

PROJETO DE LEI N.º DE 2002.
(Do Sr. Ivan Paixão)

Esta lei dispõe sobre a correspondência eletrônica comercial, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei dispõe sobre a correspondência eletrônica comercial, proporciona aos receptores a escolha de parar de receber mensagens eletrônicas comerciais e estabelece sanções administrativas e penais aplicáveis.

Art. 2º Para os efeitos desta lei, considera-se:

I – mensagem eletrônica comercial: qualquer mensagem eletrônica enviada a um receptor cujo propósito seja divulgar ou promover, por propósito comercial, produto ou serviço, incluindo conteúdo de site da internet ou, ainda, à propagação de correntes ou pirâmides;

II – remetente: pessoa que inicia uma mensagem eletrônica comercial;

III - receptor: destinatário de uma mensagem eletrônica comercial;

IV - correntes ou pirâmides: correspondência eletrônica destinada a obtenção de recursos financeiros mediante incentivo para que o receptor reenvie a mensagem a outros usuários da internet.

V – computador protegido: aquele que é usado pelo cidadão comum, por instituição financeira, pelo governo, ou aquele que é utilizado para fins comerciais;

VI – endereço eletrônico: destinação, usualmente expressa por uma seqüência de caracteres, para qual correspondência eletrônica pode ser enviada;

VII – informação do cabeçalho: fonte, destinação e sinalização da rota da informação anexada ao início de mensagem eletrônica, incluindo o nome de domínio e endereço eletrônico originários.

VIII – nome de domínio: qualquer designação alfanumérica registrada ou atribuída por qualquer registrador, estabelecimento de nome de domínio ou outra autoridade de inscrição de nome de domínio como parte de um endereço eletrônico na internet;

IX – transmissão rotineira: transmissão, envio, transmissão em cadeia, manuseio ou armazenagem, através de processo técnico automático, de mensagem eletrônica;

§1º A mensagem eletrônica não deve ser considerada puramente comercial por incluir referência a uma entidade comercial que serve para identificar o remetente ou uma referência ou *link* de *site* da internet operado com propósito comercial.

§ 2º Não se enquadra na definição de remetente a pessoa, inclusive um provedor de acesso a internet, cujo o papel com respeito a mensagem seja limitado a transmissão rotineira da mensagem.

§ 3º Se o destinatário da mensagem eletrônica comercial tiver um ou mais endereços eletrônicos, além daquele ao qual a mensagem for dirigida, será tratado como receptor separado com respeito a cada um desses endereços.

Art. 3º Há direito de liberdade de expressão na Internet.

Art. 4º A mensagem eletrônica comercial não pode conter informação falsa, enganosa ou não obtida legitimamente.

Art. 5º Para iniciar a transmissão de uma mensagem eletrônica comercial a um computador protegido, tal mensagem deve conter, de maneira clara e evidente, para o receptor:

I – a identificação de que a mensagem é uma propaganda ou solicitação;

II – o nome, endereço físico, endereço eletrônico e número de telefone do remetente; e

III – aviso ao receptor sobre a oportunidade de recusa a receber mais mensagens eletrônicas comerciais do remetente.

§ 1º O remetente de uma mensagem eletrônica comercial não solicitada deve manter um endereço eletrônico em funcionamento, através do qual o receptor possa manifestar a recusa de não mais receber mensagens.

§ 2º O remetente, ou qualquer pessoa agindo em seu nome, tem o prazo de 24 horas do recebimento da recusa do receptor para encerrar a transmissão de correspondência eletrônica comercial.

Art. 6º Os provedores de serviços de Internet podem estabelecer uma política sobre a entrada de correspondência eletrônica comercial não solicitada em seus servidores.

Art. 7º A comercialização de listas de endereços eletrônicos, compilações de informações e afins somente é permitida após autorização prévia dos usuários da internet.

Art. 8º O Poder Público designará uma autoridade, a quem caberá:

I - a fiscalização e repressão ao envio indevido de mensagem eletrônica comercial e a comercialização de listas de endereços eletrônicos, compilações de informações e afins;

II – disponibilização de um banco de dados para cadastrar os endereços eletrônicos de usuários que não desejam receber nenhum tipo de correspondência eletrônica comercial.

Parágrafo único Para enviar qualquer mensagem aos endereços constantes do banco de dados do Poder Público, o remetente deverá ter recebido autorização prévia do receptor.

Art. 9º As infrações aos preceitos desta lei constituem crime e sujeitam os responsáveis à pena de reclusão, de um a quatro anos.

Art. 10 As infrações aos preceitos desta lei, independente das sanções de natureza penal e reparação de danos que causarem, sujeitam o infrator à pena de multa de cem a dez mil reais por mensagem enviada, acrescida de um terço na reincidência.

Art. 11 Aplicam-se as normas de defesa e proteção do consumidor vigente no País, naquilo que não conflitar com esta lei.

Art. 12 Esta lei entra em vigor em cento e vinte dias, contados da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Internet, nos últimos anos, revelou-se um poderoso veículo para a divulgação de produtos e serviços, em vista do grande número de usuários de elevado poder aquisitivo e do baixo custo de veiculação de propaganda na rede.

No entanto, o recurso mais explorado pela propaganda na rede tem sido o “spam”, ou seja, o envio de mensagens comerciais não solicitadas de divulgação ou de ofertas de bens e serviços. Esse recurso superlota as caixas postais dos usuários, criando desconforto no uso dos recursos da internet. Estatísticas sugerem que cerca de dois terços das mensagens que trafegam na internet sejam “spam”.

Um exemplo notório e clássico americano foi o “spam” enviado pela CyberPromotions à AOL. Foram 1,8 milhões de correios eletrônicos diários até o início de um processo judicial. Considerando que um usuário típico da AOL leve 5 segundos para identificar e descartar a mensagem, já se foram 5.000 horas por dia de conexão por dia desperdiçados com spam, apenas neste caso. Em contraste, o spammer (autor do spam) não deve ter gasto R\$ 100,00 por dia para o envio de sua publicidade.

No Brasil, praticamente não existe legislação e nenhum órgão que regulamente ou puna este tipo de prática. O texto ora oferecido regula a matéria, estabelecendo limites ao envio de mensagens eletrônicas comerciais, tendo como bases as melhores legislações do direito comparado.

Estou certo, pela relevância da medida ora proposta, e em face das razões aqui expostas, que, com o indispensável apoio dos eminentes pares, será o presente projeto convertido afinal em lei.

Sala das Sessões, em de de 2002.

Deputado IVAN PAIXÃO
PPS/SE