



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 9.744, DE 2018

(Do Sr. Sandro Alex)

Obriga a criação de mecanismos de identificação em anúncios publicitários na internet e responsabiliza aquele que administra, intermedia ou gerencia tais anúncios em sítio ou aplicação de internet que disponibilize e/ou distribua conteúdo que abarque ilícitos penais.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-1070/1995.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Todo e qualquer anúncio publicitário exibido por meio da internet deverá conter mecanismo que permita a identificação clara e inequívoca do responsável por sua administração, intermediação e seu gerenciamento.

Art. 2º É dever do responsável pela administração, intermediação ou gerenciamento de anúncios, por meio da internet, verificar se o site ou aplicação em que os anúncios são exibidos possui qualquer conteúdo que abarque ilícitos penais, sob pena de incorrer nas sanções previstas no artigo 4º desta lei.

Art. 3º Aplicam-se as mesmas regras a pessoa jurídica estrangeira que administra, intermedeia ou gerencia anúncios exibidos por meio da internet, sob pena de adoção de medidas técnicas que impeçam a exibição de seus anúncios em terminais conectados por meio de provedores de conexão cujos serviços são prestados em território nacional.

Art. 4º O descumprimento do disposto nos artigos 1º e 2º sujeitará as empresas responsáveis, mediante ordem judicial, à interdição do serviço de administração, intermediação e/ou gerenciamento de anúncio publicitário pelo prazo de até 01 (um) ano, e multa no valor de 0,1% (um décimo por cento) a 20% (vinte por cento) do faturamento bruto do último exercício anterior da empresa, sem prejuízo de perdas e danos.

Art.5º Esta Lei entra em vigor após decorridos 6 (seis) meses da data de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

A internet oferece uma grande oportunidade para novos modelos de negócios nos mais diversos segmentos econômicos, bem como para a inovação, maior desenvolvimento e competitividade, mas também apresenta desafios e riscos; estes decorrem da facilidade, da quantidade e da velocidade com as quais conteúdos e serviços que violam direitos de terceiros e/ou caracterizam ilícitos penais podem ser disponibilizados *online* e distribuídos para milhões de pessoas em todo o mundo com um simples clique do *mouse*. Desta forma, a internet é, também, espaço no qual ocorrem diversos tipos de atos ilícitos, tais como várias formas de fraude, furtos de cartão de crédito, acesso ilícito a dados pessoais, pornografia, entre outras ações criminosas que causam uma série de desafios à segurança dos cidadãos e da própria rede.

Os anúncios publicitários consistem em importante fonte de renda para o funcionamento de *websites* e aplicações de internet. Diversos sítios e aplicações de internet disponibilizam e/ou distribuem conteúdo que contenha ilícito penal, ou fomentam a prática de tais condutas.

Dada a frequente dificuldade de se localizarem os autores dos crimes cometidos no universo digital, bem como a frequência com que os responsáveis pelos endereços de domínio que hospedam sites e aplicações dedicados a práticas ilícitas encontram-se fora do Brasil, ou facilmente e rapidamente mudam o conteúdo que contenha ilícito penal de um domínio para outro com a finalidade de se esquivarem da persecução penal, torna-se

necessário combater de forma efetiva o fluxo financeiro que alimenta esses domínios e aplicações dedicados a atividades criminosas.

Como é público e notório, a principal fonte de recursos financeiros de titulares de nomes de domínio na internet advém de anúncios publicitários. Portanto, para evitar a proliferação de crimes na internet, é necessário criar mecanismos efetivos para identificar e fiscalizar quem são os responsáveis por intermediar as negociações, hospedar e gerenciar os anúncios nos veículos digitais. Assim, será possível coibir o financiamento de tais plataformas e, conseqüentemente, combater os crimes cibernéticos.

Em 2015, a CPI de Crimes Cibernéticos investigou a prática de crimes cibernéticos e seus efeitos deletérios perante a economia e a sociedade no país, tendo em vista (i) que a Polícia Federal realizou em 2014 a operação batizada de IB2K para desarticular uma quadrilha suspeita de desviar pela internet mais de R\$ 2 milhões de correntistas de vários bancos, quadrilha esta que usava parte do dinheiro desviado para comprar armas e drogas; (ii) o último relatório da Central Nacional de Denúncias de Crimes Cibernéticos que aponta um crescimento, entre 2013 e 2014, de 192,93% nas denúncias envolvendo páginas na internet suspeitas de tráfico de pessoas, e (iii) os gastos de US\$ 15,3 bilhões para combater crimes cibernéticos no Brasil em 2010.

A título de exemplo, subsídios coletados durante a CPI demonstraram que há diversos estudos que relacionam a oferta de conteúdos piratas na rede com a venda de anúncios publicitários e com a pornografia infantil. De acordo com estudo de 2015 intitulado “Análise de publicidade de *website* de pirataria no Brasil e a relação com materiais de exploração infantil” e conduzido pela ECPAT International (End Child Prostitution in Asian Tourism), uma organização exclusivamente dedicada à luta contra a exploração sexual de crianças e com atuação em 82 países do mundo, sob a responsabilidade do Dr. Paul Watters, pesquisador da Universidade de Massey, Nova Zelândia, na área de crimes cibernéticos, pirataria de filmes e materiais que contenham abuso sexual infantil, há uma intensa relação entre publicidade em *sites* de pirataria e exploração sexual infantil, que ocorre por diversas formas.

O referido estudo analisou 1402 anúncios publicitários localizados em *sites* piratas disponíveis no Brasil, dos quais 94% foram classificados de "alto risco", ou seja, anúncios que, quando clicados pelos usuários, remetem para *sites de download* ilegal, exploração sexual e pornografia infantil, jogos de azar ou, ainda, transferem vírus para o computador do internauta. Os restantes 6% eram anúncios de marcas conhecidas mundialmente, como a Amazon, Cadillac, PayPal, Crowne Plaza e Marriott.

Outro estudo procurou estimar a receita gerada com os anúncios publicitários em conteúdo pirata, e foi conduzido em 2014 pela Digital Citizens Alliance, em parceria com a MediaLink LLC. Esse estudo analisou um conjunto de 589 websites de pirataria de conteúdo audiovisual no mundo, e concluiu que os proprietários de sites piratas disponibilizam cópias ilícitas de conteúdo de modo gratuito para o usuário final, mas obtêm vultosas quantias pagas pelas empresas de propaganda que cadastram esses sites como seus anunciantes. É claro que nenhum centavo desse fluxo de receitas chega aos bolsos dos criadores e titulares dos direitos violados.

Os resultados desses estudos concluíram que os sítios e provedores de internet que são financiados por receitas de anúncios convencionais e de “alto risco” (anúncios que, depois de clicado pelo internauta, remetem para *sites de download* ilegal, jogos de azar ou, ainda, transferem vírus para o computador do usuário) estão expondo crianças, adolescentes e todos os usuários da internet, a materiais que lhes podem ser extremamente danosos. Tais resultados foram utilizados por governos, ONGs e pelo setor privado para orientar políticas e respostas apropriadas, incluindo regulamentações (seja pelo governo, seja pelo próprio setor publicitário) para conscientizar sobre os riscos de visitar tais sites, especialmente crianças.

Por fim, mais recentemente, em janeiro de 2018, foi divulgada pesquisa realizada pelo instituto IBOPE Repucom que mostra que os dez sites de pirataria de filmes mais acessados por brasileiros arrecadaram pelo menos R\$ 17 milhões com publicidade online entre agosto de 2015 e agosto de 2016. Levou-se em conta o cost per thousand (CPT) de cada banner das páginas piratas. O CPT é a métrica utilizada para avaliar o retorno para o site daquele banner que expõe. É com base nos cliques de um anúncio que uma página é remunerada pelos anunciantes.

Neste contexto, o PL dispõe sobre a criação de uma obrigação legal para que o responsável pela administração, intermediação ou gerenciamento de anúncios, por meio da internet, verifique, previamente à exibição dos anúncios e de forma contínua, a licitude penal do conteúdo disponibilizado no site ou aplicação em que os anúncios são exibidos. O objetivo, portanto, é coibir a comercialização de anúncios publicitários em sítios e aplicações de internet que disponibilizem conteúdos contendo ilícitos penais através da responsabilização daqueles que não cumprirem com a obrigação de verificar a licitude do conteúdo disponibilizado e que se tornam os responsáveis por remunerar tais sites e aplicações.

Todavia, atualmente os anúncios publicitários veiculados na internet não contém qualquer informação sobre quem é o responsável por colocá-los ali, restringindo-se apenas a divulgar o conteúdo criado pelo anunciante para determinado público alvo.

Diante disso, a primeira providência proposta no PL é a criação de mecanismo para a identificação clara e inequívoca do responsável por administrar, intermediar a negociação, hospedar e/ou gerenciar o anúncio publicitário veiculado na Internet. Ao identificar o agente intermediário do fluxo financeiro para os sites ilícitos será possível combater de forma mais efetiva o crime cibernético e, no caso do agente ser pessoa jurídica estrangeira, estará sujeito a adoção de medidas técnicas que impeçam a exibição de seus anúncios em terminais conectados por meio de provedores de conexão cujos serviços são prestados em território nacional.

Além disso, esta proposição prevê que o intermediário seja responsável pelo monitoramento e verificação do conteúdo dos *websites* nos quais os anúncios publicitários serão disponibilizados, a fim de se certificarem que os anúncios não serão apresentados em espaços de ilicitude de natureza penal.

Assim, os agentes responsáveis por administrar, gerenciar ou, ainda, intermediar a negociação com os veículos digitais nos quais o anúncio será disponibilizado, também

conhecidas como distribuidoras digitais ou intermediárias, deverão adotar as necessárias providências para averiguar os critérios que utilizam para selecionar os *websites* nos quais os anúncios publicitários serão veiculados.

Entretanto, caso o agente responsável não adote os procedimentos necessários para verificar a licitude do conteúdo disponibilizado pelo site ou aplicação de internet em que o anúncio será exibido, será possível, mediante ordem judicial, a interdição de suas atividades pelo período de até um ano, bem como aplicação de multa, sem prejuízo das perdas e danos.

Diante das razões acima expostas cumpre enfatizar que a presente proposta legislativa visa a auxiliar a sociedade no combate aos crimes cibernéticos e na contratação de empresas responsáveis para com o seu entorno e contexto social, isto é, que adotem as precauções necessárias para que a realização dos seus negócios não impinja prejuízo injustificado à terceiros e a toda a sociedade.

Sala das Sessões, em 08 de março de 2018.

Deputado SANDRO ALEX

FIM DO DOCUMENTO
