

PL 2630: propostas da CDR para uma lei efetiva e democrática

Encerrado o ciclo de debates promovido pela Câmara dos Deputados sobre o PL 2630/20, já aprovado pelo Senado Federal, a Coalizão Direitos na Rede – articulação que reúne mais de 40 organizações acadêmicas e da sociedade civil que atuam na defesa dos direitos digitais – gostaria de apresentar aos/às parlamentares um conjunto de sugestões ao texto em discussão, em contribuição para a elaboração de uma lei efetiva e democrática para enfrentar o fenômeno da desinformação. Tais propostas são baseadas em parâmetros internacionais de proteção aos direitos humanos e fruto de três meses de discussões com diferentes setores e atores, dentro e fora do Parlamento – com destaque para as relatorias da ONU e da OEA para a liberdade de expressão e o direito à privacidade.

Parte delas já foi tornada pública ao longo deste processo de tramitação. O positivo prazo de discussão sobre o PL aberto pela Câmara dos Deputados permitiu, entretanto, o necessário aprofundamento deste complexo tema e, conseqüentemente, o surgimento de novas proposições, que agora compartilhamos. Reforçamos, assim, os posicionamentos divulgados anteriormente¹, ao passo em que trazemos novas contribuições para a etapa final de tramitação do projeto 2630 – com destaque para os tópicos a seguir, detalhados e acrescidos de outros no arquivo em anexo.

1. Escopo da lei

Considerando que as ferramentas de busca também estão sujeitas a uso para disseminação de conteúdo desinformativo, que também lucram com a exibição de anúncios e que também são significativamente opacas em relação a seus mecanismos de funcionamento, a Coalizão Direitos na Rede propõe que também sejam abarcadas no escopo da lei, visando que também cumpram as obrigações de transparência previstas no PL. Ao mesmo tempo, propomos uma maior racionalidade na determinação das grandes plataformas abarcadas pelo PL, a partir de uma definição que passe por sua atuação com fins econômicos e que com número de usuários proporcional à população do país, de modo que a lei não se torne ultrapassada rapidamente.

2. Identificação de usuários

Em diferentes artigos, o PL mantém a ideia de identificação geral de usuários para o uso de redes sociais e serviços de mensageria privada. O texto faz isso ao apresentar o conceito de “conta

1 <http://plfakenews.direitosnarede.org.br/os-desafios-da-camara-dos-deputados-no-pl-das-fake-news/>
<http://plfakenews.direitosnarede.org.br/a-discussao-sobre-jurisdicao-no-pl-das-fake-news/>

identificada” (Art. 5º, inciso I) e vinculá-lo às obrigações de identificação presentes nos artigos 7º e 8º do relatório. Por mais que a identificação agora esteja prevista para casos de “denúncias por desrespeito a Lei”, “indícios de contas automatizadas não identificadas como tal”, “indícios de contas inautênticas” e em caso de “ordem judicial”, ela segue para um contingente significativo de usuários, via simples denúncias, o que permite o abuso e massificação do procedimento. O PL prevê ainda, no Artigo 8o, “poder de polícia” às plataformas, obrigando-as a desenvolver medidas para “detectar fraude no cadastro e o uso de contas”.

Por fim, no Artigo 35, o PL propõe alterações no Marco Civil da Internet para obrigar a guarda de dados, também desproporcional, referentes a “portas lógicas” utilizadas por Ips. O conjunto de medidas vai contra preceitos constitucionais e também contra a Lei Geral de Proteção de Dados, que estabelece o princípio da coleta mínima dos dados necessários para uma finalidade, devendo, assim, ser suprimido do texto.

3. Rastreabilidade

A previsão do Artigo 10 sujeita o conjunto da população a alto risco diante de possíveis requerimentos abusivos de informações pessoais, medidas de mau uso de seus dados pelas empresas e vazamentos. Terão seus dados guardados obrigatoriamente pelos aplicativos todas as pessoas que, por razões legítimas ou involuntárias, participem das cadeias de compartilhamento de conteúdos, como jornalistas, pesquisadores, parlamentares e quaisquer cidadãos que, eventualmente, repassem uma postagem a fim de denunciá-la. Todas as mensagens que circularem mais nos aplicativos de mensagens serão consideradas suspeitas *a priori* e rastreadas, sem que haja um indício de ilegalidade.

Assim, caso haja um processo judicial envolvendo esses conteúdos, caberá às pessoas rastreadas o dever de explicar, *a posteriori*, sua não relação com as indústrias de disseminação de desinformação que o PL pretende atingir. Trata-se de grave violação ao princípio da presunção de inocência e que, sim, pode impactar no exercício da liberdade de expressão e comunicação nos aplicativos de mensageria privada, devendo ser suprimido integralmente do PL..

4. Liberdade de expressão dos usuários

A redação do Artigo 12, que tem o objetivo de garantir o devido processo na moderação de conteúdos por parte das plataformas – incluindo aí mecanismos de notificação e direito de defesa dos usuários, importantes para o exercício da liberdade de expressão – requer aprimoramentos. A proposta de nova redação visa deixar mais claro o mecanismo proposto e oferece uma alternativa mais apropriada para o debate sobre a dinâmica de moderação de conteúdo por parte das empresas: a de remeter ao Código de Conduta, previsto na lei, a definição de seu detalhamento. Assim, por um lado, não se engessa o devido processo no texto e, por outro, não se amplia involuntariamente o poder das plataformas sobre conteúdos que podem circular ou não nas redes.

Ao mesmo tempo, a proposta explicita que a busca pela reparação pelo dano causado por eventual abuso na moderação de conteúdos não envolve indenizações financeiras. Por fim, também em defesa da liberdade de expressão dos usuários, a Coalizão Diretos na Rede propõe

que o direito de resposta previsto no PL, que é constitucional, seja objeto de decisão judicial e tenha garantida a proporcionalidade em seu alcance.

5. Relatórios de transparência

O conjunto de propostas de emendas ao artigo 13 tem o objetivo, em primeiro lugar, de trazer maior clareza sobre as informações e dados que devem constar dos relatórios a serem apresentados pelas plataformas. Neste sentido, a Coalizão Direitos na Rede propõe ajustes de redação a alguns incisos e definições para os conceitos de “medidas de moderação” e “metodologias de detecção de irregularidades”, cuja interpretação poderia ficar em aberto por parte das plataformas, gerando insegurança jurídica.

Em segundo lugar, propomos a inclusão nos relatórios de informações essenciais não previstas no PL durante a tramitação no Senado. Tratam-se de dados sobre aferição de alcance de conteúdos impulsionados, publicidades e propagandas políticas; de moderações sobre contas geridas pelo poder público; e sobre o emprego e funcionamento de sistemas automatizados e algoritmos pelas plataformas. Num contexto em que a maior parte da ação das plataformas se dá por sistemas automatizados e por aprendizado de máquina, estes são dados essenciais para a averiguação se o uso que as empresas de tecnologia estão fazendo dos dados pessoais de seus usuários está de acordo com os princípios da lei em questão e do ordenamento jurídico brasileiro.

6. Impulsioneamento e publicidade

As propostas trazidas nesta subseção buscam aprimorar dispositivos já propostos assim como sanar lacunas referentes ao tema no projeto de lei. Uma delas sugere tratar de maneira diferente duas questões que estão misturadas na redação do Artigo 15, separando os dados que devem ser disponibilizados para o público, para fins de monitoramento da Justiça Eleitoral, cujo grau de transparência deve ser maior, e os conteúdos que mencionem candidatos ou partidos veiculados durante a campanha, que ficariam disponíveis para acesso em repositório por interessados.

Também propomos um reforço no papel das plataformas na identificação das contas que impulsionam conteúdos e de anunciantes nas redes sociais, de maneira a torná-las responsáveis solidariamente por eventuais danos causados por esses conteúdos caso tal identificação não seja possível. A Coalizão Direitos na Rede entende que, na medida em que lucram com a veiculação de tais conteúdos, as plataformas devem garantir a identificação dos responsáveis pelas contas que os difundem, para que quem se sentir lesado tenha mecanismos de chegar aos seus responsáveis. Por fim, propomos a inclusão de novo artigo, para garantir que qualquer publicidade veiculada em redes sociais no Brasil, voltada ao público brasileiro, seja realizada por empresas com representação no Brasil, como forma de garantir o respeito à legislação em vigor no país.

7. Atuação do poder público

A CDR entende como central o enfrentamento do problema da monetização de conteúdo em canais nas redes sociais por parte de detentores de cargos eletivos. Muitas vezes, os conteúdos

exibidos em tais canais contam com recursos públicos na sua produção e distribuição, enquanto os recursos auferidos com a monetização, via publicidade, não retorna aos cofres públicos. A Coalizão defende a vedação desta prática, assim como defende que a remuneração por publicidade advinda de contas de redes sociais durante campanhas eleitorais conste da prestação de contas das respectivas candidaturas.

8. Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet

A existência de um Conselho de caráter técnico e composição multissetorial é fundamental para o acompanhamento da implementação da lei e, sobretudo, como locus estratégico para a elaboração do código de conduta para as plataformas digitais. Entretanto, o capítulo que trata do Conselho requer aprimoramentos de várias ordens. O primeiro é que, considerando seu caráter técnico, a CDR entende que o Código de Conduta que será elaborado pelo Conselho não deve ser submetido à aprovação do Congresso Nacional, o que conferiria status de norma infralegal a um documento que, devido à dinâmica da evolução tecnológica, deve ser revisado a cada dois anos. A medida também possibilitaria eventual ingerência política nas decisões do órgão.

Outro aprimoramento urgente é na composição do Conselho, que carece de equilíbrio numérico entre os setores representados e erra ao prever a participação de setores cuja atuação não está diretamente relacionada aos objetivos e princípios da lei. Cabe ainda sanar um inconstitucionalidade presente no PL, no Artigo 26, §4º, que veta que conselheiros sejam pessoas vinculadas ou filiadas a partido político, violando a liberdade de associação para fins lícitos.

9. Autorregulação regulada

No capítulo da autorregulação regulada, a Coalizão Direitos na Rede propõe o fortalecimento da ouvidoria prevista, com a inclusão de dispositivos mínimos para o atendimento dos usuários e o destaque do papel que o órgão deve cumprir na garantia da transparência e respeito aos direitos de usuários no caso do emprego de sistemas automatizados pelas plataformas.

10. Sanções

Trata-se de outro capítulo em que cabem aprimoramentos no projeto. A proposta da CDR tem o objetivo de explicitar que cabe ao Poder Judiciário a aplicação de sanções por violações à lei e de equilibrar e distribuir, também do ponto de vista das sanções, as responsabilidades por violações ao novo texto legal. No texto original, apesar de o PL trazer deveres para um conjunto de atores, a previsão de sanções se restringe às plataformas digitais. Neste sentido, a Coalizão Direitos na Rede propõe também a previsão de sanções para as entidades e órgãos da Administração pública, agentes políticos e candidatos de que trata o capítulo III da lei, assim como outros critérios que devem ser considerados pelo Poder Judiciário na aplicação do conjunto de sanções.

11. Jurisdição

O Artigo 32 do PL estabelece duas obrigações para as empresas multinacionais em operação no

país incluídas no escopo da lei: (i) ter sede e nomear um representante legal no Brasil; e (ii) garantir acesso remoto, a partir do Brasil, aos seus bancos de dados para atendimento especialmente de ordens de autoridade judicial brasileira. A obrigação de ter uma sede no Brasil desconsidera a natureza global da Internet, que envolve a constante troca transfronteiriça de informações, e somente faz sentido em uma economia não digital. Tal medida pode levar à exclusão dos usuários brasileiros (consumidores ou empresas) dos serviços mais modernos e inovadores desenvolvidos e mantidos no exterior. Já o dever de acesso remoto obrigatório a dados, a partir do Brasil, não solucionará a disputa em curso em casos de jurisprudência compartilhada. Isso porque, por mais que o Marco Civil da Internet já determine que, em caso de dados ao menos coletados no Brasil, as empresas multinacionais devem entregá-los se a Justiça assim ordenar, as mesmas não o fazem por temerem ser responsabilizadas pela lei dos Estados Unidos, onde estão sediadas e onde armazenam os dados.

Ou seja, a solução unilateral de incluir este dispositivo vai esbarrar nos mesmos problemas que as requisições atuais, perdendo sua eficácia. Tal provisão também está em descompasso com os padrões internacionais de proteção de dados, ao não estabelecer qualquer provisão de cuidados com os dados e ao falar em “manter acesso remoto [...] especialmente para atender a ordem judicial brasileira”, sugerindo que não é somente mediante ordens judiciais que tais dados poderão ser acessados. A proposta de redação alternativa da Coalizão Direitos na Rede propõe enfrentar o problema a partir do reconhecimento da soberania e da jurisdição do país sobre dados relacionados a brasileiros coletados no país assim como dos desafios da dimensão internacional da questão.

12. Exclusão digital

Por fim, cabe alterar a redação do Art.34, que modifica a lei de cadastramento de celulares pré-pagos para obrigar a apresentação conjunta de documento de identidade e CPF no cadastro de chips. Como visto durante a pandemia no acesso ao auxílio emergencial, exigir apresentação dos dois documentos para a obtenção de um número pré-pago pode impactar diretamente no exercício do direito à comunicação destes cidadãos. Trata-se de uma medida desnecessária, excessiva e onerosa a brasileiros que não possuem as duas documentações regularizadas. Adicionalmente, o texto determina nova regulamentação sobre o cadastramento de usuários de telefones pré-pagos. A redação deve ser alterada para permitir um documento ou outro.

Em anexo, apresentamos o conjunto das emendas sugeridas, reafirmando uma vez mais nosso interesse e disponibilidade de seguir em diálogo, de modo a garantir que o Brasil aprove uma lei que aborde desafios significativos no funcionamento das plataformas digitais, mas sem violar direitos dos cidadãos e cidadãs.

Coalizão Direitos na Rede

01 de setembro de 2020.

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

O Congresso Nacional decreta:

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei, denominada Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, estabelece normas, diretrizes e mecanismos de transparência para provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada a fim de garantir segurança e ampla liberdade de expressão, comunicação e manifestação do pensamento.

(proposta de nova redação)

Art. 1º Esta Lei estabelece normas, diretrizes e mecanismos de transparência para provedores de redes sociais, ferramentas de busca e de serviços de mensageria privada a fim de garantir segurança, ampla liberdade de expressão, comunicação e manifestação do pensamento.

Justificação: Considerando que as ferramentas de busca também estão sujeitas a uso para disseminação de conteúdo desinformativo, que também lucram com a exibição de anúncios e que também são significativamente opacas em relação a seus mecanismos de funcionamento, consideramos positiva sua inclusão na lei, visando que também cumpram as obrigações de transparência previstas no PL.

§ 1º Esta Lei não se aplica aos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada que ofertem serviços ao público brasileiro com menos de 2.000.000 (dois milhões) de usuários registrados, para os quais as disposições desta Lei servirão de parâmetro para aplicação de programa de boas práticas, com vistas à adoção de medidas adequadas e proporcionais no combate ao comportamento inautêntico e na transparência sobre conteúdos pagos.

(proposta de nova redação)

§ 1º Esta Lei se aplica a provedores de redes sociais, de serviços de mensageria privada e ferramentas de busca 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 equivalente, no mínimo, a 1% da população.

Justificação: A proposta visa trazer maior racionalidade ao PL, considerando que o número de usuários de Internet tem crescido rapidamente no país e que um número absoluto (no caso, dois milhões) pode ser tornar ultrapassado rapidamente. A proposta de restringir a lei a

provedores que exerçam atividade de forma organizada, profissionalmente e com fins econômicos também busca uma harmonização, em termos legislativos, com as definições já trazidas pelo Marco Civil da Internet.

§ 2º O disposto no caput aplica-se, inclusive, aos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada sediados no exterior, desde que ofertem serviço ao público brasileiro ou que 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 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, diversa e democrática;
- V – garantia da confiabilidade e da integridade dos sistemas informacionais;
- VI – promoção do acesso ao conhecimento na condução dos assuntos de interesse público;
- VII – acesso amplo e universal aos meios de comunicação e à informação;
- VIII – proteção dos consumidores; e
- IX – transparência nas regras para veiculação de anúncios e conteúdos pagos.

Art. 4º Esta Lei 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 defesa da liberdade de expressão e o impedimento da censura no ambiente online;
- III – a busca por maior transparência das práticas de moderação de conteúdos postados por terceiros em redes sociais, com a garantia do contraditório e da ampla defesa; e
- IV – a adoção de mecanismos e ferramentas de informação sobre conteúdos impulsionados e publicitários disponibilizados para o usuário.

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

I – conta identificada: conta cujo titular tenha sido plenamente identificado pelo provedor de aplicação, mediante confirmação dos dados por ele informados previamente;

Supressão do inciso

Justificação: O inciso se refere ao conceito de “conta identificada”, que passa a estruturar o PL no sentido de estabelecer uma identificação massiva e inequívoca dos usuários de Internet no Brasil. Ao estabelecer a obrigação de funcionar apenas com “contas identificadas”, a lei oferta a essas plataformas um dado de identificação essencial dos indivíduos hoje não disponível para as empresas, somando mais informações aos já diversos dados por usuários controlados por tais agentes. Com isso, em vez de atacar um dos fatores de estímulo da circulação da desinformação (a dinâmica de fluxo de informações com base na segmentação e no chamado “microtargeting” de pessoas com base em suas características e interesses), o relatório pode potencializá-lo. O dispositivo vai de encontro aos princípios da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - que estabelecem, entre outras, a previsão de mínima coleta de dados para a prestação do serviço - e também ao que é adotado na maioria das leis de proteção de dados no mundo, o Regulamento Geral de Proteção de Dados da União Europeia.

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 – 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 o fim de impactar de forma artificial a distribuição de conteúdos;

IV – conta automatizada: conta preponderantemente gerida por qualquer programa de computador ou tecnologia para simular ou substituir atividades humanas na distribuição de conteúdo em provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada;

V – conteúdo: dados ou informações, processados ou não, contidos em qualquer meio, suporte ou formato, compartilhados em redes sociais ou serviços de mensageria privada, independentemente da forma de distribuição, publicação ou transmissão utilizada pela internet;

(proposta de nova redação)

V – conteúdo: dados ou informações, processados 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 redes sociais ou serviços de mensageria privada, independentemente da forma de distribuição, publicação ou transmissão utilizada pela internet;

Justificação: O esforço é por uma melhor definição do conceito, excluindo a ideia de “dado” da definição de conteúdo, que pode gerar confusão, e vinculando seu compartilhamento em

qualquer aplicação de internet (não apenas em redes sociais ou serviços de mensageria privada).

VI – publicidade: mensagens publicitárias veiculadas em troca de pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro para as empresas enquadradas nesta Lei;

VII – impulsionamento: ampliação do alcance de conteúdos mediante pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro para as empresas enquadradas nesta Lei;

VIII – rede social: aplicação de internet que se destina a realizar a conexão de usuários entre si, permitindo e tendo como centro da atividade a comunicação, o compartilhamento e a disseminação de conteúdo em um mesmo sistema de informação, através de contas conectadas ou acessíveis entre si de forma articulada; e

(proposta de nova redação)

VIII – rede social: aplicação de internet que se destina a realizar a conexão de usuários entre si, permitindo e tendo como centro da atividade a comunicação, o compartilhamento e a disseminação de conteúdo em um mesmo sistema de informação, através de contas conectadas ou acessíveis entre si de forma articulada, permitindo a conexão entre usuários; e

Justificação: A proposta visa uma definição mais condizente com o modo de funcionamento das redes sociais, cujo objetivo central é a distribuição de conteúdo, por meio da conexão entre usuários.

IX – serviço de mensageria privada: aplicação de internet que viabiliza o envio de mensagens 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, excluídas aquelas prioritariamente destinadas a uso corporativo e os serviços de correio eletrônico.

(proposta de inclusão)

X - ferramenta de busca: aplicação de Internet destinada principalmente à indexação de conteúdos online disponíveis em outras aplicações, para oferta aos usuários, a partir de termos de busca ou mediante recomendação.

Justificação: Considerando a proposta de inclusão das ferramentas de busca no escopo da lei, a inclusão visa trazer a definição deste tipo de aplicação ao PL.

Parágrafo único. Para os propósitos desta Lei, não serão considerados provedores de redes sociais na internet os provedores de conteúdo que constituam empresas jornalísticas, nos termos do art. 222 da Constituição Federal.

(proposta de nova redação)

Parágrafo único. Para os propósitos desta Lei, não serão considerados provedores de redes

sociais na internet os provedores que ~~constituam~~ se configurem como empresas jornalísticas nos termos do art. 222 da Constituição Federal, enciclopédias e repositórios colaborativos online sem fins lucrativos, repositórios científicos e educativos ou plataformas de desenvolvimento e compartilhamento de software de código aberto.

Justificação: A proposta visa a melhor explicitar o escopo da lei, excluindo de sua aplicabilidade iniciativas sem fins lucrativos, como a Wikipedia, e de desenvolvimento de software de código aberto.

CAPÍTULO II DA RESPONSABILIDADE E DA TRANSPARÊNCIA NO USO DE REDES SOCIAIS E DE SERVIÇOS DE MENSAGERIA PRIVADA

DA RESPONSABILIDADE E DA TRANSPARÊNCIA NO USO DE REDES SOCIAIS, FERRAMENTAS DE BUSCA E DE SERVIÇOS DE MENSAGERIA PRIVADA

Seção I Das disposições gerais

Art. 6º Com o objetivo de proteger a liberdade de expressão e o acesso à informação e fomentar o livre fluxo de ideias na internet, os provedores de redes sociais, ferramentas de busca e de serviços de mensageria privada, no âmbito e nos limites técnicos de seu serviço, devem adotar medidas para:

- I – vedar o funcionamento de contas inautênticas;
- 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; e
- III – identificar todos os conteúdos impulsionados e publicitários cuja distribuição tenha sido realizada mediante pagamento ao provedor de redes sociais.

§ 1º As vedações do caput não implicarão restrição à manifestação artística, intelectual ou de conteúdo satírico, religioso, político, ficcional ou literário, ou a qualquer outra forma de manifestação cultural, nos termos dos arts. 5º, inciso IX, e 220 da Constituição Federal.

§ 2º A identificação de conteúdos impulsionados e publicitários de que trata este artigo deve ser disponibilizada de maneira destacada aos usuários e mantida inclusive quando o conteúdo ou mensagem for compartilhado, encaminhado ou repassado de qualquer maneira.

§ 3º Os provedores de redes sociais, ferramentas de busca e de serviços de mensageria privada devem desenvolver procedimentos contínuos para melhorar sua capacidade técnica para o cumprimento das obrigações estabelecidas neste artigo.

§ 4º Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada 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.

~~§ 5º Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada desenvolverão políticas de uso que limitem o número de contas controladas pelo mesmo usuário.~~

Supressão do parágrafo

Justificação: A medida é desproporcional e atinge indiscriminadamente todos os 140 milhões de usuários de redes sociais e serviços de mensageria que, muitas vezes inclusive para finalidades profissionais, precisam controlar mais de uma conta nas redes. O dispositivo é contraditório, inclusive, com o caput do referido artigo, que tem o objetivo de “proteger a liberdade de expressão e o acesso à informação e fomentar o livre fluxo de ideias na internet”

Seção II Do Cadastro de Contas

~~Art. 7º Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada poderão requerer dos usuários e responsáveis pelas contas, em caso de denúncias por desrespeito a esta Lei, no caso de indícios de contas automatizadas não identificadas como tal, de indícios de contas inautênticas ou ainda nos casos de ordem judicial, que confirmem sua identificação, inclusive por meio da apresentação de documento de identidade válido.~~

~~Parágrafo único. Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada deverão desenvolver medidas técnicas para detectar fraude no cadastro e o uso de contas em desacordo com a legislação, devendo informá-las em seus termos de uso ou em outros documentos disponíveis aos usuários.~~

Supressão total do artigo

Justificação: Ao estabelecer a possibilidade de identificação em massa dos usuários pelas plataformas, a lei oferta a essas empresas dados essenciais hoje não controlados pelas redes sociais e serviços de mensageria, somando mais informações aos já diversos dados por usuários controlados por tais agentes. Com isso, em vez de atacar um dos fatores de estímulo da circulação da desinformação (a dinâmica de fluxo de informações com base na segmentação e no chamado “microtargeting” de pessoas com base em suas características e interesses), o relatório o potencializa. A medida também contradiz princípio-chave da Lei Geral de Proteção de Dados (Lei No 13.709 de 2018), aprovada por unanimidade no Congresso Nacional, segundo o qual a coleta de dados deve ser a estritamente necessária para as finalidades de determinado serviço. Por fim, esta pode ser uma medida ineficaz, considerando que atores maliciosos que já usam as redes para praticar ilícitos não terão dificuldades em fraudar documentos, enquanto a imensa maioria dos cidadãos poder ter seu acesso dificultado.

O relatório já conta com a previsão de outras medidas de identificação de usuários que são suficientes para fins de investigação de condutas ilícitas, de modo que a proposição do Artigo 7o se mostra desproporcional. Acreditamos que alguns passos do esforço de combater as fábricas de desinformação devam ser dados – como os diversos propostos em outros artigos do projeto de lei – antes da adoção de medidas que podem levar à identificação massiva de milhões de brasileiros do ambiente virtual, que usam as redes para fins legítimos. Por fim, em relação ao parágrafo único do artigo, seu texto é redundante em relação ao parágrafo 4o do Art. 6o.

Art. 8º Os serviços de mensageria privada que ofertem serviços vinculados exclusivamente a números de celulares ficam obrigados a suspender as contas de usuários que tiveram os contratos rescindidos pelas operadoras de telefonia ou pelos usuários do serviço.

§ 1º Para o cumprimento do caput, os serviços de mensageria privada deverão solicitar os números objeto de contratos rescindidos às operadoras de telefonia, que os disponibilizarão, sem acréscimo de quaisquer outros dados cadastrais, conforme regulamentação.

(proposta de nova redação)

§ 1º Para o cumprimento do caput, as operadoras de telefonia deverão informar periodicamente, aos serviços de mensageria privada, sem acréscimo de quaisquer outros dados cadastrais, os números de telefone objeto de contratos rescindidos, conforme regulamentação da Anatel.

Justificação: A proposta coloca a responsabilidade sobre a informação dos números cujos contratos foram rescindidos nos agentes que controlam tal informação - no caso, as operadoras de telefonia -, de acordo com regulamento definido pela Anatel. Do contrário, caberá aos serviços de mensageria privada o exercício permanente de um papel de fiscalização sobre esses números, algo que não cabe a suas atribuições.

§ 2º O disposto no caput não se aplica aos casos em que os usuários tenham solicitado a vinculação da conta a novo número de telefone.

Seção III
Dos Serviços de Mensageria Privada

Art. 9º Os provedores de serviços de mensageria privada devem estabelecer políticas de uso destinadas a:

- I – projetar suas plataformas para manterem a natureza interpessoal do serviço;
- II – limitar o número de encaminhamentos de uma mesma mensagem a usuários ou grupos, bem como o número máximo de membros por grupo;

- III – instituir mecanismo para aferir consentimento prévio do usuário para inclusão em grupos de mensagens, listas de transmissão ou mecanismos equivalentes de encaminhamento de mensagens para múltiplos destinatários; 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.

~~Art. 10. 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 5 (cinco) usuários, em intervalo de até 15 (quinze) 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 do 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 (Marco Civil da Internet).~~

~~§ 4o A obrigatoriedade de guarda prevista neste artigo não se aplica às mensagens que alcançarem quantitativo total inferior a 1.000 (mil) usuários, devendo seus registros ser destruídos nos termos da Lei no 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais).~~

Supressão total do artigo

Justificação: O dispositivo é apresentado como um mecanismo de “rastreadibilidade” do fluxo de mensagens, suposto recurso necessário à apuração e responsabilização do conjunto de indivíduos que teriam participado da difusão de um determinado conteúdo considerado ilícito. A “inovação” legislativa é apresentada a partir de um argumento equivocado, segundo o qual essa seria a única forma de investigação diante de aplicativos calcados em tecnologias de criptografia.

A obrigatoriedade ataca frontalmente diretriz fundante da Lei Geral de Proteção de Dados (Lei No 13.709 de 2018), aprovada por unanimidade no Congresso Nacional, segundo a qual a coleta de dados deve ser a estritamente necessária para as finalidades de determinado serviço. Este dispositivo, inserido como espinha dorsal do modelo de proteção de dados no Brasil (e já consagrado no Marco Civil da Internet, Lei No 12.965 de 2014), vai ao encontro do adotado na maioria das leis de proteção de dados no mundo, como é o caso do Regulamento

Geral de Proteção de Dados da União Europeia.

Ao instar a guarda esses dados a priori, o Artigo 10o inverte o princípio da presunção de inocência da Constituição Federal. Somada à identificação massiva, a obrigatoriedade da guarda desses dados sujeita o conjunto da população ao risco diante de políticas vigilantistas, medidas de mau uso de seus dados pelas empresas e, ainda, vazamentos. Em um cenário de aumento dos abusos por autoridades e ofensiva sobre as liberdades e direitos, tais mecanismos impõem um risco ainda maior aos usuários e àqueles que desejem fazer uso de seu direito legítimo à crítica e ao questionamento de autoridades e grupos políticos e econômicos.

Some-se a isso o problema de potencialidade de responsabilização de todas as pessoas que, por razões legítimas ou involuntárias, participem das cadeias de compartilhamento de conteúdos, como jornalistas, pesquisadores, parlamentares e até cidadãos ao, eventualmente, repassar determinada mensagem. De acordo com o texto, os dados dessas cadeias poderão ser identificados pelas empresas e caberá às pessoas envolvidas terem que provar, a posteriori, sua não relação com as indústrias de disseminação de desinformação que o PL pretende atingir.

Por fim, é importante destacar que a jurisprudência do STF já reconheceu os metadados como passíveis da mesma proteção constitucional que o conteúdo das mensagens, de maneira que não se justifica a obrigatoriedade de sua guarda generalizada.

Art. 11. São vedados o uso e a comercialização de ferramentas externas aos provedores de serviços de mensageria privada voltadas ao encaminhamento em massa de mensagens, ressalvada a utilização de protocolos tecnológicos padronizados para a interação de aplicações de internet.

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

Seção IV

Dos Procedimentos de Moderação

Da liberdade de expressão dos usuários

Art. 12. Os provedores de aplicação de internet submetidos a esta Lei devem garantir o direito de acesso à informação e à liberdade de expressão de seus usuários nos processos de elaboração e aplicação de seus termos de uso, disponibilizando mecanismos de recurso e devido processo.

§ 1º Em caso de denúncia ou de medida aplicada em função dos termos de uso das aplicações ou da presente Lei que recaia sobre conteúdos e contas em operação, o usuário deve ser

notificado sobre a fundamentação, o processo de análise e a aplicação da medida, assim como sobre os prazos e procedimentos para sua contestação.

(proposta de nova redação)

§ 1º Ao aplicar medidas que recaiam sobre conteúdos ou contas em operação, os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada devem notificar os usuários responsáveis pelos mesmos sobre a fundamentação da medida, os procedimentos e prazos para seu recurso.

Justificação: A nova redação proposta visa, além de uniformizar termos e conceitos usados em outros artigos/parágrafos do PL, deixar mais claro o mecanismo de notificação proposto e sua relação com a garantia do exercício da liberdade de expressão dos usuários das redes sociais e serviços de mensageria privada - que deve ser o objetivo central da seção.

§ 2º Os provedores dispensarão a notificação aos usuários se verificarem risco:

I – de dano imediato de difícil reparação;

II – para a segurança da informação ou do usuário;

III – de violação a direitos de crianças e adolescentes;

IV – de crimes tipificados na Lei nº 7.716, de 5 de janeiro de 1989;

V – de grave comprometimento da usabilidade, integridade ou estabilidade da aplicação.

(proposta de nova redação)

§ 2º O código de conduta previsto no inciso II do artigo 25 estabelecerá, considerando a legislação nacional e os tratados internacionais ratificados pelo Brasil, as hipóteses de dispensa da notificação a usuários estabelecida no § 1º;

Justificação: A proposta tem o objetivo de oferecer uma alternativa mais apropriada para o debate sobre a dinâmica de moderação de conteúdo por parte das plataformas, de maneira a, por um lado, não engessá-lo no texto da lei e, de outro, a não resultar, involuntariamente, na ampliação de poder das plataformas sobre os conteúdos que podem circular ou não nas redes.

§ 3º Deve ser garantido pelo provedor o direito de o usuário recorrer da indisponibilização de conteúdos e contas.

§ 4º Havendo dano decorrente da caracterização equivocada de conteúdos como violadores dos padrões de uso de aplicações ou do disposto na presente Lei, caberá ao provedor de redes sociais repará-lo, no âmbito e nos limites técnicos do serviço.

(proposta de nova redação)

§ 4º Havendo dano decorrente da caracterização equivocada de conteúdos como violadores dos padrões de uso de aplicações ou do disposto na presente Lei, caberá ao provedor de redes sociais repará-lo promover medidas não-pecuniárias de reparação, no âmbito e nos limites

técnicos do serviço, de acordo com termos definidos no código de conduta previsto no art 25.

Justificação: A proposta visa explicitar que a busca pela reparação pelo dano causado não envolve indenizações financeiras, como a redação original pode levar a compreender. Da mesma maneira, direciona para o código de conduta - que é o local apropriado para este tipo de definição - os termos de acordo com os quais tais medidas devem ser implementadas.

§ 5º O prazo de defesa será diferido nos casos de conteúdo que use imagem ou voz manipuladas para imitar a realidade, com o objetivo de induzir a erro acerca da identidade de candidato a cargo público, ressalvados o ânimo humorístico ou de paródia.

Supressão

Justificação: O parágrafo, além de tratar de questão alheia à sessão - a garantia do exercício da liberdade de expressão dos usuários diante do poder das plataformas - traz regramento para a indisponibilização de conteúdos com base em termos extremamente vagos, como “indução a erro” e “manipulação para imitar a realidade”. A Coalizão Direitos na Rede entende que o problema das chamadas “deep fakes” deve ser tratado pelo código de conduta.

§ 6º A decisão do procedimento de moderação deverá assegurar ao ofendido o direito de resposta na mesma medida e alcance do conteúdo considerado inadequado.

(Supressão)

(proposta de inclusão)

Art.XX - Diante de decisão judicial, cabe às redes sociais, no âmbito e nos limites técnicos dos seus serviços, garantir alcance, proporcional ao agravo, do direito de resposta, recaindo sobre o responsável, quando se tratar de impulsionamento e publicidade, as expensas pela divulgação do conteúdo.

Justificação: A proposta busca resolver problemas gerados por conceitos vagos e não definidos como “ofendido” e “conteúdo inadequado”. Ao mesmo tempo, visa a supressão do parágrafo 6º e sua transformação em um artigo específico, com nova redação, explicitando que o exercício de direito de resposta nas redes sociais deve ser objeto de decisão judicial e respeitar os limites técnicos das plataformas, ao passo em que deve ter garantida a proporcionalidade em seu alcance. Quando se tratar de um direito de resposta decorrente de impulsionamento e publicidade, os custos pela sua divulgação devem recair sobre o responsável pela conta que originou o pedido.

Seção V Da Transparência

Subseção I - Dos Relatórios

Art. 13. Os provedores de redes sociais devem produzir relatórios trimestrais de transparência, disponibilizados em seus sítios eletrônicos, em português, para informar os procedimentos e as decisões de tratamento de conteúdos gerados por terceiros no Brasil, bem como as medidas empregadas para o cumprimento desta Lei.

§ 1º Os relatórios devem conter, no mínimo:

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

II – número total de medidas de moderação de contas e conteúdos adotadas em razão do cumprimento dos termos de uso privado dos provedores de redes sociais, especificando as motivações, a metodologia utilizada na detecção da irregularidade e o tipo de medida adotada;

(proposta de nova redação)

II – número total de medidas de moderação de contas e conteúdos adotadas em razão do cumprimento dos termos de uso privado dos provedores de redes sociais, segmentadas por regra violada, por especificando as motivações, a metodologia utilizada na detecção da irregularidade e em que proporção, e por tipo de medida adotada;

III – número total de medidas de moderação de contas adotadas em razão do cumprimento desta Lei, especificando as motivações, a metodologia utilizada na detecção da irregularidade e o tipo de medida adotada;

(proposta de nova redação)

III – número total de medidas de moderação de contas adotadas em razão do cumprimento desta Lei, segmentadas por regra violada, por especificando as motivações, a metodologia utilizada na detecção da irregularidade e em que proporção, e por tipo de medida adotada;

IV – número total de medidas de moderação de contas e conteúdos adotadas em razão do cumprimento de ordem judicial, especificando as motivações;

~~V – número total de contas automatizadas e de redes de distribuição artificial detectadas pelo provedor e de conteúdos impulsionados e publicitários não identificados, especificando as correspondentes medidas adotadas e suas motivações e a metodologia utilizada na detecção da irregularidade;~~

SUPRESSÃO (contemplado no inciso III)

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

(proposta de nova redação)

VI – número total de recursos apresentados por usuários a medidas de moderação de contas e conteúdos em razão dos termos de uso dos provedores de rede sociais e do cumprimento

desta Lei, bem como as medidas revertidas após análise dos recursos, segmentados por regra violada, metodologia utilizada na detecção da irregularidade e tipo de medida adotada;

VII – características gerais do setor responsável por políticas aplicáveis a conteúdos gerados por terceiros, incluindo informações sobre a qualificação, a independência e a integridade das equipes de revisão de conteúdo, por pessoa natural;

(proposta de nova redação)

VII – características gerais do setor responsável por das equipes envolvidas na aplicação de políticas de conteúdos gerados por terceiros, incluindo informações sobre a qualificação, a independência e a integridade das equipes de revisão de conteúdo, por pessoa natural número de pessoas envolvidas na atividade, modelo de contratação, bem como estatísticas sobre a sua nacionalidade, idioma de trabalho, qualificação e indicativos de diversidade, como gênero e etnia declarados;

VIII – médias de tempo entre a detecção de irregularidades e a adoção de medidas em relação às contas e aos conteúdos referidos nos incisos II, III e IV;

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

(proposta de nova redação)

IX – ~~dados relacionados a~~ média de engajamentos ou interações com conteúdos identificados como irregulares, incluindo número de visualizações, de compartilhamentos e alcance por tipo de regra violada; e

X – atualizações das políticas e termos de uso feitas no trimestre, a data da modificação e a justificativa para a sua adoção;

(proposta de inclusão)

XI - os critérios, metodologias e métricas para aferição do alcance de conteúdo impulsionado, de publicidade e propaganda política;

(proposta de inclusão)

XII - número total de medidas de moderação adotadas sobre as contas de que trata o artigo 18 desta Lei, segmentadas por regras violadas, por metodologia utilizada na detecção da irregularidade e em que proporção, e por tipo de medida adotada.

(proposta de inclusão)

XIII - informações sobre o emprego e funcionamento de sistemas automatizados, incluindo as bases de operação e treinamento dos algoritmos e a análise de seus impactos sobre a

circulação, disponibilização, promoção, redução do alcance ou remoção de conteúdos.

(proposta de inclusão)

§ 1º-A Para os fins deste artigo, medidas de moderação consistem em quaisquer medidas, adotadas por provedores de redes sociais, que impactem na visibilidade de contas ou de conteúdos publicados por terceiros, tais como remoção, suspensão temporária, redução artificial de alcance ou proeminência, superposição de tela de aviso, adição de informação complementar e identificação de qualquer tipo, sem prejuízo de outras.

§ 1º-B Para os fins deste artigo, metodologias de detecção de irregularidade consistem nos mecanismos utilizados pelos provedores de redes sociais para identificar violações em seus termos de uso ou a dispositivos desta Lei, tais como canal de denúncias voltado a usuários, a organizações parceiras, a órgãos governamentais, moderação humana ostensiva e uso de inteligência artificial, sem prejuízo de outras.

§ 1º-C Sempre que possível e dentro dos limites técnicos dos provedores de redes sociais de que trata o caput, os dados referentes aos incisos acima devem ser disponibilizados de maneira desagregada, categorizados por gênero, raça, idade e origem dos responsáveis pelas contas e conteúdos moderados.

§ 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.

§ 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 A não disponibilização das informações na forma prevista no caput requer justificativa técnica adequada.

§ 6º Resguardado o respeito à proteção de dados pessoais, os provedores de redes sociais devem facilitar o compartilhamento de dados com instituições de pesquisa acadêmica, incluindo os dados desagregados.

Justificação: O conjunto de propostas de emendas ao artigo 13 tem o objetivo, em primeiro lugar, de trazer maior clareza sobre as informações e dados que devem constar dos relatórios de transparência a serem apresentados pelas plataformas. Neste sentido, a Coalizão Direitos na Rede propõe ajustes de redação a alguns incisos e, nos parágrafos 1-A e 1-B, traz definições para os conceitos de “medidas de moderação” e “metodologias de detecção de irregularidades”, cuja interpretação poderia ficar em aberto por parte das plataformas, gerando

insegurança jurídica. Em segundo lugar, propomos uma maioria racionalidade do artigo, excluindo um inciso que já estaria contemplado anteriormente e a inclusão de três novos, referentes a informações essenciais que não foram previstas no PL durante sua tramitação no Senado Federal. Tratam-se de dados sobre aferição de alcance de conteúdos impulsionados, publicidades e propagandas políticas; de moderações sobre contas geridas pelo poder público; e sobre o emprego e funcionamento de sistemas automatizados e algoritmos pelas plataformas. Longe de solicitar informações estratégicas e protegidas pelo direito de segredo industrial, tal inciso demanda transparência sobre as bases de operação e treinamento dos algoritmos e seus impactos sobre a moderação de conteúdos. Num contexto em que a maior parte da ação das plataformas se dá por sistemas automatizados e por aprendizado de máquina, estes são dados essenciais para a averiguação se o uso que as empresas de tecnologia estão fazendo dos dados pessoais de seus usuários está de acordo com os princípios da lei em questão e do ordenamento jurídico brasileiro. Por fim, propomos que, dentro dos limites técnicos de cada plataforma, os dados solicitados nos relatórios de transparência sejam disponibilizados de maneira desagregada, categorizados por gênero, raça, idade e origem dos responsáveis pelas contas, de maneira a permitir a identificação de grupos sociais mais ou menos atingidos pelas medidas de moderação adotadas pelas empresas.

Subseção II Dos Impulsionamentos e da Publicidade

Art. 14. Os provedores de redes sociais e ferramentas de busca devem identificar todos os conteúdos impulsionados e publicitários, de modo que:

- I – identifique a conta responsável pelo impulsionamento ou anunciante; e
- II – permita ao usuário acessar informações de contato da conta responsável pelo impulsionamento ou o anunciante.

Art. 15. Os provedores de redes sociais que fornecerem impulsionamento de propaganda eleitoral ou de conteúdos que mencionem candidato, coligação ou partido devem disponibilizar ao público todo o conjunto de anúncios para efeito de checagem pela Justiça Eleitoral e outros fins, incluindo:

(proposta de nova redação)

Art. 15. Os provedores de redes sociais e ferramentas de busca que fornecerem impulsionamento de propaganda eleitoral ~~ou de conteúdos que mencionem candidato, coligação ou partido~~ devem disponibilizar oferecer ao público, de forma visível, todo o conjunto de anúncios para efeito de checagem pela Justiça Eleitoral e outros fins, incluindo em cada conteúdo impulsionado ou publicidade:

- 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 do art. 57-C da Lei no 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições); e
- V – características gerais da audiência contratada.

(proposta de inclusão)

Art. 15-A. Durante o período de campanha eleitoral, os provedores de redes sociais devem disponibilizar ao público, em área específica online, repositório contendo:

I - Toda propaganda eleitoral, nos termos do artigo 57-B da Lei 9504 de 1997;

II - Conteúdos que mencionem candidato, coligação ou partido, de forma escrita ou em imagem veiculados no referido período;

III - Contas e perfis oficiais de candidaturas.

Justificação: A proposta de modificação do caput do artigo 15 e de inclusão de um novo artigo (15-A) visa tratar de maneira separada duas questões que estão misturadas e confusas na redação original do PL. O objetivo, com o novo caput do Artigo 15, é disponibilizar para o público, para fins de monitoramento da Justiça eleitoral, dados detalhados sobre cada conteúdo que seja considerado propaganda eleitoral, cujo grau de transparência deve ser sempre maior. A nova redação traçaria um paralelo, do ponto de vista de informações disponibilizadas pelos candidatos, ao que já ocorre com outros materiais de campanha eleitoral no ambiente offline. Já o artigo 15-A trataria da criação de um repositório contendo, além da propaganda eleitoral, conteúdos que mencionem candidatos ou partidos veiculados durante a campanha. Tal medida já foi implementada durante processos eleitorais em outros países, como os Estados Unidos, pelas plataformas, tendo se mostrado fundamental para a garantia de maior transparência e escrutínio público sobre os conteúdos que circulam nas redes em um momento tão estratégico para as democracias.

Art. 16. Os provedores de redes sociais 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.

(proposta de nova redação)

Art. 16. Os provedores de redes sociais e ferramentas de busca devem disponibilizar mecanismos para fornecer, a partir de requisição do usuário, as informações do histórico dos conteúdos impulsionados e publicitários com os quais a conta teve contato nos últimos 3 (três) meses.

Justificação: a proposta visa trazer maior racionalidade ao artigo, restringindo a três meses o período para histórico dos conteúdos pagos direcionados a cada usuário e à solicitação do mesmo para efeitos dessa disponibilização, reduzindo os esforços das plataformas neste sentido.

Art. 17. Os provedores de redes sociais 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 a 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 nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet).

(proposta de nova redação)

Art. 17. Os provedores de redes sociais e ferramentas de busca 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, sob pena de serem responsabilizados solidariamente pelo dano por eles causado.

Parágrafo único. Ressalvado o previsto no Artigo 14 da presente Lei, a comprovação da identificação ~~O nome e a identidade~~ do contratante de impulsionamento ou publicidade deve ser mantida em sigilo pelos provedores de aplicação, podendo ser exigível por ordem judicial nos termos do art. 22 da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet).

Justificação: A proposta tem o objetivo de reforçar o papel das plataformas na identificação das contas que impulsionam conteúdos e de anunciantes que veiculam publicidade nas redes sociais, de maneira a torná-las responsáveis solidariamente por eventuais danos causados por esses conteúdos caso tal identificação não seja possível. A proposta justifica-se num contexto em dificuldade de identificação de responsáveis por muitos conteúdos pagos e que geram dano. Diferentemente do regime de responsabilidade por conteúdos publicados por terceiros previsto no Artigo 19 do Marco Civil da Internet, que deve ser mantido em sua integralidade, a Coalizão Direitos na Rede entende que, na medida em que as plataformas lucram com a veiculação de tais conteúdos, elas devem garantir a identificação dos responsáveis pelas contas que os difundem, para que aqueles que se sentirem lesados por tais impulsionamentos e/ou anúncios tenham mecanismos de chegar aos seus responsáveis. Por fim, a proposta de alteração no parágrafo único do artigo tem o objetivo apenas de sanar eventual conflito que a redação poderia causar com o artigo 14, que estabelece a divulgação da conta responsável em todas as publicidades e conteúdos impulsionados. O que deve ficar mantido sob sigilo até ordem judicial contrária é o comprovação da identificação do contratante do impulsionamento ou publicidade (por exemplo, seu documento de identidade), e não a conta responsável pela circulação do conteúdo.

(proposta de inclusão)

Art. XX. A veiculação de merchandising e de conteúdos patrocinados deve ser informada pelo responsável pela conta aos provedores de redes sociais, para que estes identifiquem tais conteúdos ao conjunto dos usuários da rede social nos moldes do previsto no § 2º do Artigo 6o desta lei.

Parágrafo único. Os provedores de redes sociais devem criar canais específicos para o recebimento da informação prevista no caput.

Justificação: A proposta tem o objetivo de dar transparência a outro tipo de conteúdo pago que circula nas redes sociais, cujo financiamento é omitido na maior parte das vezes do conjunto dos usuários: aquele conteúdo cujo produtor recebe algum tipo de patrocínio para realizar. O objetivo é garantir a criação de canais específicos, por parte das plataformas, para receberem este tipo de informação dos produtores de conteúdo e, conseqüentemente, informarem o financiamento, na seqüência, para o conjunto da rede social.

(proposta de inclusão)

Art. XX Quando for destinada ao mercado brasileiro, a comercialização de anúncios publicitários por agentes econômicos no exterior deverá ser realizada e reconhecida por seus representantes no Brasil.

Justificação: A proposta visa garantir que qualquer publicidade veiculada em redes sociais no Brasil, voltada ao público brasileiro, seja realizada por empresas com representação no Brasil, como forma de garantir o respeito à legislação em vigor no país, a transparência sobre as transações realizadas, incluindo a origem dos recursos aplicados no impulsionamento e distribuição de anúncios no Brasil, e de evitar práticas de evasão fiscal, prejudiciais ao mercado nacional.

Capítulo III Da atuação do Poder Público

Art. 18. São consideradas de interesse público, submetendo-se aos princípios da Administração Pública, as contas de redes sociais utilizadas por entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, e dos 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.

§ 1º As contas de que trata o caput não poderão restringir o acesso de outras contas às suas publicações.

§ 2º Caso possua mais de uma conta em uma plataforma, o agente político indicará aquela que representa oficialmente seu mandato ou cargo, sendo as demais eximidas das obrigações deste artigo.

(proposta de nova redação)

§ 2º Contas pessoais de servidores responsáveis pelo gerenciamento de contas de redes sociais de entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, ficam eximidas das obrigações deste artigo.

Justificação: Caso permaneça com a redação atual, o parágrafo será totalmente inócuo do ponto de vista das obrigações trazidas pelo caput. Bastará que o agente político abra mais de uma conta na rede social, designe uma delas para operar de acordo com os princípios da Administração Pública e utilize outra(s) para funcionar em desacordo com esta lei. Nada justifica este tipo de excepcionalidade. Por outro lado, cabe diferenciar essa questão do direito dos servidores responsáveis pelo gerenciamento de contas de redes sociais de entidades e órgãos públicos de manterem contas pessoais e de não terem que submetê-las aos princípios da Administração Pública. Daí a nova redação proposta para todo o parágrafo em questão.

Art. 19. 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. 20. A Administração Pública deverá coibir a destinação de publicidade para sítios eletrônicos e contas em redes sociais que promovam atos de incitação à violência contra pessoa ou grupo, especialmente em razão de sua raça, cor, etnia, sexo, características genéticas, convicções filosóficas, deficiência física, imunológica, sensorial ou mental, por ter cumprido pena ou por qualquer particularidade ou condição.

Art. 21. 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, inclusive campanhas, para o uso seguro, consciente e responsável da internet e a promoção da transparência sobre conteúdos patrocinados.

(proposta de nova redação)

Art. 21. O cumprimento do dever constitucional do Estado na prestação da educação, em todos

os níveis de ensino, conforme diretrizes da Base Nacional Comum Curricular, inclui a capacitação, integrada a outras práticas educacionais, ~~inclusive campanhas~~, para o desenvolvimento de conjunto de habilidades para acessar, analisar, criar e participar de maneira crítica do ambiente informacional e midiático em todos os seus formatos, afim de promover o uso seguro, consciente e responsável da Internet e a promoção da transparência sobre publicidade e conteúdos impulsionados patrocinados

Justificação: A proposta visa trazer mais diretrizes na orientação do Estado em seu dever de capacitação dos cidadãos para a prática da educação midiática, indo além do uso seguro e responsável da Internet e incluindo, como sugerido, habilidades para acesso e participação de maneira crítica do ambiente informacional como um todo.

Art. 22. O Poder Público, em especial o Ministério Público e o Poder Judiciário, deve 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 do corpo funcional.

Art. 23. As entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, devem editar norma interna dispendo sobre sua estratégia de comunicação social, bem como sobre o funcionamento de mecanismo acessível ao público para eventuais pedidos de revisão ou remoção das postagens.

§ 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. 24. É vedado perseguir ou 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.

(proposta de inclusão)

Art. XX. É vedado aos detentores de cargo eletivo receberem remuneração por publicidade advinda de contas de redes sociais durante o exercício de seu mandato.

Parágrafo único. O emprego de quaisquer recursos públicos na criação ou operação de contas em redes sociais veda a auferição privada de receitas publicitárias por parte de seus controladores.

Justificação: A proposta visa enfrentar um problema recente, decorrente do emprego de meios de monetização de conteúdo em canais nas redes sociais por parte de detentores de cargos

eletivos. Muitas vezes, os conteúdos exibidos em tais canais contam com recursos públicos na sua produção e distribuição, enquanto os recursos auferidos com a monetização, via publicidade, de tais canais, não retorna aos cofres públicos.

(proposta de inclusão)

Art. XX. A remuneração por publicidade advinda de contas de redes sociais durante campanhas eleitorais deve constar da prestação de contas das respectivas candidaturas.

Justificação: A proposta tem o objetivo de sanar uma lacuna, já observada nos últimos dois processos eleitorais do país, acerca do recebimento de recursos via monetização de contas em redes sociais, que não são contabilizados para fins de prestações de conta. Considerando que parte significativa das campanhas faz uso das redes sociais para veiculação de conteúdo/propaganda eleitoral, parece necessário que os recursos advindos dessas contas durante a campanha seja contabilizado e informado à Justiça Eleitoral.

CAPÍTULO IV

DO CONSELHO DE TRANSPARÊNCIA E RESPONSABILIDADE NA INTERNET

Art. 25. O Congresso Nacional instituirá, em até 60 (sessenta) dias contados da publicação desta Lei, em ato próprio, conselho que terá como atribuição a realização de estudos, pareceres e recomendações sobre liberdade, responsabilidade e transparência na internet.

Parágrafo único. O Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet é o órgão responsável pelo acompanhamento das medidas de que trata esta Lei, e a ele compete:

I – elaborar seu regimento interno, que, para entrar em vigor, deverá ser aprovado pela Mesa do Senado Federal;

II – elaborar código de conduta para redes sociais e serviços de mensageria privada, a ser avaliado e aprovado pelo Congresso Nacional, aplicável para a garantia dos princípios e objetivos estabelecidos nos arts. 3º e 4º desta Lei, dispondo sobre fenômenos relevantes no uso de plataformas por terceiros, incluindo, no mínimo, desinformação, discurso de incitação à violência, ataques à honra e intimidação vexatória;

(proposta de nova redação)

II - elaborar código de conduta para redes sociais, ferramentas de busca e serviços de mensageria privada, revisado a cada 2 (dois) anos, a ser avaliado e aprovado pelo Congresso Nacional, aplicável para a garantia dos princípios e objetivos estabelecidos nos arts. 3º e 4º desta Lei, dispondo sobre fenômenos relevantes no uso de plataformas por terceiros, incluindo, no mínimo, desinformação, discurso de incitação à violência, ataques à honra e intimidação vexatória visando a adequação de suas políticas de uso aos princípios e objetivos estabelecidos na Lei, assim como a garantia de sua consecução;

Justificação: Considerando o caráter técnico do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet, o código de conduta que será elaborado pelo mesmo não deve ser submetido à aprovação do Congresso Nacional, o que conferiria status de norma infralegal a um documento que, devido à dinâmica da evolução tecnológica, deve ser revisado a cada dois anos. A medida também possibilitaria eventual revisão e ingerência política nas decisões de um conselho técnico multissetorial. Por fim, não cabe à lei, de antemão, determinar de que deve tratar o código de conduta.

III – avaliar os dados constantes nos relatórios de que trata o art. 13 desta Lei;

(proposta de nova redação)

III – avaliar os dados constantes nos receber e aprovar os relatórios de que trata o art. 13 desta Lei;

Justificação: Clareza na atribuição do Conselho em relação aos relatórios previstos na lei

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

(proposta de nova redação)

IV - monitorar o cumprimento do código de conduta para redes sociais, ferramentas de busca e serviços de mensageria privada, disponibilizando ao público indicadores semestrais sobre os mesmos;

Justificação: Clareza na atribuição do Conselho em relação ao cumprimento do código de conduta pelas empresas

V – avaliar a adequação das políticas de uso adotadas pelos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada;

Supressão

Justificação: A questão deve ser tratada no código de conduta

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

Supressão

Justificação: Redundância em relação ao inciso IX

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

Supressão

Justificação: Redundância em relação ao inciso IX

VIII— avaliar os procedimentos de moderação adotados pelos provedores de redes sociais, bem como sugerir diretrizes para sua implementação;

Supressão

Justificação: A questão deve ser tratada no código de conduta

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

X— certificar a entidade de autorregulação que atenda aos requisitos previstos nesta Lei; e

Supressão

Justificação: Considerando que os provedores de aplicação de que trata a lei já estarão submetidos ao código de conduta, a ser estabelecido por meio de um processo de correção multissetorial, não deve caber ao Conselho a atribuição de certificar entidades de autorregulação das redes sociais, ferramentas de busca e serviços de mensageria privada.

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 privada.

Supressão

Justificação: A questão deve ser tratada no código de conduta.

(proposta de inclusão)

xx - contratar auditorias externas das informações sobre emprego e funcionamento de sistemas automatizados e das análises de impacto de algoritmos nas redes sociais, ferramentas de busca e serviços de mensageria privada.

Justificação: Além da proposta que trata da transparência sobre as bases de operação e treinamento dos algoritmos e seus impactos sobre a moderação de conteúdos, sugerida pela Coalizão Direitos na Rede para o artigo 13 do PL, como parte dos relatórios de transparência que as plataformas devem apresentar trimestralmente, a previsão de realização de auditorias externas sobre essas informações é central para verificar a integralidade e veracidade dos dados apresentados pelas empresas. Tal atribuição deve caber ao Conselho de Transparência e Responsabilidade, órgão técnico multissetorial responsável pela aprovação dos relatórios trimestrais.

Art. 26. O Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet compõe-se de 21 (vinte e um) conselheiros, com mandato de 2 (dois) anos, admitida 1 (uma) recondução, sendo:

I – 1 (um) representante do Senado Federal;

II – 1 (um) representante da Câmara dos Deputados;

III – 1 (um) representante do Conselho Nacional de Justiça;

IV – 1 (um) representante do Conselho Nacional do Ministério Público;

V – 1 (um) representante do Comitê Gestor da Internet no Brasil;
VI – 5 (cinco) representantes da sociedade civil;
VII – 2 (dois) representantes da academia e comunidade técnica;
VIII – 2 (dois) representantes dos provedores de acesso, aplicações e conteúdo da internet;
IX – 2 (dois) representantes do setor de comunicação social;
X – 1 (um) representante do setor de telecomunicações;
XI – 1 (um) representante do Conselho Nacional dos Chefes de Polícia Civil;
XII – 1 (um) representante do Departamento de Polícia Federal;
XIII – 1 (um) representante da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel); e
XIV – 1 (um) representante do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar).

(proposta de nova redação)

Art. 26. O Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet compõe-se de **17 (dezessete)** ~~21 (vinte e um)~~ conselheiros, com mandato de 2 (dois) anos, admitida 1 (uma) recondução, sendo:

I – 1 (um) representante do Senado Federal;
II – 1 (um) representante da Câmara dos Deputados;
III – 1 (um) representante do Conselho Nacional de Justiça;
IV – 1 (um) representante do Conselho Nacional do Ministério Público;
V – 1 (um) representante do Comitê Gestor da Internet no Brasil;
VI – 5 (cinco) representantes da sociedade civil;
VII – 2 (dois) representantes da academia e comunidade técnica;
VIII – 2 (dois) representantes dos provedores de acesso, aplicações e conteúdo da internet;
IX – 2 (dois) representantes do setor de comunicação social;
X – 1 (um) representante do setor de telecomunicações;
XI – 1 (um) representante do Conselho Nacional dos Chefes de Polícia Civil;
XII – 1 (um) representante do Departamento de Polícia Federal;
XIII – 1 (um) representante da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel); e
XIV – 1 (um) representante do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar).
VIII - 5 (cinco) representantes das empresas, sendo no mínimo 2 (dois) para provedores de aplicação, 1 (um) para empresas produtoras de conteúdo e 1 (um) para agências verificadoras de fatos.

Justificação: A proposta visa, além de uma maior racionalização na composição do Conselho, um maior equilíbrio numérico entre os setores representados e a participação de setores cuja atuação está diretamente relacionada aos objetivos e princípios da lei.

§ 1º Os membros do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet serão aprovados pelo Congresso Nacional dentre brasileiros maiores de idade e com reputação ilibada.

§ 2º Os representantes dos setores previstos nos incisos VI a ~~X~~-VIII deverão ter notório conhecimento em temáticas afins à presente Lei e serão indicados a partir de procedimento

definido entre seus pares, por associações e entidades representativas de cada setor.

§ 3º Os membros do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet prestam serviço público relevante e não serão remunerados pelo exercício de suas atividades no Conselho.

~~§ 4º Não poderão ser conselheiros os membros dos Poderes Executivo, Legislativo ou Judiciário, pessoas que ocupem cargo público de que sejam demissíveis ad nutum ou pessoas vinculadas ou filiadas a partido político.~~

Supressão

Justificação: O parágrafo 4º viola a Constituição, que garante liberdade de associação para fins lícitos. Tal redação inviabilizaria a nomeação, por exemplo, dos representantes da Câmara dos Deputados e do Senado Federal ao Conselho. O parâmetro adotado para vedar a nomeação é bastante restrito e é divergente, inclusive, com aqueles adotados para a nomeação em cargos públicos.

Art. 27. O Presidente e o Vice-Presidente do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet serão eleitos dentre os seus membros para mandato de 1 (um) ano, admitida 1 (uma) recondução.

Art. 28. O Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet, presente a maioria absoluta dos seus membros, reunir-se-á, ordinariamente, na periodicidade prevista em seu regimento interno, na sede do Congresso Nacional.

Parágrafo único. A convocação extraordinária do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet far-se-á pelo Presidente do Senado Federal, pelo seu Presidente ou a requerimento de 5 (cinco) de seus membros.

Art. 29. As despesas com a instalação e o funcionamento do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet correrão à conta do orçamento do Senado Federal.

CAPÍTULO V

Da autorregulação regulada

~~Art. 30. Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada poderão criar instituição de autorregulação voltada à transparência e à responsabilidade no uso da internet, com as seguintes atribuições:~~

(proposta de nova redação)

Art. 30. Os provedores de redes sociais, **ferramentas de busca** e de serviços de mensageria privada **deverão** criar instituição de autorregulação voltada à transparência e à

responsabilidade no uso da internet, com as seguintes atribuições:

Justificação: Se trata-se de um capítulo sobre autorregulação regulada, a execução das previsões nele presentes não devem ficar a cargo da mera vontade dos provedores de aplicação abarcados pela lei.

I – criar e administrar plataforma digital voltada à transparência e à responsabilidade no uso da internet, que contenha regras e procedimentos para decidir sobre a adoção de medida informativa, atendendo ao disposto nesta Lei;

(proposta de nova redação)

I – criar e administrar plataforma digital voltada à transparência e à responsabilidade no uso da internet, ~~que contenha regras e procedimentos para decidir sobre a adoção de medida~~ informativa, atendendo ao disposto nesta Lei;

Justificação: O trecho cuja supressão é proposta traz um comando confuso e não específico sobre a plataforma digital voltada à transparência e à responsabilidade, devendo ser excluído para não gerar insegurança jurídica.

II – assegurar a independência e a especialidade de seus analistas;

III – disponibilizar serviço eficiente de atendimento e encaminhamento de reclamações;

IV – estabelecer requisitos claros, objetivos e acessíveis para a participação dos provedores de redes sociais e serviços de mensageria privada;

V – incluir em seu quadro uma ouvidoria independente com a finalidade de receber críticas e avaliar as atividades da instituição; e

(proposta de nova redação)

V – incluir em seu quadro uma ouvidoria independente com a finalidade de receber, ~~encaminhar e solucionar solicitações e~~ críticas e avaliar as atividades da instituição; e

VI – 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.

~~§ 1º A instituição de autorregulação deverá ser certificada pelo Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet.~~

SUPRESSÃO

Justificação: Considerando que os provedores de aplicação de que trata a lei já estarão submetidos ao código de conduta, a ser estabelecido por meio de um processo de correção multissetorial, não deve caber ao Conselho a atribuição de certificar entidades de autorregulação das redes sociais, ferramentas de busca e serviços de mensageria privada.

§ 2º A instituição de autorregulação poderá elaborar e encaminhar ao Conselho de

Transparência e Responsabilidade na Internet relatórios trimestrais em atendimento ao disposto nesta Lei, bem como informações acerca das políticas de uso e de monitoramento de volume de conteúdo compartilhado pelos usuários dos serviços de mensageria privada

(proposta de nova redação)

§ 2º A instituição de autorregulação ~~pedirá~~ **deverá** elaborar e encaminhar ao Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet relatórios trimestrais em atendimento ao disposto nesta Lei, ~~bem como informações acerca das políticas de uso e de monitoramento de volume de conteúdo compartilhado pelos usuários dos serviços de mensageria privada.~~

Justificação: Como mencionado anteriormente, se trata-se de um capítulo sobre autorregulação regulada, a execução das previsões nele presentes não devem ficar a cargo da mera vontade dos provedores de aplicação abarcados pela lei. Ao mesmo tempo, o trecho final do parágrafo prevê informações já estabelecidas no Art 13o do PL.

§ 3º A instituição de autorregulação aprovará resoluções e súmulas de modo a regular seus procedimentos de análise.

(propostas de inclusão)

§ 4º A ouvidoria prevista no inciso V receberá solicitações ao menos por meio telefônico e eletrônico e terá prazo de cinco (5) dias úteis para respondê-las.

§ 5º Cabe à ouvidoria instituir responsáveis pelo recebimento e processamento de denúncias acerca do funcionamento, tomada de decisões e impacto social dos sistemas automatizados empregados por redes sociais, ferramentas de busca e serviços de mensageria privada sobre direitos individuais e coletivos.

Justificação: A proposta visa incluir dispositivos mínimos para o atendimento dos usuários pela ouvidoria já prevista no PL, assim como destacar o papel que o órgão deve cumprir para a garantia da transparência e respeito aos direitos de usuários no caso do emprego de sistemas automatizados pelas plataformas.

CAPÍTULO VI DAS SANÇÕES

Art. 31. Sem prejuízo das demais sanções civis, criminais ou administrativas, os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada ficam sujeitos a:

- I – advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas; ou
- II – multa de até 10% (dez por cento) do faturamento do grupo econômico no Brasil no seu último exercício.

§ 1º Na aplicação da sanção, a autoridade judicial observará a proporcionalidade, considerando

a condição econômica do infrator, as consequências da infração na esfera coletiva e a reincidência.

§ 2º Para os efeitos desta Lei, será considerado reincidente aquele que repetir, no prazo de 6 (seis) meses, condutas anteriormente sancionadas.

(proposta de nova redação)

Art. 31. Diante da violação dos dispositivos desta lei, cabe ao Poder Judiciário, sem prejuízo das demais sanções cíveis, criminais ou administrativas, aplicar as penalidades descritas neste artigo, assegurados o devido processo legal, a ampla defesa e o contraditório.

§ 1º Provedores de redes sociais, ferramentas de busca e serviços de mensageria privada ficam sujeitos a:

- I – advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas; ou
- II – multa de até 10% (dez por cento) do faturamento do grupo econômico no Brasil no seu último exercício.

§ 2º Entidades e os órgãos da Administração Pública, agentes políticos e candidatos de que trata o capítulo III desta Lei ficam sujeitos a:

- I - multa de até R\$ 100.000,00 no caso de agentes políticos e candidatos;
- II - veiculação de direito de resposta ou contrapropaganda;
- III - vedação temporária da utilização de conta em redes sociais para auferição privada de receitas.

§ 3º Na aplicação das sanções, a autoridade judicial observará:

- I – a gravidade e a natureza das infrações;
- II – a condição econômica do infrator e sua participação na infração;
- III – a reincidência, no prazo de 6 (seis) meses, de condutas anteriormente sancionadas;
- IV – a pronta adoção de medidas corretivas; e
- V – a proporcionalidade entre a gravidade da infração e a intensidade da sanção.

Justificação: A proposta tem o objetivo de explicitar que cabe ao Poder Judiciário a aplicação de sanções por violações à lei e de equilibrar e distribuir, também do ponto de vista das sanções, as responsabilidades por violações ao novo texto legal. No texto original, apesar de o PL trazer deveres para um conjunto de atores, a previsão de sanções se restringe às plataformas digitais. Neste sentido, a Coalizão Direitos na Rede propõe também a previsão de sanções para as entidades e órgãos da Administração pública, agentes políticos e candidatos de que trata o capítulo III da lei, assim como outros critérios que devem ser considerados pelo Poder Judiciário na aplicação do conjunto de sanções.

CAPÍTULO VII DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 32. Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada deverão ter sede e nomear representantes legais no Brasil, informações que serão disponibilizadas em seus sítios na internet, bem como manter acesso remoto, a partir do Brasil, aos seus bancos de dados, os quais conterão informações referentes aos usuários brasileiros e servirão para a guarda de conteúdos nas situações previstas em lei, especialmente para atendimento de ordens de autoridade judicial brasileira.

(proposta de nova redação)

Art. 32 Os provedores de redes sociais, ferramentas de busca e serviços de mensageria de que trata esta Lei deverão ~~ter sede~~ e nomear representantes legais no Brasil, disponibilizando informações sobre os mesmos em seus sítios na internet.

Parágrafo único - O Código de Conduta previsto no artigo 25 desta lei estabelecerá prazos de adaptação aos provedores de redes sociais, de serviços de mensageria privada e ferramentas privadas para fins de cumprimento no caput deste artigo.

Art. 32-A Os provedores de redes sociais, de serviços de mensageria privada e ferramentas de busca que ofertarem serviços a indivíduos localizados no território nacional fornecerão, em atendimento a ordem de autoridade judiciária competente, respeitando normas e procedimentos nacionais, dados de usuários brasileiros cujas conexões estejam exclusivamente ligadas ao território nacional.

Justificação: O artigo estabelece duas obrigações para as empresas multinacionais em operação no país incluídas no escopo da lei: (i) ter sede e nomear um representante legal no Brasil; e (ii) garantir acesso remoto, a partir do Brasil, aos seus bancos de dados para atendimento especialmente de ordens de autoridade judicial brasileira. A obrigação de ter uma sede no Brasil somente faz sentido em uma economia não digital. Ela nasce do mesmo lugar de uma ideia corriqueiramente apontada para se evitar a aplicação de acordos de cooperação jurídica internacional em caso de jurisdições compartilhadas: obrigar que empresas multinacionais mantenham data centers no Brasil, para que armazenem aqui todos os dados coletados em nosso território. Tal proposta, debatida exaustivamente na ocasião da aprovação do Marco Civil da Internet, foi descartada por diferentes razões. Uma delas é a de que a medida desconsidera a natureza global da Internet, que envolve a constante troca transfronteiriça de informações, reduzindo a Internet a um fenômeno local. Um dos aspectos mais positivos da economia digital é precisamente permitir a escalabilidade e a existência de usuários e clientes independente das fronteiras territoriais. A obrigação de criação de sedes no país poderá levar à exclusão dos usuários brasileiros (consumidores ou empresas) dos serviços mais modernos e inovadores desenvolvidos e mantidos no exterior.

Já a inclusão no PL do dever de acesso remoto obrigatório a dados, a partir do Brasil, não solucionará a disputa em curso em casos de jurisprudência compartilhada. Isso porque, por

mais que o Marco Civil da Internet já determine que, em caso de dados ao menos coletados no Brasil, as empresas multinacionais devem entregá-los se a Justiça assim ordenar, as mesmas não o fazem, sob risco de serem responsabilizadas pela lei dos Estados Unidos, onde estão sediadas e onde armazenam os dados. Ou seja, a solução unilateral de incluir este dispositivo vai esbarrar nos mesmos problemas que as requisições atuais, perdendo sua eficácia. Ao mesmo tempo, a depender da solução apontada pelo STF na ADC 51, o art.32 poderá ter sua constitucionalidade questionada, inclusive quanto à cooperação jurídica internacional. Tal provisão também está em desconhecimento com os padrões internacionais de proteção de dados, ao não estabelecer qualquer provisão de cuidados com os dados e ao falar em “manter acesso remoto [...] especialmente para atender a ordem judicial brasileira”, sugerindo que não é somente mediante ordens judiciais que tais dados poderão ser acessados. A proposta de redação alternativa da Coalizão Direitos na Rede propõe enfrentar o problema a partir do reconhecimento da soberania e da jurisdição do país sobre dados relacionados a brasileiros coletados no país assim como dos desafios da dimensão internacional da questão.

Art. 33. Os valores das multas aplicadas com base nesta Lei serão destinados ao Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica e de Valorização dos Profissionais da Educação (Fundeb) e serão empregados em ações de educação e alfabetização digitais.

Art. 34. O art. 1º da Lei nº 10.703, de 18 de julho de 2003, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 1º

§ 1º O cadastro referido no caput deste artigo será realizado mediante comparecimento presencial do usuário ou mediante processo digital, conforme regulamentação, e conterá, além do nome e do endereço completos:

I – no caso de pessoa física, o número do documento de identidade e o número de registro no Cadastro de Pessoas Físicas;

II – no caso de pessoa jurídica, o número de registro no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica;

.....
§ 4º A regulamentação do cadastramento de que trata o § 1º deverá trazer procedimentos de verificação da veracidade dos números dos registros no Cadastro de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica utilizados para a ativação de chips pré-pagos.

(proposta de nova redação)

I – no caso de pessoa física, o número do documento de identidade e-**OU** o número de registro no Cadastro de Pessoas Físicas;

II – no caso de pessoa jurídica, o número de registro no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica;

.....
§ 4º A regulamentação do cadastramento de que trata o § 1º deverá trazer

procedimentos de verificação da veracidade **do documento de identidade e** dos números dos registros no Cadastro de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica utilizados para a ativação de chips pré-pagos.

Justificação: O PL altera a previsão atual, substituindo a possibilidade alternativa pela obrigação de apresentação conjunta dos documentos de Identidade e do número de registro no Cadastro de Pessoa Física. Adicionalmente, determina nova regulamentação sobre o cadastramento de usuários de telefones pré-pagos. Exigir a apresentação dos dois documentos para a obtenção de um número pré-pago é uma medida desnecessária, excessiva e onerosa a brasileiros que não possuem documentação, impactando diretamente no direito à comunicação destes cidadãos. Redação deve ser alterada para permitir um documento ou outro; do contrário, ampliará significativamente os índices de exclusão digital no país.

§ 5º Os órgãos governamentais envolvidos na regulamentação do cadastramento de que trata o § 1º e as operadoras de telefonia deverão manter esforços constantes para o controle da autenticidade e validade dos registros, inclusive dos já existentes.” (NR)

Art. 35. A Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet), passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 5º

VIII — registros de acesso a aplicações de internet: o conjunto de informações referentes à data e hora de uso de uma determinada aplicação de internet a partir de um determinado endereço IP e a porta lógica, quando o IP for roteado;

IX — roteamento de IP: o compartilhamento de um IP para mais de uma conexão ou usuário único, individualizadas através de diferentes portas lógicas; e

X — portas lógicas: os dispositivos que operam e trabalham com um ou mais sinais lógicos de entrada para produzir uma e somente uma saída.” (NR)

“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 IP de maneira inequívoca, sob sigilo, em ambiente controlado e de segurança, pelo prazo de 6 (seis) meses, nos termos do regulamento:

.....” (NR)

SUPRESSÃO

Justificação: O termo “porta lógica”, referido no inciso VIII e definido no inciso X, não se aplica no conjunto de protocolos de comunicação entre computadores em rede, denominado TCP/IP. Provavelmente ele se refere à porta eletrônica, provavelmente de um multiplexador digital, e foi

utilizado mediante um equívoco de tradução. Talvez a intenção fosse fazer referência ao número de porta que, combinado a um endereço IP forma um socket, permite a um terminal a operação simultânea de processos online. Mas os números das portas, que vão de 1 a 65536, não permitem especificar com segurança a qual processo cada número se vincula no âmbito de cada conexão IP. Há inclusive as chamadas “portas efêmeras”, além do intervalo dinâmico, 49152 a 65535, no qual simplesmente não pode haver registro.

Já a técnica Network Address Translation (NAT) é uma solução precária, desenvolvida para prolongar o tempo dos endereços IPs na versão IPV4. Seu desenho só reconhece 4.3 bilhões de números, menos do que a população atual do planeta e, por isso, o padrão IPV4 está em desuso. Faz-se necessária sua pronta substituição pelo padrão IPV6, por exemplo, para o funcionamento da internet das coisas. Do ponto de vista tecnológico, o projeto de lei, ao falar em “nateado” e “nateamento” se refere a um padrão em extinção. O Brasil já tem 40% do tráfego em IPV6.

Podemos listar mais três problemas tecnológicos relacionados à proposta: primeiro, o NAT é uma técnica dinâmica, de modo que mais de um terminal pode utilizar a mesma “máscara de rede” em momentos distintos; segundo, a atribuição de uma máscara NAT é um processo interno de cada rede, para distinção entre terminais de acesso à internet que compartilhem o mesmo IP - logo, não é necessariamente acessível por quem está “do lado de fora” do IP, até mesmo por uma questão de segurança da rede; terceiro, qualquer uso da tecnologia de Redes Privada Virtual (VPN) vai apontar o uso de um IP que não corresponde à localização exata de quem está de fato acessando a Internet, tornando completamente inócuo qualquer dado sobre o uso de NAT.

Finalmente, para além do evidente e crítico descompasso tecnológico do texto do projeto, do ponto de vista jurídico, a proposta se direciona desproporcionalmente a aumentar o volume de dados a serem armazenados de forma desnecessária. Não há proporcionalidade, pois a pretensa identificação unívoca da pessoa responsável por ilícitos não seria uma certeza, tal qual a enorme elevação do custo da obrigação, imposto em várias instâncias, particularmente no tocante à proteção de dados de usuários e ao aumento da complexidade para diversos tipos de intermediários. Daí sua justificada supressão.

Art. 36. Esta Lei entra em vigor:

I – na data de sua publicação, quanto aos arts. 25, 26, 27, 28 e 29; e

II – após decorridos 90 (noventa) dias de sua publicação oficial, quanto aos demais artigos, observado o disposto no art. 16 da Constituição Federal.

Senador Davi Alcolumbre
Presidente do Senado Federal