

EMENDA Nº - PLEN, DE 2020
(ao PL nº 2.630, de 2020)

Dê-se ao PL 2630, de 2020, a seguinte redação:

“O CONGRESSO NACIONAL decreta:

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta lei estabelece normas, diretrizes e mecanismos de transparência de redes sociais e de serviços de mensageria privada através da Internet, para desestimular o seu abuso ou manipulação com potencial de dar causa a danos individuais ou coletivos (Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet).

§1º Esta Lei não se aplica a provedor de aplicação que oferece serviço de rede social ao público brasileiro com menos de dois milhões de usuários registrados, para o qual as disposições desta Lei servirão de parâmetro para aplicação de programa de boas práticas, buscando utilizar medidas adequadas e proporcionais no combate ao comportamento inautêntico e na transparência sobre conteúdos pagos.

§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.

Art. 2º O disposto nesta Lei deve considerar os princípios e garantias previstos nas Leis nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 - Lei das Eleições; 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; e nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

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 ao comportamento inautêntico e às redes de distribuição artificial de conteúdo e do fomento ao acesso à diversidade de informações na internet no Brasil;

II - a busca por maior transparência e a garantia de devido processo sobre práticas de moderação de conteúdos postados por terceiros em redes sociais e serviços de mensageria privada;

III - a busca por maior transparência sobre conteúdos impulsionados e publicidades disponibilizadas para o usuário;

IV - a defesa da liberdade de expressão e o impedimento da censura no ambiente online.

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



I – provedor de aplicação: pessoa jurídica que, de forma organizada, profissionalmente e com fins econômicos, seja responsável por aplicações de internet, definidas nos termos do art. 5º, VII da Lei nº 12.965, de 2014;

II - conta inautêntica: conta criada ou usada com o propósito de assumir ou simular identidade de terceiros para enganar o público, ressalvados o direito ao uso de nome social e à pseudonímia nos termos desta lei, bem como o explícito ânimo humorístico ou de paródia.

III - contas automatizadas: contas preponderantemente geridas por qualquer programa de computador ou tecnologia para simular ou substituir atividades humanas na distribuição de conteúdo em aplicações de internet

IV- rede de distribuição artificial: comportamento coordenado e articulado por intermédio de contas automatizadas ou por tecnologia não fornecida ou autorizada pelo provedor de aplicação de internet, ressalvadas as que utilizam interface de programação de aplicações, com fim de impactar de forma artificial a distribuição de conteúdos;

V - conteúdo: dados ou informações, processados ou não, contidos em qualquer meio, suporte ou formato, compartilhados em uma aplicação de internet, independentemente da forma de distribuição, publicação ou transmissão utilizada pela internet;

VI- publicidade: mensagens publicitárias veiculadas em troca de pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro para as empresas enquadradas no art. 1º desta lei;

VII - impulsionamento: ampliação de alcance de conteúdos mediante pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro para as empresas enquadradas no art. 1º desta lei.

VIII - rede social: aplicação de Internet que oferece funcionalidades de publicação de conteúdo por usuários e interação entre eles, sem que haja controle editorial prévio, em um mesmo sistema de informação cuja relação é promovida por meio de contas conectáveis;

IX - serviço de mensageria privada: aplicação de internet que viabilize o envio de mensagens instantânea para destinatários certos e determinados, inclusive protegidas por criptografia de ponta-a-ponta, a fim de que somente remetente e destinatário da mensagem tenham acesso ao seu conteúdo

CAPÍTULO II

DA RESPONSABILIDADE DOS PROVEDORES DE APLICAÇÃO NO COMBATE AO COMPORTAMENTO INAUTÊNTICO E AUMENTO DA TRANSPARÊNCIA NA INTERNET

Seção I

Disposições Gerais

Art. 5º Com o objetivo de proteger a liberdade de expressão, acesso à informação e fomentar o livre fluxo de ideias na Internet, os provedores de aplicações de internet, no âmbito e nos limites técnicos dos seus serviços, devem adotar medidas para:

I - vedar o funcionamento de contas inautênticas;



SF/20458.58654-07

II - vedar contas automatizadas não identificadas como tal, entendidas como aquelas cujo caráter automatizado não foi comunicado ao provedor de aplicação e, publicamente, aos usuários;

III - identificar todos os conteúdos impulsionados e publicidades cujo pagamento pela distribuição foi realizado ao provedor de aplicações de Internet;

IV - comunicar, ao Ministério Público Eleitoral, nos períodos de propaganda eleitoral, a propaganda potencialmente irregular de que tiver conhecimento, nos termos da Lei 9.504/1997.

§ 1º As vedações do caput 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 dos arts. 5º, IX e 220 da Constituição Federal.

§ 2º As medidas de identificação de conteúdos impulsionados e publicidades de que trata esse artigo devem ser disponibilizados de maneira destacada aos usuários e mantidos inclusive quando o conteúdo ou mensagem for compartilhado, encaminhado ou repassado de qualquer maneira.

§ 3º Dada a natureza complexa e em rápida mudança do comportamento inautêntico, os provedores de aplicação devem desenvolver procedimentos contínuos para melhorar a sua capacidade técnica para a consecução das obrigações estabelecidas neste artigo, observado o disposto no §1º deste artigo.

§ 4º Os provedores de aplicação de que trata esta lei devem requerer dos usuários e responsáveis pelas contas, em caso de denúncias contra contas por desrespeito a esta Lei, ou no caso de fundada dúvida, que confirmem sua identificação, inclusive por meio da apresentação de documento de identidade válido.

§ 5º Os provedores de aplicação desenvolverão políticas de uso que limitem o número de contas controladas pelo mesmo usuário.

Seção II

Dever de Transparência dos Provedores de Aplicação

Art. 6º Os provedores de aplicação de que trata esta Lei devem produzir relatórios trimestrais de transparência, disponibilizados em seus sítios eletrônicos, em português, com informações sobre o funcionamento de seus serviços no Brasil, para informar procedimentos e decisões de tratamento de conteúdos gerados por terceiros, bem como as medidas empregadas para o cumprimento desta lei.

§1º Os relatórios devem conter:

I - número total de usuários da aplicação de Internet que a acessaram a partir de conexões localizadas no Brasil;

II - para cada tipo de medida de moderação de contas e conteúdos adotadas em razão do cumprimento dos termos de uso privados dos provedores de aplicação de Internet, o número total de medidas adotadas especificando sua motivação e metodologia utilizada na detecção da irregularidade;

III - para cada tipo de medida de moderação de contas adotadas em razão do cumprimento desta Lei, o número total de medidas adotadas especificando sua motivação e metodologia utilizada na detecção da irregularidade;

IV - para cada tipo de medida de moderação de contas e conteúdo adotadas em razão de cumprimento de ordem judicial, o número total de medidas e suas motivações, especificadas as bases legais que fundamentaram a decisão de remoção;

V - número total de contas automatizadas, redes de distribuição artificial, detectadas pelo provedor, conteúdos impulsionados e publicidades não identificados, com as correspondentes medidas adotadas e suas motivações, processo de análise e metodologia de detecção da irregularidade;

VI - número total de medidas de identificação de conteúdo impulsionado ou publicidade e os tipos de identificação, remoções ou suspensões que foram revertidas pela plataforma;

VII - comparação, com métricas históricas, de remoção de contas e de conteúdos no Brasil e em outros países;

VIII - todas as medidas aplicáveis a moderação de conteúdos em vigor no período reportado, incluindo mecanismos de tomadas de decisão e sistemas algorítmicos, especificadas eventuais alterações e suas justificativas;

IX - características gerais da equipe responsável por políticas aplicáveis a conteúdos gerados por terceiros, incluindo as equipes de revisão de conteúdo por pessoa natural;

X - médias de tempo entre a detecção e a adoção de medidas em relação às contas ou conteúdos referidos nos incisos II, III e IV;

XI - dados relacionados a engajamentos ou interações com conteúdos que foram identificados como irregulares, incluindo, número de visualizações, de compartilhamentos e alcance, e;

XII - relatório descritivo das políticas e termos de uso adotadas pelo provedor de aplicações, eventuais atualizações feitas no trimestre, 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 trimestre em questão.

§4º Os relatórios e dados disponibilizados devem apontar a relação entre contas automatizadas não identificadas como tal, contas e disseminação de conteúdos, de modo que seja possível a identificação de redes artificiais de disseminação de conteúdo.

§5º O relatório deve conter discussão substancial sobre exemplos e casos concretos.

Art. 7º Resguardado o respeito à proteção de dados pessoais, as redes sociais e aplicativos de mensageria privada devem facilitar o compartilhamento de dados com instituições de pesquisa acadêmica, incluindo os dados desagregados.

Seção III

Da Responsabilidade Perante a Liberdade de Expressão do Usuário



SF/20458.58654-07

Art. 8º. Na abertura de processo de análise de conteúdos e contas violadores dos padrões de uso de aplicações ou decorrente do disposto na presente lei, o usuário deve ser imediatamente notificado pelo provedor de aplicação.

§1º A notificação deverá conter a fundamentação da abertura de processo de análise, apontar se foi objeto de denúncia de terceiros e indicar meios e prazos para contestação.

§2º Devem ser garantidos prazos razoáveis para que o usuário apresente sua contestação.

Art. 9º. Os provedores de aplicação devem fornecer um mecanismo acessível e em destaque, disponível por no mínimo 3 (três) meses após a decisão do processo de análise, para que o usuário criador do conteúdo bem como o autor de eventual denúncia possam recorrer da decisão.

§ 1º Deve ser facultada ao usuário a apresentação de informação adicional a ser considerada no momento da revisão.

§ 2º Deve ser garantido prazo razoável para a revisão, a ser realizada por pessoa Natural.

§ 3º Em caso de conteúdos que tenham sido equivocadamente identificados como violadores dos padrões do provedor de aplicações, caberá ao provedor de aplicação de Internet reparar o dano, informando o erro de maneira destacada e garantindo a exposição da correção, no mínimo, aos usuários inicialmente alcançados.

§ 4º O provedor de aplicação deve fornecer aos usuários canais para o recebimento de denúncias a respeito de contas e conteúdos, bem como oferecer meios para o acompanhamento das denúncias e de seus resultados, com a possibilidade de revisão por pessoa natural no caso de decisões baseadas em análises automatizadas.

Art. 10. Em caso de análise judicial a respeito do cumprimento da presente lei, as medidas adotadas pelos provedores de aplicação de Internet devem ser restritas ao determinado judicialmente.

Art. 11. Em caso de decisão judicial relativa a processos de análise decorrentes desta lei, o provedor de aplicações de Internet deverá substituir o conteúdo tornado indisponível pela ordem judicial que deu fundamento à eventual correção, ressalvado o segredo de Justiça.

Parágrafo Único. Nos casos referidos no Caput, o provedor de aplicações de Internet deverá assegurar a exibição da ordem judicial que deu fundamento à eventual correção aos usuários alcançados pelo conteúdo substituído desde sua publicação.

Art. 12. Para cada conta, os provedores de aplicação devem disponibilizar o histórico dos processos envolvendo moderação de conteúdo, incluindo, ao menos, registro de:

- I - itens denunciados pela conta;
- II - denúncias em relação aos conteúdos disseminados pela conta;
- III - conteúdos da conta classificados como violadores dos padrões do provedor de aplicações;
- IV - procedimentos adotados em cada caso e os processos de contestação.



Seção IV

Dos Serviços de Mensageria Privada

Art. 13. De modo a resguardar o caráter de comunicação interpessoal do serviço, os provedores de aplicação de mensageria privada desenvolverão políticas de uso que limitem o número de encaminhamentos de uma mesma mensagem a usuários ou grupos, bem como o número máximo de membros de cada grupo.

Art. 14. São vedados o uso e a comercialização de ferramentas externas aos provedores de aplicação de mensageria privada e por eles não certificados voltadas ao disparo em massa de mensagens.

Parágrafo único. O provedor de aplicação de mensageria privada deverá tomar medidas, no âmbito e nos limites técnicos de seu serviço, para coibir o uso dessas ferramentas.

Art. 15. O provedor de aplicação que prestar serviço de mensageria privada e apresentar funcionalidades de distribuição de conteúdo para grupos de conversas, listas de transmissão ou mecanismos similares de agrupamento de múltiplos destinatários deve oferecer funcionalidades para que seja obtida a permissão do usuário em momento anterior à entrega das mensagens ou à inclusão em grupo no primeiro contato realizado.

§1º A autorização para recebimento das mensagens de que trata o caput será, por padrão, desabilitada.

§2º A permissão a que se refere o caput deste artigo é necessária somente na primeira vez em que o usuário remetente desejar enviar uma mensagem.

§3º Os serviços devem fornecer meios acessíveis e em destaque para os usuários retirarem a permissão concedida previamente.

Art. 16. Os serviços de mensageria privada devem guardar os registros dos envios de mensagens veiculadas em encaminhamentos em massa, pelo prazo de 3 (três) meses, resguardada a privacidade do conteúdo das mensagens.

§1º Considera-se encaminhamento em massa o envio de uma mesma mensagem por mais de cinco usuários, em intervalo de até 15 dias, para grupos de conversas, listas de transmissão ou mecanismos similares de agrupamento de múltiplos destinatários.

§2º Os registros de que trata o caput devem conter a indicação dos usuários que realizaram encaminhamentos em massa da mensagem, com data e horário deste encaminhamento, e o quantitativo total de usuários que receberam a mensagem.

§3º O acesso aos registros somente poderá ocorrer com o objetivo de responsabilização pelo encaminhamento em massa de conteúdo ilícito, para constituição de prova em investigação criminal e em instrução processual penal, mediante ordem judicial, nos termos da Seção IV do Capítulo III da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014.

§4º A obrigatoriedade de guarda prevista neste artigo não se aplica às mensagens que alcançarem quantitativo total inferior a mil usuários, devendo seus registros ser destruídos nos termos da Lei 13.709/2018.



SF/20458.58654-07

Art. 17. Os provedores de aplicação que prestarem serviços de mensageria privada devem observar as normas de transparência previstas nos arts. 6º e 7º desta lei, na medida de suas capacidades técnicas.

Parágrafo único. A ausência de informações disponibilizadas, nos termos do caput, deve ser acompanhada por justificativa técnica adequada.

CAPÍTULO III

DA TRANSPARÊNCIA EM RELAÇÃO A IMPULSIONAMENTOS E PUBLICIDADE

Art. 18. Os provedores de aplicação de que trata esta lei devem fornecer a todos os usuários, por um meio em destaque e de fácil acesso, a visualização do histórico de todos os conteúdos impulsionados e publicidades com os quais o usuário teve contato nos últimos 6 (seis) meses.

Parágrafo Único. Os provedores de aplicação de que trata esta lei devem fornecer aos usuários, por um meio em destaque e de fácil acesso, suas informações pessoais e o perfil que os caracterizam individualmente na segmentação para exibição de conteúdo, conteúdo impulsionado ou publicidade.

Art. 19. Os provedores de aplicação de que trata esta lei devem rotular tanto conteúdos impulsionados quanto publicidades com informação que:

I - identifique que se trata de conteúdo impulsionado ou publicitário;

II - identifique a conta responsável pelo impulsionamento ou anunciante;

III - permita ao usuário acessar informações de contato da conta responsável pelo impulsionamento ou o anunciante.

IV - direcione o usuário para acessar informações de quais as fontes de informação e os critérios utilizados para definição de segmentação por categorias de perfis que serviram para sua caracterização como público-alvo para conteúdo impulsionado ou publicidade;

V - direcione o usuário para acessar informações sobre os conteúdos impulsionados pela mesma conta responsável pelo impulsionamento ou publicidade nos últimos 12 (doze) meses, incluindo aqueles em circulação no momento em que receber o conteúdo.

Art. 20. Os provedores de aplicações de internet de que trata esta lei e que fornecerem impulsionamento de propaganda eleitoral ou de conteúdos que mencionem candidato, coligação ou partido devem disponibilizar meio de consulta pública de todo o conjunto de anúncios, incluindo:

I - valor pecuniário contratado aproximado;

II - Identificação do anunciante;

III - tempo de veiculação;

IV - características gerais da audiência contratada.



SF/20458.58654-07

Art. 21. Os provedores de aplicação de que trata esta lei devem requerer dos anunciantes e responsáveis pelas contas que impulsionam conteúdos que confirmem sua identificação, inclusive por meio da apresentação de documento de identidade válido.

Parágrafo único. O nome e identidade do contratante de impulsionamento ou publicidade devem ser mantidos em sigilo pelos provedores de aplicação, podendo ser exigíveis por ordem judicial nos termos do art. 22 da Lei 12.965, de 2014.

CAPÍTULO IV DA ATUAÇÃO DO PODER PÚBLICO

Art. 22. 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, contemplando campanhas para o uso responsável da internet e promover a transparência sobre conteúdos patrocinados.

Art. 23. O Estado deve incluir nos estudos de que trata o art. 28 da Lei nº 12.965 de 2014, diagnósticos sobre conteúdos desinformativos na internet e a transparência de conteúdo patrocinado na internet.

Art. 24. A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios devem promover campanhas para servidores públicos sobre a importância do combate ao comportamento inautêntico e transparência de conteúdos patrocinados na internet.

Art. 25. As contas de redes sociais utilizadas por órgãos públicos são consideradas de interesse público, devendo ter seus administradores identificados, atender aos princípios de transparência, impessoalidade e moralidade que regem a Administração Pública e estar sujeitas às disposições desta lei.

Art. 26. As entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, que fizerem contratação de quaisquer serviços de publicidade e propaganda por meio da internet deverão divulgar, no prazo de até 14 dias, em sítio próprio com livre acesso às informações por quaisquer interessados, relatório detalhado sobre os serviços prestados.

§ 1º O relatório de que trata o caput deverá conter, no mínimo, as seguintes informações:

- 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, sites e outros meios em que tais recursos foram aplicados;
- VII – número de aparições e o valor aplicado na soma das aparições;

§ 2º A obrigação de que trata o caput não substitui àquela decorrente da Lei 12.527, de 18 de novembro de 2011.



Art. 27 As entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, devem editar norma interna dispondo sobre sua estratégia de comunicação social, bem como o funcionamento de mecanismo acessível ao público para eventuais pedidos de revisão ou remoção das postagens daquelas aplicações.

§ 1º As instituições a que se refere o caput podem estabelecer manual de boas práticas, com caráter recomendatório, para uso de seus servidores exclusivamente no exercício de suas funções;

§ 2º A eventual remoção a que se refere o caput deste artigo não desobriga as entidades de sua preservação para fins de documentação de atos públicos e transparência conforme a lei.

Art. 28. É vedado perseguir e de qualquer forma prejudicar o 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 prevista em lei

Parágrafo único A autoridade ou o servidor imbuído de cargo de chefia que descumprir o disposto na *caput* comete a conduta descrita no art. 11 da Lei 8.429, de 2 de junho de 1992.

Art. 29. A relação dos anúncios e conteúdos impulsionados por órgãos integrantes da Administração Pública deverá estar disponível ao público de maneira destacada das demais, contendo informações a respeito dos recursos empregados, tempo de impulsionamento e entidade contratante.

Art. 30. O Ministério Público e o sistema de defesa de direitos difusos devem desenvolver ações direcionadas para responder aos danos coletivos resultantes de condutas de que trata esta lei, incluindo a criação de áreas especializadas e a capacitação de corpo funcional.

CAPÍTULO V DAS SANÇÕES

Art. 31. Sem prejuízo das demais sanções civis, criminais ou administrativas, os provedores de aplicação 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.

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

I - a gravidade do fato, a partir da consideração dos motivos da infração e das consequências 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 prevista no inciso II do caput;

IV- o potencial impacto da penalidade na coletividade e no fluxo de informações em território nacional.



§2º Para efeito do §1º, a cominação da sanção contida no inciso II do caput está condicionada à prévia aplicação daquela enunciada pelos incisos I nos 12 (doze) meses anteriores ao cometimento da infração.

CAPÍTULO VI

DO CONSELHO DE TRANSPARÊNCIA E RESPONSABILIDADE NA INTERNET

Art. 32. O Congresso Nacional instituirá, em ato próprio, Conselho de Transparência e a Responsabilidade na Internet (CTRI), competindo-lhe prover a infraestrutura material e logística para a realização de suas atividades.

§ 1º O Conselho de Transparência e a Responsabilidade na Internet (CTRI) é órgão não governamental responsável pelo acompanhamento das medidas de que trata esta Lei.

§ 2º O Conselho será composto por 19 integrantes, representando os seguintes seguimentos:

I - 4 (quatro) representantes da Sociedade Civil;

II - 4 (quatro) representantes da Academia e Comunidade Técnica; III - 4 (quatro) representantes do setor empresarial;

IV - 1 (um) representante do Poder Executivo; VI - 1 (um) representante do Senado Federal;

VII - 1 (um) representante da Câmara dos Deputados; VIII - 1 (um) representante do Ministério Público;

IX - 1 (um) representante do Conselho Nacional de Justiça; X - 1 (um) representante do Tribunal Superior Eleitoral;

XI - 1 (um) representante do Comitê Gestor da Internet;

§ 3º Os conselheiros representantes da sociedade civil serão indicados por entidades com atuação na área de direitos digitais ou liberdade de expressão e notório conhecimento em temáticas afins à presente Lei, excluídas as associações representativas de empresas, com pelo menos três anos de existência.

§ 4º Os conselheiros representantes da academia deverão ter notório conhecimento em temáticas afins à presente Lei, indicados mediante processo de eleição a partir de indicações e com participação de associações científicas com pelo menos três anos de existência.

§ 5º Os conselheiros representantes do setor empresarial deverão estar representados por, no mínimo, dois representantes de empresas de provedores de acesso, aplicações e conteúdo da internet.

§ 6º Os demais conselheiros serão indicados por associações e entidades representativas de cada setor.

§ 7º Os Conselheiros serão nomeados por ato do Presidente do Congresso Nacional para um mandato de dois anos, admitida uma única recondução.

§ 8º A participação no Conselho é função não remunerada de relevante interesse público, e seus membros, quando convocados, farão jus a transporte e diárias.

§ 9º Ato da Presidência do Congresso Nacional disciplinará a forma de indicação dos conselheiros.



Art. 33. Compete ainda ao Conselho de Transparência e a Responsabilidade na Internet:

I – elaborar código de boas práticas convergente com o disposto nesta Lei, ampliando-as e detalhando-as;

II - elaborar código de conduta de combate à desinformação no âmbito e nos serviços dos provedores de aplicação de que trata esta Lei, bem como os estudos e as discussões que a embasaram;

III – indicar agente externo responsável por avaliar os relatórios de transparência de que trata o art. 6º desta Lei;

IV – após a avaliação do agente externo, aprovar o relatório a que se refere o art. 6º.

V – solicitar informações adicionais acerca do relatório a que se refere o art. 6º, quando necessário;

VI – organizar, anualmente, conferência nacional de combate à desinformação; VII – publicar indicadores sobre o cumprimento das boas práticas pelo setor;

VIII – realizar estudos e análises sobre a moderação de conteúdos pelas plataformas de que trata esta Lei;

Art. 34. O Conselho de Transparência e a Responsabilidade na Internet será regido por regimento interno aprovado por três quintos dos seus membros.

Art. 35. O presidente do Conselho de Transparência e a Responsabilidade na Internet será eleito pela maioria absoluta dos conselheiros para mandato de um ano, admitida uma única recondução.

CAPÍTULO VII DOS CRIMES EM ESPÉCIE

Art. 36. Vender, adquirir, empregar ou disponibilizar ao público as seguintes ferramentas tecnológicas e serviços, nos termos desta lei:

I. Aplicações e dispositivos que permitam disparo de mensagens em massa sem prévia anuência dos destinatários ou a partir de uso irregular de seus dados pessoais, que sejam alheios às ferramentas fornecidas pelas próprias aplicações de mensagens privadas e que subvertam sua natureza de comunicação interpessoal;

II. Aplicações e serviços alheios às funcionalidades oferecidas pelas redes sociais e que nelas operem com o objetivo de falsear a percepção do público a respeito do engajamento ou da popularidade de conteúdos na internet, sem prejuízo da sua apreciação pelo Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência.

Pena: reclusão, de 1 (um) a 5 (cinco) anos e multa.

§ 1º Para efeitos do inciso I do caput, considera-se subversão de natureza de comunicação interpessoal de serviços de mensageria privada o envio de mensagens para múltiplos destinatários ou grupos em larga escala, ressalvado o uso regular de dados pessoais.

§ 2º Para efeitos do inciso II do caput, considera-se o falseamento da percepção do público a respeito do engajamento ou da popularidade de conteúdos nas



redes sociais o aumento de suas métricas e indicadores de maneiras ocultas e alheias às suas funcionalidades.

§ 3º A pena é aumentada de 1/6 (um sexto) caso a prática das condutas descritas no caput seja realizada por agente público, servidor ou não, no exercício de sua função.

§ 4º Incorre na mesma pena quem financiar a conduta descrita no caput.

§ 5º Quando conduta descrita no *caput* for praticada por pessoa jurídica, as penas serão:

I – multa;

II - suspensão parcial ou total de atividades;

III - interdição temporária do estabelecimento;

IV - proibição de contratar com o Poder Público, bem como dele obter subsídios, subvenções ou doações.

CAPÍTULO VIII DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 37. Os provedores de rede social e de serviço de mensageria privada devem nomear mandatários judiciais no Brasil, aos quais serão dirigidos os atos processuais decorrentes da aplicação desta lei, tornando essa informação facilmente disponível na plataforma digital.

Art. 38. A Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992, passa a vigorar com a seguinte alteração:

“Art.11.....

.....
XI – empregar recursos públicos em condutas que violem a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet;

XII – fornecer acesso às contas de redes sociais utilizadas por órgãos públicos ou por servidores públicos no exercício de sua função a administradores externos ou que não tenham relação contratual com a Administração Pública” (NR).

Art. 39. Esta Lei entra em vigor 90 (noventa) dias após sua publicação.”

JUSTIFICAÇÃO

A presente Emenda tem como base a Emenda Global nº 55, de autoria do Senador Alessandro Vieira. Elogiamos o esforço o autor do Projeto e do autor da Emenda pela escuta ativa de diversas entidades da sociedade civil.



A presente Emenda parte e amplia o esforço do autor, para incorporar algumas mudanças sugeridas por outras entidades da sociedade civil e por diversos senadores e senadoras.

Assim, pedindo vênia ao autor da Emenda nº 55, a presente emenda traz modificações que consideramos relevante para o combate às fake News e à disseminação dos discursos de ódio, a saber:

- Restrição do pedido de identificação de usuários responsáveis por contas a casos de denúncia ou de fundada dúvida;

- Redação mais clara sobre as obrigações de transparência dos provedores de aplicação;

- Inclusão da possibilidade do usuário acompanhar os resultados de suas denúncias;

- Aprimoramento da redação envolvendo as obrigações de transparência de impulsionamento e publicidade;

- Inclusão de disposições sobre a guarda do registro de encaminhamentos em serviços de mensageria privada, restringindo-as apenas para mensagens que viralizam, ou seja, que têm mais de cinco encaminhamentos para grupos, preservando o sigilo total dos registros de comunicação interpessoal e viabilizando o acesso apenas a registros relativos à comunicação de massa;

- Inclusão de dispositivos regulando o uso de contas pela administração pública e por servidores no exercício de suas funções;

- Aprimoramento da redação da sanção sugerida pela Coalização Direitos na Rede, prevendo a possibilidade, quando aplicável, de apreciação complementar pelo Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência e para prever a sanção quando o delito for praticado por pessoas jurídica.

Ou seja, tratam-se de mudanças pontuais em texto que reconhecemos como fruto de processo de amadurecimento e discussão ampla com a sociedade civil, que no nosso entendimento e no atual estágio das discussões, produz as melhores saídas e resultados para os problemas enfrentados atualmente em redes sociais e serviços de mensageria privada.

Por essas razões, pedimos o apoio dos pares para a presente proposição.

