, conteúdos, anúncios e propaganda não registrados no provedor de aplicações que foram removidos da rede;

III - número de reclamações recebidas sobre o comportamento irregular e correções emitidas no período do relatório, indicando a origem e motivo da reclamação;

IV - tempo entre o recebimento das reclamações pelo provedor de aplicação e a resposta dada, discriminando de acordo com o prazo para resolução da demanda;

V - número de vezes em que um verificador de fatos independente, órgão público ou pessoa jurídica de direito privado foi consultada para tomada de decisão em relação a uma reclamação de usuário e quantas correções foram emitidas;

VI – outros dados relacionados a engajamentos ou interações com conteúdos que foram verificados como desinformação, discurso de ódio, exploração infantil, nudez não consentida e outras ações, podendo incluir curtidas, visualizações, cliques, alcance ou outras métricas relevantes de interação, bem como informações sobre pedidos de retirada e alteração de conteúdos por pessoas físicas e jurídicas que não sejam provenientes de verificadores de fatos independentes, incluindo aquelas advindas de entes governamentais.

Parágrafo único: Os relatórios e dados disponibilizados devem permitir a inter relação entre bots, contas e conteúdos desinformativos disseminados, de modo que seja possível a identificação de rede produtoras e disseminadoras de desinformação.

### **Seção III**

#### **Das Medidas contra a Desinformação**

Art. 8º Os provedores de aplicação de que trata esta Lei devem tomar medidas proativas para proteger seus serviços contra a disseminação de desinformação através de medidas técnicas compatíveis com os padrões internacionais e pelo estímulo ao uso de boas práticas.

Art. 9º Os provedores de aplicação devem ser transparentes em relação a conteúdos potencialmente desinformativos e encaminhar tais conteúdos para verificadores de fatos independentes o mais rápido possível para análise, tendo no máximo 12 (doze) horas para a adoção das providências indicadas nesta Lei.

Art. 10. As medidas proativas devem ser efetivas, proporcionais, não discriminatórias e devem considerar os direitos fundamentais dos usuários, em particular a liberdade de expressão e o respeito à legislação de proteção de dados pessoais.

Parágrafo único. Em qualquer ação tomada em cumprimento a esta Lei, em relação a contas ou conteúdo de usuários, os provedores de aplicação devem notificar o usuário sobre a medida tomada e apresentar claramente os motivos.

Art. 11. Respeitado o disposto no art. 9º da Lei nº 12.965, de 2014, quando um conteúdo com alcance significativo for checado por verificadores de fatos independentes e considerado desinformação, os provedores de aplicação devem implementar medidas proativas para minimizar a disseminação do conteúdo, como:



- I - desabilitar os recursos de transmissão do conteúdo desinformativo para mais de um usuário por vez no caso de serviços de mensagem instantânea ou quando aplicável;
- II - rotular o conteúdo desinformativo como tal, inclusive em serviços de mensagens instantâneas;
- III - mostrar o nome do criador original do conteúdo quando tal conteúdo for compartilhado.
- IV – Diminuir significativamente ou eliminar a proeminência e alcance da desinformação verificada por meio de ajuste no algoritmo de visualização do provedor de aplicação da internet.

Parágrafo único. As medidas proativas para minimizar a disseminação de conteúdo desinformativo devem estar especificadas nos contratos de prestação de serviços ou em termos de uso de aplicações de internet.

Art. 12. É obrigatória a disponibilização de serviço de revisão do conteúdo considerado como desinformativo ao usuário.

Art. 13. É vedado o patrocínio de conteúdo verificado e revisado como desinformação nos termos do art. 12.

Art. 14. Para cada conteúdo com alcance significativo que for apurado como desinformação pelos verificadores de fatos independentes, os provedores de aplicação deverão compartilhar a correção sugerida objetivando atingir, no mínimo, o alcance inicial do conteúdo original e as pessoas atingidas inicialmente.

Art. 15. Consideram-se boas práticas para corrigir a desinformação:

- I - o uso de correções provenientes dos verificadores de fatos independentes com ênfase nos fatos;
- II - Evitar a repetição da informação falsa ou enganosa.

Art. 16. Os provedores de aplicação devem fornecer um mecanismo acessível e destacado para qualquer usuário reportar desinformação ou solicitar uma correção.

Art. 17. Os provedores de aplicação devem atuar em cooperação com verificadores de fatos independentes para criar e manter um banco de dados comum de desinformações verificadas, cujo conteúdo deve ser disponibilizado publicamente.

## **Seção IV**

### **Dos Provedores de Aplicação de Mensagens Instantâneas**

Art. 18. Os provedores de aplicação que prestarem serviços de mensagens instantâneas, inclusive os criptografados, devem identificar aos usuários o produtor das



mensagens escritas por terceiros e as mensagens que tiveram origem ou disseminação realizada por **bots**.

Art. 19. Os provedores de aplicação que prestarem serviços de mensagens instantâneas que fornecem mecanismo de transmissão em massa devem requerer o consentimento do usuário antes de entregar as mensagens.

§1º As configurações para transmissão de mensagens devem por padrão serem definidas como "desativadas" e os usuários devem optar manualmente para começar a receber o conteúdo transmitido.

§2º O consentimento do usuário é necessário somente na primeira vez em que um remetente deseja enviar uma mensagem.

§3º Os serviços devem fornecer meios acessíveis e destacados para os usuários retirarem o consentimento dado previamente.

Art. 20. Os provedores de aplicação que prestarem serviços de mensagens instantâneas devem utilizar todos os meios ao seu alcance para limitar a difusão e assinalar aos seus usuários a presença de conteúdo desinformativo, sem prejuízo da garantia à privacidade e do segredo de comunicações pessoais.

§1º Os provedores de aplicação mencionados no caput devem observar as normas de transparência previstas nos arts. 6º e 7º desta Lei.

§2º Os provedores de aplicação mencionados no caput deverão, ainda, e mediante requisição da Autoridade Nacional de Proteção de Dados, apresentar relatório descritivo das medidas tomadas para o cumprimento da medida disposta, incluindo estatísticas acerca dos resultados obtidos.

### CAPÍTULO III

#### DA ATUAÇÃO DOS VERIFICADORES DE FATOS INDEPENDENTES

Art. 21. Para ser qualificado como verificador de fatos independentes, a pessoa jurídica deve:

- I - ser independente de governos e de partidos políticos;
- II - comprometer-se com os princípios da imparcialidade, precisão e transparência;
- III - realizar a verificação das informações por pares, com a devida identificação dos avaliadores;



IV - divulgar em site oficial a identificação do pessoal contratados e responsável pela verificação;

V – adotar as melhores práticas internacionais de verificação de fatos;

VI – ser transparente sobre suas fontes de financiamento, devendo esses financiadores se absterem de influenciar as conclusões emitidas;

VII - cumprir integralmente o disposto no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros;

VIII - emitir relatórios públicos trimestrais com dados qualitativos e quantitativos sobre a desinformação, incluindo o número de revisões realizadas, o conteúdo verificado com as devidas decisões, a quantidade de correções emitidas e o banco de dados de que trata o art. 17; e

IX - permitir auditorias públicas e anuais, bem como estudos de acadêmicos que objetivem verificar o cumprimento dos verificadores de fatos sobre as disposições desta Lei.

Art. 22. O provedor de aplicação pode escolher de qual verificador de fatos independentes irá emitir a correção para os usuários, devendo levar em consideração a reputação da entidade, bem como sua capacidade de corrigir de maneira mais eficiente a desinformação.

Parágrafo único. Para garantir maior eficiência e desde que cumpra os princípios da imparcialidade, precisão e transparência, o verificador de fatos independentes poderá adotar correções distintas para diferentes públicos-alvos.

Art. 23. Os verificadores de fatos independentes são responsáveis por suas correções emitidas podendo ser acionadas judicialmente no caso de descumprimento dos princípios e diretrizes contidos nesta Lei.

## CAPÍTULO IV

### DA TRANSPARÊNCIA EM RELAÇÃO A CONTEÚDOS PATROCINADOS, ANÚNCIOS ONLINE E PROPAGANDA POLÍTICA PATROCINADA

Art 24. Com o propósito de garantir transparência, os provedores de aplicação devem fornecer a todos os usuários um meio destacado e de fácil acesso para a visualização do histórico de todos os conteúdos patrocinados, anúncios online e propaganda política patrocinada com os quais o usuário teve contato nos últimos 6 (seis) meses.

Art. 25. É proibido postar conteúdo patrocinado, anúncio online ou propaganda política patrocinada que não esteja em conformidade com os requisitos de rotulagem determinados nesta Lei.





Art. 26. Com o propósito de garantir transparência, os provedores de aplicação devem exigir que todos os conteúdos patrocinados, anúncios online e propaganda política patrocinada incluam rotulação que:

I - identifique que se trata de conteúdo pago ou promovido, identificando o pagador do conteúdo;

II – direcione o usuário para acessar informações sobre o pagador do conteúdo, seja pessoa física ou jurídica, seus dados de contato;

III - direcione o usuário para acessar informações de quais as fontes de informação e os critérios para a escolha de público-alvo do anúncio.

Art. 27. Para garantir transparência, propagandas políticas patrocinadas devem conter adicionalmente as seguintes informações:

I – apresentar se a propaganda foi paga por um partido político e, em caso positivo, indicar o nome do partido na rotulação;

II – dados sobre todos anúncios e propagandas que o patrocinador realizou nos últimos 12 (doze) meses, incluindo aqueles em execução no momento em que ele receber a propaganda.

Art. 28. Os provedores de aplicação devem requerer aos anunciantes que desejem publicar propagandas políticas patrocinadas que confirmem sua identificação e localização, inclusive por meio da apresentação de documento de identidade válido.

## CAPÍTULO V DA ATUAÇÃO DO PODER PÚBLICO

Art. 29. As aplicações de internet de entes do poder público devem:

I – adotar boas práticas de combate a desinformação, inclusive por meio da disponibilização de mecanismo acessível e destacado para qualquer usuário reportar desinformação; e

II – utilizar as diretrizes de rotulação de conteúdos patrocinados e anúncios online promovidos pelo setor público.

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 da internet, incluindo campanhas para evitar a desinformação na internet e promover a transparência sobre conteúdos patrocinados na internet.



Art. 31. O Estado deve incluir nos estudos de que trata o art. 28 da Lei nº 12.965, de 2014, diagnósticos sobre a desinformação na internet e transparência de conteúdos patrocinados na internet.

Art. 32. Os órgãos públicos devem promover campanhas para servidores públicos sobre a importância do combate à desinformação e transparência de conteúdos patrocinados na internet.

Art. 33. Ações de publicidade e comunicação governamental devem, necessariamente, publicar informações baseadas em evidências científicas.

Parágrafo Único A Administração Pública não deve, sob nenhuma hipótese, disseminar desinformação, por meio de contas inautênticas, bots ou botnets.

## CAPÍTULO VI DAS SANÇÕES

Art. 34. Sem prejuízo das demais sanções cíveis, criminais ou administrativas, os provedores de aplicação ficam sujeitos às seguintes sanções:

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, excluídos os tributos, considerados a condição econômica do infrator e o princípio da proporcionalidade entre a gravidade da falta e a intensidade da sanção;

III - suspensão temporária das atividades; ou

IV - proibição de exercício das atividades no país.

Parágrafo único. Conforme o caso, as sanções podem ser aplicadas de forma isolada ou cumulativa.

## CAPÍTULO VII DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 35. A Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992, passa a vigorar com a seguinte alteração:

“Art. 11.

.....  
.....



XI – disseminar desinformação, por meio de contas inautênticas, bots ou botnets.” (NR)

Art. 36. Esta Lei entra em vigor noventa dias após sua publicação.

Brasília, de 2019, 198º da Independência e 129º da República.

## JUSTIFICATIVA

A internet continua transformando o modo que consumimos e transmitimos informações. Serviços de mensagens instantâneas e mídias sociais poderosas conectam atualmente cidadãos no Brasil e bilhões de pessoas ao redor do mundo. As plataformas estão remodelando a forma pela qual seus usuários entendem o mundo e interagem uns com os outros. O tamanho, o poder e a acessibilidade dessas plataformas as tornam vulneráveis frente a esforços coordenados para inadvertidamente induzir ao erro uma quantidade incontável de usuários.

O combate à disseminação de informações inverídicas e não baseadas em evidências científicas sólidas representam não só uma salvaguarda às instituições, à democracia e à honra pessoal, como também à proteção à saúde individual e coletiva em tempos de pandemia do COVID-19, que se apresenta como o desafio que demanda esforços coletivos sem precedentes para o país.

A velocidade de contaminação da atual pandemia do Coronavírus só se equipara à rapidez com que uma corrosiva infodemia da desinformação tem tomado as redes sociais, que pode ser letal e nociva a saúde individual e coletiva. A desinformação, neste contexto de crise e de necessidade de coesão social sem precedentes, contribui para desestruturar laços de confiança na classe médica, científica e na classe política do país. Além disso, confunde e retarda ações importantes de prevenção e de controle do vírus, fazendo com que as pessoas se automediquem e adotem "medidas de prevenção" falsas que nos impedem de, de fato, reduzir a curva de contágio. As histórias são absurdas: de remédios milagrosos para COVID-19 como o "lança-perfume", e o consumo de alimentos alcalinos, narrativas disseminadas de que tudo não passa de um complô dos governadores, ou, mensagens que propagam a fake news de que o "vírus chinês" é um plano para desestabilizar a economia global. Como mencionado pelo atual Secretário Geral da ONU, António Guterres, o vírus é nosso "inimigo comum", no entanto, o



"nosso inimigo também é o aumento da desinformação" que ataca as autoridades médicas, os governantes e a imprensa."<sup>1</sup>

Adicione-se a essa emergência imediata o fato de que, no Brasil, a disseminação de desinformação sobre campanhas de vacinação também tornou-se uma epidemia. Estudo conduzido pela SBIM em parceria com Avaaz <sup>2</sup>indica que 7 em cada 10 pessoas acreditam em pelo menos uma informação imprecisa sobre vacina. 13% da população brasileira não se vacinou ou não vacinou uma criança sob sua responsabilidade, isso significa cerca de 21 milhões de pessoas. 57% dos que não vacinaram citam uma razão que é considerada imprecisa pelos melhores órgãos de saúde do país. Em termos de responsabilidade das plataformas, os vídeos de desinformação no Facebook atingiram 23,5 milhões de visualizações e 2,4 milhões no YouTube. Metade da população reconhece que se informa sobre vacinação em redes sociais ou no WhatsApp. A maioria das pessoas que pensa que as vacinas são totalmente (59% ) ou parcialmente inseguros (72%) parecem ter recebido informações negativas sobre vacinas nas redes sociais ou WhatsApp. O próprio Ministério da Saúde reconheceu que 90% das notícias falsas relacionadas à saúde são sobre vacinas ou soluções milagrosas para doenças graves<sup>3</sup>.

A força de nosso país e seu sistema eleitoral e político derivam, em grande parte, da credibilidade e solidez de nossas instituições democráticas. Os ataques de desinformação estão crescendo em todo o mundo e a Organização dos Estados Americanos (OEA) já declarou que o Brasil foi o primeiro país no mundo a receber ataques estruturados massivos para manipular as intenções de voto. Esses tipos de ataque privam os cidadãos de informações precisas, poluem o discurso público, influenciam processos democráticos e podem ter resultados drásticos.

A desinformação não é uma ameaça nova à democracia, no entanto, com o poder das novas tecnologias, as redes de desinformação têm evoluído rapidamente ao redor do mundo. O Facebook, em 2018, contava com 127 milhões de usuários ativos no Brasil e o Whatsapp 120 milhões. Portanto, mais de 60% da população brasileira está ativamente usando plataformas inundadas com redes de desinformação, sem qualquer preocupação com o seu impacto nas nossas vidas reais e na nossa sociedade. O Youtube tem por volta de 2 bilhões de inscritos, que assistem a plataforma todos os dias entre 30-60 minutos e 96% da população que tem acesso à internet no Brasil usa o YouTube. De acordo com estudo de 2018 da Câmara dos Deputados<sup>4</sup>, estimativas são de que as mídias digitais podem chegar a ter quase um terço do bolo publicitário brasileiro, totalizando uma receita anual de R\$ 14,8 bilhões. (...) Dessa forma, as plataformas digitais, que incluem aplicações de vídeo, como o YouTube, redes sociais, como o Facebook, e mecanismos de busca, como o Google, têm reconhecido valor na formação de crenças nos consumidores e também na opinião pública." Adiciona, ainda, o estudo legislativo a informação de que a remuneração desses agentes ocorrem por diversos mecanismos: clicks,

---

<sup>1</sup> Fonte: <https://www.un.org/en/un-coronavirus-communications-team/un-tackling-%E2%80%98infodemic%E2%80%99-misinformation-and-cybercrime-covid-19>

<sup>2</sup> Fonte: [https://secure.avaaz.org/campaign/po/disinfo\\_hub/](https://secure.avaaz.org/campaign/po/disinfo_hub/)

<sup>3</sup> Fonte: <https://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/44139-ministerio-da-saude-lanca-servico-de-combate-a-fake-news>

<sup>4</sup> Fonte: <http://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento/download/9a52b134-5dee-4e48-ac-eb-90533e47e941>



tempo de exibição de anúncios, quantidade de pessoas atingidas, etc. e “a remuneração das plataformas se dá independentemente de o conteúdo veiculado ser verdadeiro ou falso. De certa forma, há até um certo incentivo para que existam dúvidas e polêmicas, já que isso é capaz de atrair a atenção e o tempo da audiência”.

Este projeto, assim como o apresentado na Câmara pelos colegas deputados Felipe Rigoni, Tabata Amaral, Flavia Arruda, Marcelo Ramos, Gil Cutrim, Gastão Vieira, Prof. Israel Batista, João H. Campos, Christino Aureo, Lafayette de Andrada, Raul Henry e Rubens Bueno, busca, portanto, estabelecer um mecanismo sólido e independente de checagem das informações, de modo a tratar a desinformação com mais informação, ampliando as exigências de transparência, fortalecendo a checagem de fatos e garantindo que estas informações factuais cheguem a todos que são atingidos por fake news.

Todos os serviços e as plataformas abrangidos por esta legislação deverão implementar medidas para impedir a disseminação de desinformação em seus meios. Essas obrigações direcionam os provedores de serviços de mensagem instantânea e plataformas a agirem em uma maneira diligente, proporcional e não discriminatória, protegendo os direitos fundamentais dos usuários, bem como a obrigação de incluir em suas plataformas meios para identificar, combater e corrigir a desinformação. A compreensão e exercício adequado dessas obrigações impactarão positivamente o direito do usuário em termos claros para proteger a integridade de seus meios de compartilhamento e recebimento de informações nas plataformas e a integridade de informações que empodera a participação popular em sociedades democráticas e abertas.

A presente proposta de legislação prevê que os serviços precisam ser proativos na tomada de medidas de resposta rápida para reduzir o alcance do conteúdo sempre que necessário. Tais medidas devem ser proporcionais e efetivas e devem levar em consideração o risco e nível de exposição, incluindo a adaptação do algoritmo, quando aplicável, para diminuir o alcance e limitar o poder da desinformação. As plataformas que usam algoritmos para potencializar o alcance, a interação e a divulgação de conteúdo criado por usuários têm uma ferramenta poderosa nas mãos para aumentar a habilidade de combater a desinformação.

Um dos pilares da presente legislação é o direito à transparência como uma das maneiras com as quais os usuários estarão equipados para identificar desinformação e informação política falsa ou enganosa. Além disso, a rotulação de bots e de conteúdo pago e promocional está previsto na presente Lei. Essa medida também tem por objetivo permitir que os usuários tenham uma ferramenta para visualizar e reconhecer facilmente quando um conteúdo não é orgânico e tenha seu alcance ampliado e segmentado em público-alvo mediante pagamento. A referida ferramenta permitirá que os usuários reconheçam claramente a entidade, partido ou pessoa que pagou pelo conteúdo e qual foi a escolha de público-alvo e audiência do conteúdo pago.

A presente legislação propõe um botão de acesso simples para encorajar os usuários a denunciar qualquer conteúdo que suspeitem ser desinformação. Essa participação empodera usuários a reportar tais conteúdos, facilitando seu reconhecimento e seu padrão de funcionamento. Todas as denúncias precisam ser públicas e disponibilizadas às autoridades competentes e enviadas para especialistas facilitando sua rápida identificação e correção.



Uma disposição importante prevê a criação e livre distribuição de uma ferramenta que possa facilmente rastrear conteúdo de desinformação baixado por download e compartilhado por serviços de mensagens instantâneas, usando informações fornecidas por um banco de dados de fatos verificados e, após verificação cruzada de dados, implementar medidas para reduzir, informar e corrigir, em conformidade com a legislação, como um antivírus de desinformação. Essa ferramenta, se utilizada, será extremamente importante para combater e diminuir o impacto de desinformação, informando usuários e permitindo que os serviços ajam proativamente contra uma das fontes primárias de divulgação de desinformação por redes maliciosas, respeitando a privacidade das conversas e serviços criptografados.

É extremamente importante informar os usuários a respeito de interações ou conteúdos não orgânicos que estejam sendo disponibilizados a eles, para desenvolver senso crítico e a habilidade de rapidamente identificar interações maliciosas ou direcionadas à público-alvo selecionado. Assim, a presente proposta de legislação prevê o mecanismo de correção do erro, qual seja, a notificação de cada usuário que tenha sido alvo de uma desinformação nas plataformas sociais ou que tenha recebido conteúdo pago não rotulado ou interagido com contas impostoras falsas, bots não rotulados ou anúncios promocionais não rotulados.

É esperado de nossa mídia tradicional que quando transmitem informações erradas, corrijam publicamente a informação, com a mesma proeminência e forma que teve a desinformação inicial. Atualmente, devemos cobrar o mesmo de nossas plataformas de mídias sociais e mensagens instantâneas, contudo, elas necessitam de uma visão externa para realizar essa identificação com alto padrão de qualidade e efetividade, à fim de serem eficazes, imparciais e não agirem de maneira censora. Além disso, essa legislação exige que as plataformas e serviços atuem em parceria com verificadores de fatos independentes para identificar e corrigir a desinformação rapidamente e de um espectro profissional não-partidário, guiado pela legislação e pelas melhores práticas internacionais disponíveis

A presente proposta de legislação obriga as plataformas a, uma vez que tenham identificado conteúdo classificado como desinformação potencial, o disponibilizem rapidamente para análise dos verificadores de fatos e, tendo sido considerado desinformação, informem todos os usuários que viram, compartilharam ou estão prestes a compartilhar a desinformação. Conjuntamente, devem fornecer a esses usuários correções com dados e fatos verificados. É provado que, quando as correções são feitas de acordo com as melhores práticas disponíveis, elas efetivamente diminuem o impacto do conteúdo malicioso e empoderam os usuários nos processos de tomada de decisões e debates públicos, diminuindo a crença em conteúdo desinformativo. Pesquisas realizadas na George Washington University e na Universidade de Ohio apontam que o fornecimento de correções, realizadas por verificadores, aos usuários de mídias sociais que viram informações falsas ou enganosas tem o potencial de diminuir a crença na desinformação em até 61%.<sup>5</sup>

As plataformas online devem exercer um papel proativo em identificar e, quando necessário, deletar bots sem rótulos e contas que não estejam em conformidade com a presente

---

<sup>5</sup>Fonte: [https://secure.avaaz.org/campaign/en/correct\\_the\\_record\\_study/](https://secure.avaaz.org/campaign/en/correct_the_record_study/)

legislação, tais como contas falsas ou impostoras, que representam os maiores atores nos ataques de desinformação. Essa obrigação não deve ser interpretada em conflito com os direitos constitucionais de anonimato ou o direito dos cidadãos que tenham que usar nomes sociais ou pseudônimos por motivos de segurança ou outros motivos razoáveis. As plataformas podem garantir o uso de pseudônimos que não sejam usados para enganar e para disseminar desinformação. Erros de exclusão podem ser remediados com um procedimento de recurso previsto na presente legislação e, em caso de dúvidas razoáveis, as contas podem ser suspensas até uma análise posterior por um juiz de direito.

Ao garantir que as plataformas tomem medidas baseadas nos pilares robustos que regem essa legislação, de transparência, verificação de informação por agências de verificadores de fatos independentes, imparciais e sem afiliações políticas, fornecendo maneiras fáceis de denunciar conteúdo e contas falsas, rotulando claramente conteúdo e bots pagos não orgânicos, excluindo contas maliciosas e informando os usuários por meio de correções, esperamos contribuir para o ambiente de debate democrático no Brasil, fortalecer nossa democracia e garantir que as mídias sociais ajam de forma proativa para limpar e proteger seus serviços de operadores privados maliciosos, da manipulação da sociedade e o aumento do acesso a informações, empoderando os cidadãos brasileiros antes, durante e após os períodos eleitorais.

O Brasil é uma nação que construiu uma democracia vibrante e que trabalhou duro para garantir que todas as vozes sejam ouvidas em todas as esferas públicas. Ao regular as plataformas de mídias sociais para combaterem a desinformação, a presente legislação tem por objetivo defender a democracia e garantir que todas as vozes sejam ouvidas igualmente, na medida em que protege vidas e usa como vacina para a desinformação, a checagem íntegra e independente, criando uma cadeia positiva de disseminação de informações com fontes confiáveis e baseadas em evidências científicas, que assegurem, além da honra e da nossa democracia, a vida e a saúde das pessoas.

Sala das Sessões, 01 de Abril de 2020

---

Senador Alessandro Vieira  
Cidadania/SE

