

## SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 2.630, DE 2020

(APENSOS PROJETOS DE LEI NºS PL 3063/2020, PL 3144/2020, PL 3627/2020, PL 1676/2015, PL 2712/2015, PL 346/2019, PL 283/2020, PL 2854/2020, PL 3029/2020, PL 2883/2020, PL 649/2021, PL 3119/2020, PL 1589/2021, PL 2393/2021, PL 2831/2021, PL 3395/2020, PL 291/2021, PL 449/2021, PL 3700/2021, PL 3573/2020, PL 213/2021, PL 495/2021, PL 2401/2021, PL 127/2021, PL 246/2021, PL 1362/2021, PL 865/2021, PL 2390/2021, PL 10860/2018, PL 5776/2019, PL 475/2020, PL 4418/2020, PL 1743/2021, PL 3389/2019, PL 4925/2019, PL 5260/2019, PL 437/2020, PL 2284/2020, PL 6351/2019, PL 517/2020, PL 3044/2020, PL 1590/2021, PL 2989/2021, PL 2763/2020, PL 6812/2017, PL 7604/2017, PL 9647/2018, PL 2601/2019, PL 2602/2019, PL 8592/2017, PL 9554/2018, PL 9554/2018, PL 9533/2018, PL 9761/2018, PL 9838/2018, PL 9884/2018, PL 9931/2018, PL 4134/2021, PL 200/2019, PL 241/2019, PL 3307/2020, PL 693/2020 (9), PL 705/2020, PL 1394/2020, PL 988/2020, PL 1923/2021, PL 1258/2020, PL 1941/2020, PL 2389/2020, PL 2790/2020, PL 1001/2021, PL 2196/2020, PL 1897/2021, PL 3857/2019, PL 1974/2019, PL 2844/2020, PL 3222/2020, PL 356/2021, PL 388/2021, PL 5959/2019, PL 1772/2021, PL 2060/2021, PL 3366/2021, PL 143/2022)

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 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, 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.

§ 1º 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.

§ 2º As pessoas jurídicas referidas no caput serão consideradas meios de comunicação social para fins do disposto no art. 22 da Lei Complementar nº 64, de 18 de maio, de 1990.

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 religiosas e de uma visão de mundo pessoal;
- IV – garantia da confiabilidade e da integridade dos sistemas informacionais;
- V – 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;
- VI – acesso amplo aos meios de comunicação e à informação;
- VII – proteção dos consumidores;

VIII – transparência e isonomia nos seus termos e políticas de uso, como a veiculação de anúncios e conteúdos pagos;

IX – proteção da saúde pública;

X – estímulo à associação para autorregulação; e

XI – livre iniciativa.

§ 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;

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

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 cuja principal finalidade seja o envio de mensagens instantâneas para destinatários certos e determinados, incluindo a oferta ou venda de produtos ou serviços e aquelas protegidas por criptografia de ponta-a-ponta, com exceção dos serviços de correio eletrônico;

VI – perfilhamento: qualquer forma de tratamento, automatizada ou não, para avaliar certos aspectos pessoais de uma pessoa natural, objetivando classificá-la em grupo ou perfil de modo a fazer inferências sobre seu comportamento, a situação econômica, saúde, preferências pessoais,

interesses, desejos de consumo, localização geográfica, posições políticas ou outras características assemelhadas;

VII – ferramenta de busca: aplicação de internet que permite a busca por palavras-chave de conteúdos elaborados por terceiros e disponível na internet, agrupando, organizando e ordenando os resultados mediante de critérios de relevância escolhidos pela plataforma, 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 ou políticas 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; e

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; e

III – conferir acesso e tratamento 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 de 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 de serviços de mensageria instantânea deverão disponibilizar meios para permitir que o titular da conta a identifique como automatizada perante os demais usuários.

## Seção II

### Dos Deveres de Transparência

Art. 7º Para assegurar o cumprimento dos objetivos estabelecidos nesta Lei, os provedores devem elaborar seus termos e políticas de uso 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.

Parágrafo único. O compartilhamento de dados pessoais dos serviços 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, somente poderá ocorrer de acordo com a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, e com o 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 termos e políticas de uso 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 de 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 em 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 no período analisado;

II - número total de medidas aplicadas a contas e conteúdos, conforme caput, adotadas em razão do cumprimento dos termos e políticas de

uso próprios dos provedores e do cumprimento desta Lei, segmentadas por regra aplicada 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 dos termos e políticas de uso próprios dos provedores e do cumprimento desta Lei, bem como as medidas revertidas após análise dos recursos, segmentados por regra aplicada 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 termos e políticas de uso em relação a 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 sinalização, remoções ou suspensões que foram revertidas pelo provedor;

VII – informações agregadas sobre o alcance comparado de conteúdos identificados como irregulares pelo provedor em relação aos demais conteúdos em veiculação no período

VIII - informações sobre o emprego de sistemas automatizados na aplicação de termos e políticas de uso próprios dos provedores, incluindo:

a) taxa de detecção ativa de conteúdos identificados para remoção por sistemas automatizados, por tipo de conteúdo; e

b) descrição dos tipos de ferramentas de detecção automatizadas envolvidas na garantia da aplicação adequada das políticas de conteúdo.

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

X – número total de medidas aplicadas sobre as contas de que trata o art. 22 desta Lei, segmentadas por regras aplicadas, 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 60 (sessenta) 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 ao §1º.

§ 1º Os relatórios devem conter:

I – número total de usuários que acessam os provedores a partir de conexões localizadas no Brasil 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 desindexação aplicadas a resultados de busca, adotadas em razão do cumprimento dos termos de uso ou políticas próprias dos provedores, segmentadas por regra aplicada;

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 dos termos e políticas de uso próprios dos provedores e do cumprimento desta Lei, bem como as medidas revertidas após análise dos recursos, segmentados por regra aplicada;

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 termos e políticas de uso em relação a 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 desindexações que foram efetivadas pelo provedor;

VIII – informações agregadas sobre o alcance comparado de conteúdos identificados como irregulares pelo provedor em relação aos demais conteúdos em veiculação no período

IX - informações sobre o emprego e funcionamento de sistemas automatizados na aplicação de termos e políticas de uso próprios dos buscadores, incluindo:

a) taxa de detecção ativa de conteúdos identificados para desindexação por sistemas automatizados, por tipo de conteúdo; e

b) descrição dos tipos de ferramentas de detecção automatizadas envolvidas na garantia da aplicação adequada das políticas de conteúdo; e

X – 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 60 (sessenta) 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; 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.

§ 1º Fica proibida a venda de softwares, plugins e quaisquer outras tecnologias que permitam disseminação massiva 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 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 as seguintes informações a respeito do usuário de que trata o caput:

- I - informações sobre denúncias de outros usuários; e
- II - informações sobre suspensão ou exclusão de conta.

§ 6º As informações de que trata o § 5º serão disponibilizadas pelos provedores na medida de sua disponibilidade e dentro do escopo e limite de seus serviços, e se estenderão ao prazo máximo de 60 (sessenta) dias anteriores à determinação judicial.

Art. 14 Os provedores de mensageria instantânea que ofereçam serviços de contas destinadas ao uso comercial para clientes, que facilitem o disparo automatizado e em larga escala para múltiplos usuários, devem desenvolver medidas para que o serviço seja usado estritamente para finalidades institucionais ou comerciais, 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 relacionado a finalidades institucionais e comerciais.

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

#### Seção IV

##### Dos Procedimentos de Devido Processo

Art. 15. Após aplicar regras contidas nos termos e políticas de uso que impliquem exclusão, indisponibilização, redução de alcance ou sinalização de conteúdos, os provedores de redes sociais e mensageria instantânea devem, imediatamente:

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 seus termos ou políticas de uso 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, quando cumpridos os requisitos para tanto.

II - disponibilizar canal próprio destacado e de fácil acesso para formulação de denúncias sobre conteúdos e contas em operação e envio de pedido de revisão de decisões e consulta, por um prazo mínimo de seis meses, do histórico de interações entre o provedor e o usuário; e

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 dos incisos I, II e III 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 Em caso de provimento do pedido de revisão, as medidas aplicadas devem ser imediatamente revogadas, devendo ser dada publicidade ao equívoco constatado.

### CAPÍTULO III

#### DA TRANSPARÊNCIA EM RELAÇÃO A IMPULSIONAMENTOS E PUBLICIDADE

Art. 16 Os provedores de redes sociais e de mensageria instantânea devem identificar os conteúdos impulsionados e publicitários cuja distribuição tenha sido realizada mediante pagamento ao provedor, 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 o anunciante seja identificado.

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, na forma do Marco Civil da Internet.

Art. 21 A comercialização de publicidade e impulsionamento para divulgação por provedores sediados 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 público, submetendo-se aos princípios da Administração Pública, as contas de redes sociais indicadas como institucionais pelas entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, e pelos seguintes agentes políticos e servidores públicos:

- 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.

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 As contas de que trata o caput não poderão restringir a visualização de suas publicações por outras contas e terão 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 dos agentes e servidores mencionados no caput por meio de suas contas institucionais de redes sociais e do serviço de mensageria instantânea mencionado no art. 14 estão sujeitas às mesmas obrigações de transparência às quais as comunicações oficiais estão submetidas.

§4º Quando da aplicação de termos e políticas de uso próprios 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 seus termos e políticas de uso e o que deu causa à decisão.

§ 5º Caso possua mais de uma conta em uma plataforma, o agente político indicará aquela que representa oficialmente seu mandato ou cargo ao respectivo órgão corregedor, sendo as demais eximidas das obrigações deste artigo.

§ 6º As demais contas referidas no § 5º serão consideradas como institucionais, ainda que não representem oficialmente o agente político ou servidor público, caso contenham, predominantemente, manifestação oficial própria do cargo destes agentes.

§ 7º O órgão corregedor de que trata o § 4º repassará a lista de contas indicadas como institucionais aos provedores de redes sociais no prazo de 60 (sessenta) dias contados da posse do agente ou da criação da conta, o que ocorrer primeiro.

§ 8º 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, à União.

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 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.

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.

## 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, dentro das respectivas previsões orçamentárias, 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 prazo para adoção de medidas corretivas de até 30 (trinta) dias;

II – multa simples, de até 10% (dez por cento) do faturamento do grupo econômico no Brasil no seu último exercício ou, ausente o faturamento, multa de R\$ 10,00 (dez reais) até R\$ 1.000 (mil reais) por usuário cadastrado do provedor sancionado, limitada, no total, a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), por infração;

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 Está sujeito ao duplo grau de jurisdição, não produzindo efeito senão depois de confirmada pelo tribunal, o ato judicial que impuser as sanções dos incisos III e IV do caput deste artigo.

§ 4º Nos casos previstos neste artigo, o juiz determinará a remessa dos autos ao tribunal, haja ou não interposição de recurso próprio.

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; e

XIII – elaborar seu regimento interno.

Parágrafo único. O CGI.br poderá requerer, por ato fundamentado, diretamente aos provedores, informações a respeito das metodologias utilizadas para a detecção de desconformidades que motivaram a intervenção em contas e conteúdos gerados por terceiros, incluindo a exclusão, indisponibilização, redução do alcance, desindexação, sinalização, com o objetivo de identificar vieses e produzir políticas públicas para garantir a liberdade de expressão, observados os segredos comercial e industrial.

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 poderão 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; e

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;

§ 1º A instituição de autorregulação aprovará resoluções e súmulas de modo a regular seus procedimentos de análise.

§ 2º A instituição de autorregulação terá natureza de associação nos termos do Código Civil.

## 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 que seja capaz de comprometer a higidez do processo eleitoral ou que possa causar dano à integridade física e seja passível de sanção criminal.

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

## CAPÍTULO X DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 37 Os provedores serão representados por pessoa jurídica no Brasil, cuja identificação e informações serão facilmente acessíveis nos sítios dos provedores na internet, devendo estes representantes disponibilizar às autoridades que detenham competência legal para sua requisição, nos termos desta Lei, informações cadastrais referentes aos usuários.

Parágrafo único. A representação referida no caput deve ter plenos poderes para:

- I – responder perante as esferas administrativa e judicial;
- II – fornecer às autoridades competentes as informações relativas ao funcionamento, às regras próprias aplicáveis à expressão de terceiros e à comercialização de produtos e serviços do provedor;
- III - cumprir as determinações judiciais; e
- IV – responder a eventuais penalizações, multas e afetações financeiras que a empresa possa incorrer, especialmente por descumprimento de obrigações legais e judiciais.

Art. 38 Os conteúdos jornalísticos utilizados pelos provedores produzidos em quaisquer formatos, que inclua texto, vídeo, áudio ou imagem,

ensejarão remuneração às empresas jornalísticas de direitos de autor, na forma de regulamentação, que disporá sobre os critérios, forma para aferição dos valores, negociação, resolução de conflitos, transparência e a valorização do jornalismo profissional nacional, regional, local e independente.

§ 1º Fica ressalvado do disposto no caput o compartilhamento pelo usuário de Localizador Padrão de Recurso (URL), o uso de hiperlinks para conteúdo jornalístico original e os usos permitidos por limitações e exceções ao direito de autor.

§ 2º Farão jus à remuneração prevista no caput pessoa jurídica, mesmo individual, constituída há pelo menos 12 (doze) meses, contados a partir da data da publicação desta lei, que produza conteúdo jornalístico original de forma regular, organizada, profissionalmente e que mantenha endereço físico e editor responsável no Brasil.

§ 3º Fica garantida a negociação coletiva pelas pessoas jurídicas previstas no § 2º, inclusive as que integrarem um mesmo grupo econômico, junto aos provedores quanto aos valores a serem praticados, o modelo e prazo da remuneração, observada a 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 – 12 (doze) meses, a partir da data de sua publicação, quanto aos arts. 9º, 10 e 18;
- II – 90 (noventa) dias, a partir da data de sua publicação, quanto aos arts. 6º ao 8º, 12 ao 17 e 19 ao 21; e
- III – na data de sua publicação, para os demais dispositivos.

Deputado ORLANDO SILVA  
Relator

2022\_XXXXX