

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

COMPLEMENTAÇÃO DE VOTO DO RELATOR

Altera a Constituição Federal para incluir a proteção de dados pessoais entre os direitos e garantias fundamentais e para fixar a competência privativa da União para legislar sobre proteção e tratamento de dados pessoais.

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

Autor: SENADO FEDERAL; Senador ALESSANDRO VIEIRA

Relator: Deputado ORLANDO SILVA

Após o protocolo do Relatório nº 2/2021, recebi diversas sugestões de pares deste Grupo de Trabalho. Tendo refletido acerca dessas ponderações, conclui pela necessidade de aperfeiçoar a matéria em alguns pontos específicos.

Em primeiro lugar, inserimos um novo parágrafo ao art. 3º, atendendo parcialmente a emenda apresentada pelo deputado Filipe Barros, a fim de reafirmar que a liberdade de expressão é direito fundamental dos usuários dos provedores de que trata a lei, nos termos do art. 5º, IX, da Constituição Federal.

Em segundo lugar, acrescentamos um inciso VII ao art. 4º, respondendo de forma parcial à emenda proposta pelo deputado Silvio Costa



Filho, para demarcar como objetivo da lei a limitação do uso de dados de qualquer natureza, inclusive dados pessoais, à maneira do disposto na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

Do mesmo deputado, acatamos integralmente sugestão para excluir da definição de serviço de mensageria instantânea a exceção às aplicações de internet destinadas a uso corporativo.

No art. 6º, aceitamos sugestão do deputado Silvio Costa Filho, para acrescentar o objetivo de que as medidas a serem adotadas pelos provedores devem servir para resguardar os usuários de práticas fraudulentas.

Em seguida, aditamos ao art. 7º dois parágrafos, aceitando emenda do deputado Silvio Costa Filho, a fim de vedar a combinação do tratamento de dados pessoais dos serviços essenciais dos provedores com os de serviços prestados por terceiros, quando tiverem como objetivo exclusivo a exploração direta e indireta no mercado em que atua ou em outros mercados, e determinar que tal ação implica infração da ordem econômica, nos termos do art. 36 da Lei nº 12.529/2011.

No art. 8º acatamos sugestão do deputado do deputado Silvio Costa Filho para estabelecer que a obrigação dos provedores de disponibilizar informações sobre suas regras estende-se também à comercialização de produtos e serviços.

No art. 9º incorporamos sugestão do deputado Felipe Rigoni para alterar os incisos II e X e excluir o inciso III do § 1º deste artigo.

Também concordamos integralmente com a emenda apresentada pelo deputado Sóstenes Cavalcante, que propõe alteração ao inciso I do art. 12 para apenas limitar, em vez de vedar, o encaminhamento de mensagens ou mídias para vários destinatários, de acordo com o estabelecido no Código de Conduta. Além disso, acatamos sugestão do mesmo deputado para acrescentar ao § 3º que o objetivo é promover o estabelecido no próprio caput do dispositivo.

No art. 15 admitimos parcialmente sugestão de emenda submetida pelo deputado Vinicius Poit, a fim de prescrever que a aplicação das regras próprias das plataformas se refira expressamente às previsões dos



termos de uso dos provedores. Ainda no art. 15 aceitamos sugestão do deputado Filipe Barros para alterar as alíneas 'a' e 'b' do inciso I do art. 15.

Na sequência, anuindo integralmente com a sugestão apresentada pelo deputado Vinicius Poit, alteramos o inciso II do art. 15 para estabelecer que a disponibilização do canal para consulta das informações prestadas deve ficar acessível por um prazo mínimo de seis meses.

Ainda no art. 15, adotamos sugestão do deputado Felipe Rigoni, com inclusão de parágrafo que prevê reparação não pecuniária, que consistirá no envio de informações factuais e determinadas a todos os afetados pelo conteúdo que viole os termos desta Lei ou os termos de uso dos provedores, na mesma medida e alcance do conteúdo considerado inadequado.

Acrescentamos um novo parágrafo ao art. 15, para atender emenda trazida pelo deputado Filipe Barros, para determinar que, em caso de provimento do pedido de revisão, as medidas aplicadas devem ser imediatamente revogadas, devendo ser dada publicidade ao conteúdo restaurado.

No art. 16 anuímos integralmente com a sugestão do deputado Vinicius Poit a fim de incorporar ao caput o inciso I e excluir o teor do inciso II.

No mesmo art. 18, excluímos os incisos VII e X concordando com emenda trazida pelo deputado Vinicius Poit.

No art. 19 adotamos parcialmente proposta do deputado Vinicius Poit para excluir os incisos, mas obrigando que os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria instantânea disponibilizem informações a respeito dos critérios e procedimentos utilizados para perfilhamento que foram aplicados em cada caso.

Ressaltamos que optamos por inverter a ordem dos arts. 18 e 19 porque um trata de matéria mais genérica e outro é mais específico, sendo mais apropriada que venha na sequência.

No art. 22 incorporamos sugestão da deputada Natália Bonavides para incluir no rol das contas de interesse público as contas dos servidores que gozam das garantias previstas no art. 95 da Constituição



Federal, dos membros dos órgãos previstos no art. 92 da Constituição Federal, dos servidores que gozam das garantias e se submetem às restrições previstas no art. 128, § 5º da Constituição Federal e dos servidores de que trata o art. 142, § 3º da Constituição Federal.

Em seguida, adotamos integralmente sugestão da deputada Natália Bonavides, que veda a restrição da visualização e não do acesso às publicações de contas de interesse público.

No art. 23, acatamos sugestões do deputado Rui Falcão para determinar que os recursos que seriam destinados aos titulares das contas, bem como os que seriam auferidos pelos provedores, em função das atividades descritas no caput, devem ser revertidos, pelos provedores, ao Fundo de Defesa de Direitos Difusos - FDD.

No art. 29 aderimos integralmente à sugestão do deputado Gustavo Fruet para restringir o dispositivo aos casos de punição disciplinar ou ato praticado por superior hierárquico que cause prejuízo a servidor público.

Alteramos o caput do art. 33, que agora dispõe que, as competências atribuídas pela presente proposição existirão além das atribuições conferidas ao Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) pelas Leis nº 12.965 de 23 de abril de 2014 e nº 13.853 de 8 de julho de 2019, fora aquelas previstas em regulamento. Ademais, excluímos a palavra ilícito do inciso II do mesmo artigo, pois não se trata de avaliar conteúdo e trocamos a palavra certificar por validar, no inciso III. Também excluímos a competência do CGI.br para certificar a entidade de autorregulação. Por fim, suprimimos o caput do art. 34, que foi substituído pelo parágrafo único do art. 33.

No art. 35, excluímos, conforme emenda apresentada pelo deputado Rui Falcão, a obrigatoriedade de a entidade de autorregulação estabelecer e divulgar, em seu sítio na internet, Código de Conduta para a implementação desta Lei.

Por fim, concordamos parcialmente com emenda apresentada pelo deputado Sóstenes Cavalcante, que altera o art. 37, para precisar que as informações cadastrais sobre usuários a serem disponibilizadas pelos provedores o serão apenas para autoridades administrativas que detenham



competência legal para sua requisição.

Esses foram os motivos que nos levaram a modificar o texto apresentado anteriormente.

Em conclusão, apresento nova proposta de Substitutivo ao Projeto de Lei nº 2.630, de 2020, juntamente a esta Complementação de Voto.

Sala da Comissão, em de de 2021.

Deputado ORLANDO SILVA

Relator

2021-20433



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD210911043800>



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

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 2.630, DE 2020

(APENSOS PROJETOS DE LEI Nº

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

Lei Brasileira de Liberdade,
Responsabilidade e Transparência na Internet.

Autor: SENADO FEDERAL; Senador
ALESSANDRO VIEIRA

Relator: Deputado ORLANDO SILVA

O Congresso Nacional decreta:

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º É instituída a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, destinada a estabelecer normas, diretrizes e mecanismos de transparência para provedores de redes



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD210911043800>



sociais, ferramentas de busca e de serviços de mensageria instantânea através da internet, assim como diretrizes para seu uso.

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

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

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

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

- I – liberdade de expressão e de imprensa;
- II – garantia dos direitos de personalidade, da dignidade, da honra e da privacidade do indivíduo;
- III – respeito ao usuário em sua livre formação de preferências políticas e de uma visão de mundo pessoal;
- IV – responsabilidade compartilhada pela preservação de uma esfera pública livre, plural e democrática;
- V – garantia da confiabilidade e da integridade dos sistemas informacionais;
- VI – vedação à discriminação ilícita ou abusiva dos usuários aos serviços dos provedores de aplicações de que trata esta lei, inclusive a



dados atualizados e a não restrição técnica de funcionalidades, salvo em casos de descumprimento do disposto nesta Lei;

VII – acesso amplo e universal aos meios de comunicação e à informação;

VIII – proteção dos consumidores;

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

X – proteção da saúde pública.

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

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

Art. 4º. Essa Lei tem como objetivos:

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

V - serviço de mensageria instantânea: aplicação de internet que viabilize o envio de mensagens instantâneas para destinatários certos e determinados ou que forneçam a capacidade de encaminhar mensagens para outro destinatário ou grupo de usuários da aplicação, incluindo a oferta ou venda de produtos ou serviços aquelas protegidas por criptografia de ponta-a-



ponta, em que somente remetente e destinatário da mensagem tem acesso ao seu conteúdo, com exceção dos serviços de correio eletrônico;

VI - perfilhamento: qualquer forma de tratamento parcial ou automatizado de dados para avaliar certos aspectos pessoais de uma pessoa natural, objetivando classificá-la em grupo ou perfil de modo a fazer inferências sobre seu comportamento ou condição futura especialmente com relação ao seu desempenho profissional, a sua situação econômica, saúde, preferências pessoais, interesses, desejos de consumo, localização;

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

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

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

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

CAPÍTULO II

DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADE DOS PROVEDORES

Seção I - Disposições Gerais



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

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

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

III – conferir acesso não discriminatório a usuários;

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

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

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

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

Seção II

Dos Deveres de Transparência



Art. 7º Para assegurar o cumprimento dos objetivos estabelecidos nesta Lei, os provedores devem elaborar suas regras próprias respeitando a legislação nacional e aplicá-las com equidade, consistência e respeito ao direito de acesso à informação, à liberdade de expressão e à livre concorrência.

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

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

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

Subseção I

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

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



§ 1º Os relatórios devem conter:

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

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

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

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

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

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

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

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



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

- a) as taxas de detecção ativa de conteúdos considerados irregulares por sistemas automatizados, por tipo de conteúdo;
- b) critérios para operação e grau de acurácia destes sistemas, respeitada a sua segurança em face de atores maliciosos; e
- c) informações sobre bases de treinamento destes sistemas e seus mecanismos para monitoramento, mensuração e controle de vieses.

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

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

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

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

Subseção II

Dos Deveres de Transparência das Ferramentas de Busca

Art. 10 As ferramentas de busca devem produzir relatórios semestrais de transparência, disponibilizados em seus sítios eletrônicos, em português, de forma a tornarem públicas as medidas empregadas para o cumprimento desta lei e informações correspondentes aos §2º.

§ 1º Os relatórios devem conter:



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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

SubSeção III

Dos Serviços de Mensageria Instantânea

Art. 12 Os provedores de serviços de mensageria instantânea devem projetar suas plataformas para manter a natureza interpessoal do



serviço e limitar a distribuição massiva de conteúdos e mídias, devendo, com essa finalidade:

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

§ 3º A autoridade policial ou o Ministério Público poderão requerer cautelarmente aos provedores de serviço de mensageria instantânea a preservação dos dados de que trata o caput, devendo ingressar com o pedido de autorização judicial de acesso aos respectivos registros em prazo não superior a 30 (trinta) dias, contado da requisição de preservação de registros.

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

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

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

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



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

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

Seção IV

Dos Procedimentos de Devido Processo

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

I – notificar o usuário sobre:

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

II - disponibilizar canal próprio destacado e de fácil acesso para consulta, por um prazo mínimo de seis meses, das informações prestadas,



formulação de denúncias sobre conteúdos e contas em operação e envio de pedido de revisão de decisões.

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

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

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

§ 3º Caso constatado equívoco na aplicação de regras previstas no caput após avaliação de pedido de revisão, havendo dano individual, coletivo ou difusos a direitos fundamentais, os provedores de redes sociais ou mensageria instantânea devem, no âmbito e nos limites técnicos de seus serviços, informar os usuários sobre seu erro, na mesma proporção de alcance do conteúdo considerado inadequado, podendo esta obrigação ser requerida a autoridade judicial.

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

CAPÍTULO III

DA TRANSPARÊNCIA EM RELAÇÃO A IMPULSIONAMENTOS E PUBLICIDADE

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



Parágrafo único. Os provedores de ferramentas de busca devem identificar conteúdos publicitários, de modo que um nome e um meio de contato fornecido pelo anunciante sejam acessíveis aos usuários.

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

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

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

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

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

III – tempo de veiculação;

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

V – características gerais da audiência contratada;

VI – as técnicas e as categorias de perfilhamento;

VII – o endereço eletrônico dos anúncios eleitorais exibidos; e

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



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

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

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

CAPÍTULO IV DA ATUAÇÃO DO PODER PÚBLICO

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

§ 2º As decisões de provedores que constituam intervenção ativa ilícita ou abusiva em contas e conteúdos de contas de interesse público autorizam o ajuizamento de ação judicial para a sua restauração, de forma célere, devendo o Poder Judiciário obrigar os provedores a restabelecerem tais contas nos casos em que fique comprovada a sua operação em conformidade com direitos fundamentais e com os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

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

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

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

Art. 23 É vedado aos detentores de cargos eletivos, aos magistrados, membros do Ministério Público, membros das Forças Armadas e militares dos Estados, durante o exercício de seus cargos, receberem



remuneração advinda de publicidade em contas em aplicações de internet de sua titularidade.

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

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

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

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

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

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



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

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

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

I – disponibilizar mecanismo acessível e destacado para qualquer usuário reportar desinformação; e

II – utilizar as diretrizes de identificação de conteúdos impulsionados e promovidos pelo setor público.

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

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

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



CAPÍTULO V

DO FOMENTO A EDUCAÇÃO

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

Parágrafo único. A União, os Estados e os Municípios devem envidar esforços para ampliar e qualificar a participação das crianças, adolescentes e jovens nas práticas escolares que promovam a educação midiática conforme as diretrizes dispostas na Base Nacional Comum prevista no art. 26 da Lei 9.394 de 20 de dezembro de 1996 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional), com a finalidade de desenvolver nos alunos conjunto de habilidades para acessar, analisar, criar e participar de maneira crítica do ambiente informacional e midiático em todos os seus formatos, afim de desenvolver seus potenciais de comunicação nos diversos meios, a partir das habilidades de interpretação consciente das informações, produção ativa de conteúdos e participação responsável na sociedade.

CAPÍTULO VI

DAS SANÇÕES

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

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



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

III - suspensão temporária das atividades; ou

IV - proibição de exercício das atividades.

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

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

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

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

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

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

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

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

CAPÍTULO VII

DO COMITÊ GESTOR DA INTERNET

Art. 33 Além das atribuições conferidas ao Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) pelas Leis nº 12.965 de 23 de abril de 2014 e nº



13.853 de 8 de julho de 2019, bem como as definidas em regulamento, caberá ao órgão:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

XIII – elaborar seu regimento interno.



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

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

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

CAPÍTULO VIII DA AUTORREGULAÇÃO REGULADA

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

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

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

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

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



CAPÍTULO IX

DO CRIME EM ESPÉCIE

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

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

CAPÍTULO X

DISPOSIÇÕES FINAIS

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

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

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



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

.....” (NR)

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

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

“Art. 26

XVI - despesas relacionadas à contratação de serviço de tratamento de dados;

.....” (NR)

“Art. 28

§ 4º.....

III - o registro das suas atividades de tratamento de dados, nos termos do artigo 37 da Lei 13.709, de 14 de agosto de 2018.

.....” (NR)



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

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

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

Sala das Sessões, em de de 2021.

Deputado ORLANDO SILVA
Relator

2021-20433



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD210911043800>

