

PARECER Nº , DE 2008

Da COMISSÃO DE EDUCAÇÃO, CULTURA E ESPORTE, sobre o Projeto de Lei do Senado nº 367, de 2003, que *coíbe a utilização de mensagens eletrônicas comerciais não solicitadas por meio de rede eletrônica*, o Projeto de Lei do Senado nº 21, de 2004, que *disciplina o envio de mensagens eletrônicas comerciais*, e o Projeto de Lei do Senado nº 36, de 2004, que *dispõe sobre mensagens não solicitadas no âmbito da rede mundial de computadores (Internet)*.

RELATOR: Senador EDUARDO AZEREDO

I – RELATÓRIO

Vêm a esta Comissão, em tramitação conjunta, o Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 367, de 2003, que *coíbe a utilização de mensagens eletrônicas comerciais não solicitadas por meio de rede eletrônica*, o PLS nº 21, de 2004, que *disciplina o envio de mensagens eletrônicas comerciais*, e o PLS nº 36, de 2004, que *dispõe sobre mensagens não solicitadas no âmbito da rede mundial de computadores (Internet)*.

A tramitação conjunta deu-se em atendimento ao Requerimento nº 1.517, de 2004, de autoria do Senador Antonio Carlos Valadares. A matéria foi inicialmente distribuída à Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania e, em decisão terminativa, à então Comissão de Educação, atualmente Comissão de Educação, Cultura e Esporte (CE).

Os projetos serão encaminhados também à Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT), em decorrência da aprovação do Requerimento nº 714, de 2007, subscrito pelo Senador

Wellington Salgado de Oliveira, que ressaltou se incluírem as proposições no âmbito da competência daquela Comissão, criada em fevereiro de 2007. Em virtude do despacho favorável, a análise nesta CE perde o caráter terminativo.

Na CCJ, onde tivemos a oportunidade de relatar a matéria, foi aprovado voto favorável ao PLS nº 21, de 2004, nos termos de substitutivo, declarando-se prejudicados os PLS nº 367, de 2003, e nº 36, de 2004.

PLS nº 367, de 2003

O PLS nº 367, de 2003, de autoria do Senador Hélio Costa, define como mensagens eletrônicas de caráter comercial aquelas que tenham como finalidade a divulgação de produtos, marcas e empresas ou endereços eletrônicos, ou a oferta de mercadorias ou serviços, a título oneroso ou não. A iniciativa disciplina o envio das mensagens comerciais originadas no território nacional e enviadas a computadores instalados no País.

O projeto dispõe que essas mensagens somente poderão ser enviadas uma única vez ao destinatário, a menos que este manifeste prévio e expresso consentimento quanto ao envio de mensagens posteriores. Ademais, elas deverão conter, de forma clara, identificação da sua natureza e finalidade publicitária, bem como o nome e o endereço do remetente.

A proposição assegura aos usuários de serviço de correio eletrônico o direito de bloquear a recepção de mensagens não solicitadas, incumbindo os provedores de acesso de tomar, dentro de 24 horas a contar da solicitação, as medidas necessárias à satisfação desse direito, sem cobrança de taxas de qualquer natureza.

O descumprimento dos preceitos estabelecidos sujeitará o responsável à multa de R\$ 500,00, acrescida de um terço, no caso de reincidência.

PLS nº 36, de 2004

O PLS nº 36, de 2004, de autoria do Senador Antonio Carlos Valadares, exige a devida rotulagem das mensagens eletrônicas comerciais, mediante a aposição dos descritores PUBL e PUBL ADULTO, no caso de conteúdo impróprio para crianças e adolescentes. Da mesma forma, torna obrigatória a correta identificação do remetente.

A iniciativa veda a manutenção, por parte dos proprietários de bancos de dados eletrônicos, de dados dos destinatários que tenham optado por deixar de receber mensagens e institui a responsabilidade solidária do remetente direto das mensagens e de quem o tenha contratado para enviá-las.

Permite, em princípio, o envio de mensagens eletrônicas comerciais não solicitadas, estabelecendo, todavia, que tais mensagens deverão conter mecanismo que permita ao destinatário optar por não mais recebê-las (sistema *opt-out*).

A proposição prevê a criação de um cadastro nacional de endereços de usuários que não desejam receber mensagens, uma lista de *no-spam* total ou parcial (temático), a ser gerenciado pelo mesmo órgão encarregado do Cadastro Nacional de Registro de Identificação Civil, criado pela Lei nº 9.454, de 7 de abril de 1997. Proíbe o envio de mensagem eletrônica comercial aos endereços constantes dessa base de dados.

PLS nº 21, de 2004

O PLS nº 21, de 2004, do Senador Duciomar Costa, define mensagem eletrônica comercial como toda mensagem que possua objetivos comerciais ou publicitários de bens ou serviços e que seja enviada a mais de quinhentos usuários em um período de até 96 horas.

O projeto permite o envio de tais mensagens apenas aos chamados usuários consencientes, definidos como aqueles que solicitaram ou aceitaram, expressamente, seu recebimento. Nessa categoria incluem-se

também os usuários que mantiveram relação comercial com o remetente e não manifestaram oposição ao recebimento desse tipo de mensagem. Em tais casos, é obrigação do remetente colocar à disposição do destinatário, tanto durante a transação comercial como em cada mensagem eletrônica subsequente, mecanismo gratuito, simples e eficaz que permita a opção pelo não recebimento dessas mensagens.

A proposição prevê, no seu art. 4º, a obrigação do remetente de mensagem eletrônica comercial de nela fazer constar: seus endereços físico e de IP (Protocolo de Internet), a URL (*Uniform Resource Locator*), o propósito da mensagem, a origem da base de dados pessoais utilizada para envio da mensagem e mecanismo eletrônico eficaz, simples e gratuito para exercício do direito de não-recebimento de mensagens do remetente.

Assegura ao proprietário de caixa postal eletrônica o direito de bloquear o recebimento de mensagens de determinado remetente, com ou sem ajuda de seu provedor, e de optar por não mais recebê-las.

No art. 6º, tipifica a conduta de usar meios que impeçam ou dificultem a identificação do remetente ou o bloqueio automático de suas mensagens eletrônicas, aí incluídos a ocultação ou falseamento de informação que possibilite identificar a origem ou o roteamento da mensagem, à qual é cominada pena de reclusão, de um a cinco anos, e multa. O parágrafo único do mesmo artigo destina vinte por cento do valor da fiança recolhida por ocasião da prisão do infrator a quem tenha fornecido informações suficientes para sua identificação e indiciamento.

No art. 7º, impõe aos proprietários de bancos de dados de endereços eletrônicos o dever de excluir dos bancos os dados de quem tenha optado por não mais receber mensagens e a vedação de fornecimento desses dados a terceiros, sem o consentimento expresso dos respectivos titulares.

Nos arts. 8º e 9º, prevê multas no valor de R\$ 500,00, acrescidas de um terço em caso de reincidência, nas seguintes hipóteses: envio de mensagem eletrônica comercial a destinatário não consenciente e violação de

qualquer das disposições veiculadas nos arts. 4º a 7º, calculada a pena por titular de dados atingido ou mensagem enviada.

No art. 10, estipula ser solidariamente responsável por violações à lei a entidade que contratar serviços de propaganda, publicidade ou marketing direto, salvo quando houver formalmente desautorizado o envio de mensagens não solicitadas.

Substitutivo aprovado na CCJ (ao PLS nº 21, de 2004)

O substitutivo aprovado na CCJ visa a disciplinar o envio de mensagens eletrônicas não solicitadas em geral. No art. 2º, define mensagem eletrônica e mensagem eletrônica não solicitada. Define também destinatário consciente, que é aquele que a) solicitou o envio de mensagens eletrônicas ou nele consentiu expressamente, ou b) após contato social ou comercial, não se manifestou contra o recebimento de mensagens eletrônicas, tendo tido a opção de fazê-lo.

No art. 3º, o substitutivo veda o envio de mensagens eletrônicas não solicitadas.

No art. 4º, obriga a inclusão, de forma clara, em toda mensagem eletrônica, do endereço físico ou eletrônico do remetente, e de mecanismo eletrônico eficaz para optar pelo não-recebimento de mensagens adicionais daquele remetente.

No parágrafo único do art. 4º, requer que, no caso de coleta de dados, seja explicitada a ação e os dados que serão coletados, bem como a utilização pretendida.

No art. 5º, proíbe o envio de mensagens a endereços de correio eletrônico obtidos por meio de coleta automática de endereços na internet.

No art. 6º, dispõe que os proprietários de bancos de dados de endereços eletrônicos só poderão divulgar ou colocar à disposição de

terceiros informações pessoais que constem desses bancos com o prévio e expresso consentimento das pessoas a que tais informações se referem.

No art. 7º, impõe a multa do art. 57 do Código de Defesa do Consumidor, calculada por ofendido, com valores variando entre R\$ 50,00 e R\$ 1.000,00, a quem violar o disposto nos arts. 3º, 4º e 6º da proposição, sem prejuízo das ações previstas no Título III daquele Código. No art. 7º, § 1º, torna solidariamente responsável pelos danos a entidade prestadora dos serviços anunciados nas mensagens, a qual incorre nas mesmas penas que o remetente.

No art. 7º, § 2º, especifica os elementos a ser considerados na graduação da pena, a saber: o total de mensagens enviadas, a reincidência, o dano causado e a vantagem aferida pelo remetente.

No art. 8º, acrescenta parágrafo ao art. 299 do Código Penal, que define falsidade ideológica, para punir quem usar meios que impeçam ou dificultem a identificação do remetente ou o bloqueio automático de mensagens eletrônicas, ou nelas inserir declaração falsa ou diversa da que deveria constar, com o fim de impossibilitar a identificação da origem ou o rastreamento da mensagem.

Nos art. 9º e 10, dispõe que a defesa das vítimas do envio indevido de mensagens eletrônicas poderá ser exercida em juízo individualmente ou a título coletivo, definido este último conforme os arts. 81, III, e 82 do Código de Defesa do Consumidor.

Finalmente, no art. 11, concede sessenta dias para o início da vigência das disposições ali constantes.

II – ANÁLISE

Os projetos sob exame têm o objetivo comum de disciplinar o envio de mensagens eletrônicas comerciais não solicitadas, conhecidas como *spam*, sendo que o substitutivo aprovado na CCJ visa a disciplinar o envio de mensagens eletrônicas não solicitadas de qualquer natureza. O *spam* vem crescendo de forma acelerada, e impõe sobrecarga considerável à capacidade de transmissão e de processamento dos operadores de rede de computadores e dos provedores de acesso, ao tempo em que lota as caixas postais eletrônicas e atormenta os proprietários destas. Além disso, freqüentemente serve como vetor de programas malévolos portadores de vírus, cavalos de tróia e espões.

Faz-se claramente urgente, portanto, a adoção de medidas que disciplinem o envio de *spam*. Atualmente, são utilizados dois sistemas para tratar do problema. No sistema *opt-out*, adotado nos EUA e no Japão, o envio de mensagens não solicitadas é permitido até o momento em que o destinatário manifeste oposição ao recebimento dessas mensagens. Já no sistema *opt-in*, adotado pela Comunidade Européia, pela Austrália, pelo Canadá, as mensagens eletrônicas só podem ser enviadas a destinatários que tenham dado o seu consentimento nesse sentido. No *opt-out*, há a nítida desvantagem para o destinatário de que a ele cabe o ônus de tomar a iniciativa de manifestar sua oposição; se ele nada fizer, poderá receber mensagens comerciais.

O sistema *opt-in* demonstra respeito com a figura do consumidor, e deve ser a escolha do Brasil. Não trará prejuízos ao *marketing* direto, mas, ao contrário, poderá resgatar o correio eletrônico como ferramenta legítima de divulgação de produtos e serviços. Ao enviar mensagens somente para destinatários que se mostrarem dispostos a recebê-las, as empresas não serão confundidas com remetentes de *spam* e, como tal, evitarão possíveis riscos à imagem. Suas campanhas de *marketing* eletrônico serão muito mais eficazes, vez que voltadas a endereços eletrônicos válidos, ativos e detidos por usuários interessados em receber informações sobre os produtos e serviços ofertados pelo remetente.

O substitutivo ao PLS nº 21, de 2004, que apresentamos perante a CCJ, trazia análise exaustiva do PLS nº 367, de 2003, do PLS nº 21, de 2004, e o PLS nº 36, de 2004. Não só examinava os aspectos de constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa, mas detinha-se, também, minuciosamente, nas questões técnica e de mérito, relevantes e apropriadas para a discussão a ser travada no âmbito desta Comissão de Educação, Cultura e Esporte. O nosso entendimento sobre a matéria continua o mesmo, e a proposição substitutiva continua a ser a tradução desse entendimento. Desse modo, transcrevemos, a seguir, por apropriado, a argumentação, na sua quase integralidade, com que fundamentamos aquele nosso substitutivo:

“No art. 2º, inciso II, o PLS nº 21 restringe o alcance do conceito de mensagem eletrônica comercial àquelas que foram enviadas a partir de computadores instalados no Brasil. Não vemos motivo para estabelecer tal limitação. Poderá ela, inclusive, servir como estímulo para que os remetentes de *spam* utilizem-se de servidores sediados em outros países para o envio de suas mensagens, vez que assim se tornarão legítimas, pois expressamente excluídas da proibição que se procura estabelecer. Impende ressaltar que não se deve confundir a dificuldade ou impossibilidade de exercer efetiva jurisdição sobre remetentes de *spam* sediados fora do território nacional, com o impedimento à regulamentação dos efeitos que suas condutas causam internamente.

(...)

Tampouco entendemos pertinente estabelecer, nessa mesma definição, a restrição para a mensagem eletrônica não solicitada apenas para aquelas de natureza comercial. Entendemos também impertinente definir um limite quantitativo para que uma mensagem seja considerada como não solicitada. Isto porque a restrição da natureza da mensagem e o limite do volume podem ser facilmente manipulados pelo remetente, tornando legítima a prática do *spam*.

Além disso, o destinatário de tais mensagens restaria desprotegido, pois não teria amparo jurídico para obstar o recebimento dessas mensagens. Para que a lei pudesse socorrê-lo, teria de provar que a mensagem era de natureza comercial e ultrapassara o limite de envio estabelecido.

Procurou-se tornar mais simples a definição de usuário consenciente. Em especial, suprimiu-se o prazo máximo de dezoito meses, contados da última transação comercial, para que o remetente possa enviar mensagem a seu cliente ou seu contato, mesmo sem prévio consentimento deste. Entendemos que ele funcionaria como um estímulo ao envio dessas mensagens, pois o remetente teria incentivos para remetê-las o quanto antes possível, para proteger-se contra a “decadência” desse direito.

No art. 4º da proposição, onde são definidos os elementos de cada mensagem enviada, limitamos a apresentação do endereço físico ou endereço eletrônico apenas do remetente e excluimos a apresentação da origem da base de dados, porque podem ofender o sigilo dos contratos. Substituímos a expressão “endereço de IP (Protocolo de Internet) ou endereço URL (*Uniform Resource Locator*) do remetente”, pela “endereço eletrônico do remetente” para mantermos a neutralidade tecnológica, reconhecida como fator de longevidade para a norma (...).

O art. 5º da proposição confere ao usuário de serviço de correio eletrônico o direito de, com ou sem ajuda de seu provedor, bloquear o recebimento de *spam*. Tal previsão afigura-se desnecessária, visto que não se pode interpretar a ordem jurídica vigente como se estivesse a obrigar o destinatário a receber essas mensagens. Além disso, poder-se-á questionar os bloqueios feitos antes da entrada em vigor da lei, sob o argumento de que esse direito só se configura com a edição da norma.

Parece-nos que a pena cominada para a figura delituosa do art. 6º é excessiva, à luz do ordenamento penal vigente, em desatendimento ao princípio da proporcionalidade. De fato, é idêntica à do estelionato e superior à de crimes como o furto (um a quatro anos de reclusão) e o dano qualificado (seis meses a três anos de detenção), a despeito de tais figuras poderem gerar lesão maior que a da que se pretende positivar.

Ademais, a regra introduzida pelo parágrafo único do mesmo art. 6º, a despeito de seu bom propósito, pode servir de incentivo à prática de ilícitos, na medida em que premia a atividade dos *hackers*. Ora, no afã de descobrir os autores do crime, o caçador de recompensas estará, em muitos casos, invadindo a intimidade alheia. E um delito não deve servir de justificativa para outro. Além disso, é tradição no Direito pátrio que a fiança se destine ao custeio das despesas processuais, sendo insólito haver na conta de despesa processual esse tipo de recompensa. Melhor, portanto, deixar a tarefa a cargo dos órgãos próprios de investigação, a polícia e o Ministério Público.

Quanto ao art. 7º, entendemos que o só fato de o destinatário optar por não mais receber mensagens comerciais de um remetente não constitui razão suficiente para obrigá-lo a excluir de seus bancos de dados todas as informações relativas àquele. Nem o Código de Defesa do Consumidor prevê tal obrigação. O problema reside no mau uso das informações lícitamente obtidas, o que é objeto da vedação inserta no mesmo artigo. Sendo assim, entendemos que deve ser mantida somente a proibição de cessão dos dados, sem consentimento do titular, a terceiros.

Ainda com relação ao art. 7º, a fim de que os direitos autorais envolvidos não se confundam com a disposição sobre informações pessoais, substituímos a expressão *titulares dos dados* por *pessoas a que tais informações se referirem*.

No tocante aos arts. 8º e 9º do projeto, havemos por bem reuni-los em um só dispositivo, para tornar mais sistemática a redação, haja vista tratarem da multa aplicada aos que infringirem os comandos dos arts. 3º, 4º e 7º. Outrossim, a nova redação que apresentamos deixa claro tratar-se de sanção administrativa, independente de ações judiciais previstas no Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Creemos também ser mais apropriado o critério de cálculo da multa do CDC, que deixa a graduação da multa a cargo da autoridade administrativa, a qual deverá atentar para a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do infrator. Firmes no entendimento de que devemos ter uma lei efetiva, acolhemos sugestão de que a graduação da multa seja balizada pelos seguintes critérios objetivos:

- a) a quantidade de mensagens enviadas;
- b) a reincidência do envio;
- c) os prejuízos causados às redes de comunicação e às redes de computadores;
- d) a extensão do dano experimentado pela(s) vítima(s);
- e) o benefício auferido pelo remetente do *spam*.

Por tais motivos, fazemos remissão ao art. 57 do CDC, para submeter a multa aos *spammers* ao mesmo regime das multas da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor – CDC), inclusive quanto ao destino dos valores recolhidos, que será o Fundo de Defesa dos Interesses

Difusos. Houvemos por bem fixar no próprio artigo apenas os valores mínimo e máximo.

Em relação à conduta tipificada no art. 6º do PLS 21, de 2004, cabe ressaltar já se encontrar ela tipificada no art. 299 do Código Penal, como falsidade ideológica:

“Falsidade ideológica

Art. 299. Omitir, em documento público ou particular, declaração que dele devia constar, ou nele inserir declaração falsa ou diversa da que deveria ser escrita, com o fim de prejudicar direito, criar obrigação ou alterar a verdade sobre fato juridicamente relevante.

Pena – reclusão de um a cinco anos, e multa, se o documento é público, e reclusão, de um a três anos, e multa, se o documento é particular”.

Assim, com o intuito de contribuir à convicção do Juiz, optamos por simplesmente emendar o dispositivo citado, bem como estabelecer o que deveria constar na mensagem eletrônica. Acrescentamos parágrafo, estatuinto que o disposto no *caput* alcança a conduta de usar meios que impeçam ou dificultem a identificação do remetente ou o bloqueio automático de mensagens eletrônicas.

Também entendemos pertinente transformar em parágrafo do art. 8º a norma do art. 10, submetendo às mesmas multas a entidade que contratar serviços de propaganda, publicidade ou *marketing* direto, quando não houver formalmente desautorizado a prática, por parte da contratada, de condutas vedadas pela lei. Quanto à responsabilidade solidária, a redação que propomos evidencia que ela se refere aos danos originados da conduta ilícita e não à imputação da multa, que, por óbvio, é individual.

E novamente para que tenhamos uma lei efetiva, acatamos sugestão recebida de que a matéria possa ser tutelada pelo Ministério Público, estipulando nos arts. 9º e 10 que a defesa dos interesses e direitos das vítimas do envio de mensagens eletrônicas não solicitadas poderá ser exercida em juízo individualmente ou a título coletivo. Ao envio de mensagens eletrônicas não solicitadas estendemos a tutela coletiva de direitos nos termos dos arts. 81, III, e 82 do Código de Defesa do Consumidor.

Por fim, entendemos que a abrangência da norma recomenda a adoção de *vacatio legis*, para as necessárias adaptações ao novo regime legislativo. Assim, apresentamos cláusula de vigência, dispondo que a lei entrará em vigor sessenta dias após a sua publicação.”

Reiteramos perante esta Comissão a posição que apresentamos no âmbito da CCJ, pelos motivos explicitados na transcrição acima. Entendemos que o substitutivo representa um aperfeiçoamento das iniciativas propostas, e que, por um lado, concilia as necessidades de divulgação comercial e, por outro, o direito à privacidade insculpido na Carta Magna, respeitando a ambos.

III – VOTO

Diante do exposto, votamos pela **aprovação** do Projeto de Lei do Senado nº 21, de 2004, e pelo aproveitamento parcial do Projeto de Lei do Senado nº 367, de 2003 e do Projeto de Lei do Senado nº 36, de 2004, nos termos do substitutivo aprovado no âmbito da Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania.

PROJETO DE LEI DO SENADO Nº 21 (SUBSTITUTIVO), DE 2004

Disciplina o envio de mensagens eletrônicas não solicitadas.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei disciplina o envio de mensagens eletrônicas não solicitadas.

Art. 2º Para os efeitos desta Lei, são utilizados os seguintes conceitos:

I – mensagem eletrônica é a mensagem enviada no âmbito de uma rede de computadores ou da rede mundial de computadores (Internet);

II – mensagem eletrônica não solicitada é toda mensagem eletrônica enviada para destinatário não consenciente, e que, independentemente de sua finalidade, seja enviada de forma massificada, com conteúdo uniforme ou praticamente uniforme;

III – destinatário consenciente é aquele que:

a) solicitou ao remetente ou consentiu, de forma expressa, que este lhe enviasse mensagens eletrônicas;

b) tendo mantido contato social ou relação comercial prévia com o remetente, não manifestou oposição ao recebimento de mensagens eletrônicas, desde que, no momento do contato social ou da relação comercial, e em todas as mensagens subseqüentes, tivesse à disposição mecanismo eficaz, simples e gratuito, pelo qual pudesse exercer a opção pelo não-recebimento de mensagens eletrônicas desse remetente.

Art. 3º É proibido o envio de mensagens eletrônicas não solicitadas.

Art. 4º O remetente de mensagem eletrônica é obrigado a apresentar, de forma clara e compreensível, em cada mensagem que enviar, os seguintes elementos:

I – endereço físico ou endereço eletrônico do remetente;

II – mecanismo eletrônico eficaz pelo qual o destinatário possa facilmente exercer o direito de não mais receber mensagens daquele remetente.

Parágrafo único. No caso de coleta de dados do destinatário, deverá ser exibida declaração, de forma proeminente e compreensível, antes e durante o momento de coleta de informações, explicando quais dados pessoais serão coletados, quem os coletará, a maneira como serão coletados e

utilizados, explicitado o uso de arquivos de armazenamento ou de outros mecanismos de rastreamento.

Art. 5º É proibido o envio de mensagens eletrônicas a endereços eletrônicos obtidos a partir da utilização de programas de computador geradores de endereços de correio eletrônico, ou a partir da coleta automática de endereços de correio eletrônico feita em páginas da Internet.

Art. 6º Os proprietários de bancos de dados de endereços eletrônicos não poderão divulgar ou colocar à disposição de terceiros quaisquer informações pessoais que constem de tal banco de dados sem o prévio e expresso consentimento das pessoas a que tais informações se referem.

Art. 7º Sem prejuízo das ações previstas no Título III da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), fica sujeito à multa do art. 57 da mesma Lei, calculada por ofendido:

I – no valor mínimo de cinquenta e máximo de quinhentos reais, quem infringir o art. 3º desta Lei;

II – no valor mínimo de cinquenta e máximo de cem reais, quem deixar de atender qualquer das exigências do art. 4º, quando o ato não constituir infração ao art. 3º desta Lei;

III – no valor mínimo de quinhentos e máximo de mil reais, quem infringir o disposto no art. 6º desta Lei.

§1º - Fica sujeita à multa do *caput*, bem como é solidariamente responsável pelos danos causados aos ofendidos, a entidade que contratar serviços de propaganda, publicidade ou mala direta, quando o prestador dos serviços praticar qualquer das condutas vedadas nesta Lei.

§2º - Para a graduação da multa, a gravidade do envio das mensagens eletrônicas não solicitadas considerará os seguintes elementos:

- a) a quantidade de mensagens enviadas;
- b) a reincidência do envio;
- c) os prejuízos causados às redes de comunicação ou de computadores, ou ambas;
- d) a extensão do dano sofrido;
- e) a vantagem auferida pelo remetente pelo envio.

Art. 8º O art. 299 do Decreto-Lei nº 2.848, 7 de dezembro de 1940 (Código Penal), passa a vigorar renumerando-se o parágrafo único para §1º e acrescido de §2º com a seguinte redação:

“Falsidade Ideológica

Art.299

§2º - Incorre na mesma pena quem usar meios que impeçam ou dificultem a identificação do remetente ou o bloqueio automático de mensagens eletrônicas, ou nelas inserir declaração falsa ou diversa da que deveria constar, com o fim de impossibilitar a identificação da origem ou o rastreamento da mensagem”.(NR)

Art. 9º A defesa dos interesses e direitos das vítimas do envio indevido de mensagens eletrônicas poderá ser exercida em juízo individualmente ou a título coletivo.

Art. 10 Aplica-se ao envio de mensagens eletrônicas a tutela coletiva de direitos estabelecida nos arts. 81, III, e 82 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

Art. 11 Esta Lei entra em vigor após decorridos sessenta dias de sua publicação oficial.

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relator