

Manifesto: PL das Fake News é Retrocesso Digital

As associações da economia digital que subscrevem este manifesto expressam extrema preocupação com o PL 2630/2020, que pretende instituir a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet.

O Projeto, embora tenha intuito nobre e procure endereçar preocupações legítimas, subestima o valor da participação multisetorial no debate e, da forma como proposto, pode ter efeitos contrários aos pretendidos, pois dificulta o combate às fake news ao propor a rastreabilidade para serviços de mensageria, burocratizar e encarecer a moderação, colocando em risco direitos fundamentais e a própria capacidade de inovação e desenvolvimento econômico no ambiente online.

Destacamos alguns pontos de atenção, em especial, relacionados ao combate à **desinformação**, à **liberdade de expressão**, à **privacidade**, à **proteção de dados pessoais**, à **segurança online**, à **inovação** e à **liberdade econômica**.

DESTACAMOS 09 PONTOS DE ATENÇÃO SOBRE O PL:

1 Equipara Equivocadamente Plataformas e Tecnologias Dísparas e Impede o Acesso à Informação (Art. 1º)

O texto é subjetivo com relação a definição conceitual de provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada, abrindo possibilidades de **interpretações diversas** sobre o tema. Erra ao impor às redes sociais, aplicações de mensageria e plataformas de vídeo as mesmas obrigações, ignorando que são **ferramentas completamente distintas**. Mais ainda, foca em algumas tecnologias e soluções muito específicas, desconsiderando totalmente a **velocidade da evolução do setor** e a **natureza de cada tipo de plataforma**.

O texto ainda amplia essa **abordagem errática** ao incluir os mecanismos de busca e plataformas digitais de intermediação de serviços entre empresas e consumidores, no rol das aplicações objeto da proposta, desconsiderando assim que eles apenas indexam **conteúdo publicado livremente na web**, um dos princípios básicos de funcionamento da Internet.

Portanto, o texto proposto vai na **direção contrária ao objetivo** que anuncia, de combate à disseminação de informações falsas, pois pode resultar na **redução do acesso a fontes diversas de informação** disponível na web que se dá justamente através dos mecanismos de busca, além de submeter tais mecanismos a critérios estatais de ordenação de seus resultados.

2 Definição do Conceito Perfilamento (Art. 5º)

A definição de "perfilamento" contida no art. 5º se confunde com o conceito de tratamento de dados pessoais, o que pode ter **como consequência uma série de responsabilidades** e obrigações excessivas a qualquer agente de tratamento de dados pessoais

3 Proibição de Publicidade Direcionada (Art. 7º)

Os parágrafos incluídos no novo Substitutivo tornam **inviável e ilegal a atividade econômica da publicidade direcionada**, que hoje é **exercida de forma regular** e de acordo com ordenamentos como **Marco Civil da Internet e LGPD**. A publicidade digital é hoje o **principal canal de investimento de mídia no Brasil**: somente em 2020, movimentou R\$**23 bilhões**, sendo **90%** deste investimento destinado a anúncios segmentados. Nesse sentido, é inegável que o setor, além de **criar milhares de empregos**, promove inúmeros benefícios para a sociedade.

4 Deixa o Ambiente Online Mais Perigoso (Art. 15)

O texto prevê diversas obrigações que geram risco à segurança ao **engessar a remoção de conteúdo nocivo**. A burocratização da atuação dos provedores imposta pelo PL, tornando as plataformas em uma **Corte Online**, pode gerar a **perpetuação de conteúdos nocivos** - como os de fake news relacionadas à pandemia do vírus COVID-19, de desinformação sobre o sistema eleitoral ou as instituições políticas brasileiras, de discurso de ódio relacionado a gênero ou de graves violações de direitos de crianças e adolescentes.

O PL acaba incentivando (i) a **manutenção de conteúdo tóxico online** e (ii) a **multiplicação de ações judiciais** questionando o processo de moderação, prejudicando sobremaneira a **segurança do ambiente online**.

5 Cria Barreiras à Publicidade Online (Arts. 16 a 21)

O texto representa um forte **retrocesso** ao desincentivar os anúncios digitais ao exigir **informações excessivamente detalhadas** dos anunciantes, que não são exigidas em nenhum outro ambiente publicitário e que não contribuem concretamente ao combate às fake news.

A publicidade digital é um dos pilares que permitiu o desenvolvimento da internet livre e aberta. É ela que ajuda a financiar muitos dos serviços inovadores e gratuitos oferecidos pelas empresas de tecnologia. O PL exige tanta informação que acaba **desestimulando o ecossistema de anúncios digitais**, diminuindo o avanço da **internet aberta** e dos **espaços dos pequenos negócios**, que contam com a internet para se recuperar da crise causada pela pandemia.

A coleta e guarda de identidade de todo e qualquer anunciante também tem impacto econômico negativo porque impõe **processos complexos aos pequenos negócios**, que usam anúncios digitais para dar visibilidade a seus serviços. A exigência **viola** todos os **marcos legais de proteção de dados**, como a **Lei Geral de Proteção de Dados**, e o **sigilo de negócio** das empresas.

O art. 21 **ignora o caráter global** sob o qual a internet funciona e como os fluxos de mídia programática. Da forma como está, o Brasil ficaria excluído do desenvolvimento da mídia digital. Também, afeta o recebimento de investimentos, bem como os pequenos anunciantes que utilizam tecnologias estrangeiras, que podem ser mais acessíveis e até mais baratas.

6 Reduz a Diversidade de Notícias nas Plataformas Online (Art. 38)

O texto altera a sistemática da legislação autoral sem o devido debate e sem tratar do tema com a necessária clareza e minúcia. Em que pese a intenção de criar incentivo econômico ao mercado bilionário do jornalismo profissional, o texto pode ter o efeito contrário, **prejudicando pequenos veículos e a diversidade de conteúdo online**, o que acabará minando os esforços em prol do combate à desinformação.

Na prática, a **exigência generalista** de que provedores de aplicação remunerem os autores pelo conteúdo utilizado pode **obrigar as plataformas a remunerar conteúdo duvidoso**, incentivando a circulação de informação nociva.

Ao exigir o pagamento pela exibição de conteúdo jornalístico, o texto premia a notícia, e não a qualidade do conteúdo ou o trabalho jornalístico por trás disso. Da forma como funcionam hoje, as plataformas tornam o **acesso à informação mais democrático**, pois levam usuários para sites de notícias milhões de vezes por dia, **sem qualquer custo** para as empresas jornalísticas. Isso possibilita que os pequenos sites ampliem sua audiência e seus negócios ao exibir anúncios dentro de seus sites e também ao oferecer assinaturas.

7 Divulga Informações Sensíveis Desproporcionalmente (Art. 9º e 18)

Sob o pretexto de promover maior transparência sobre as práticas de moderação de conteúdo, de impulsionamento de conteúdos e de publicidade nas redes sociais, o texto exige a disponibilização de uma **quantidade excessiva de informações** - como critérios de operação, grau de acurácia e mecanismos para monitoramento, mensuração e controle de vieses sobre a moderação automatizada.

As imposições são **desproporcionais** e tendem a desencorajar a inovação e o desenvolvimento econômico, pois representam violação aos necessários segredos comercial e industrial dessas ferramentas. A disponibilização de informações comerciais sensíveis **prejudica a livre concorrência** e todo o **ambiente de inovação e desenvolvimento da economia digital no país**.

8 Estimula a Coleta Indiscriminada de Dados e a Exposição dos Titulares (Art. 13 e art. 39)

A proposta acaba incentivando a **coleta ampla e desproporcional de dados pessoais** para além do necessário ao funcionamento do serviço, em claro descompasso com o previsto na Lei Geral de Proteção de Dados (princípio da necessidade) e todas as normas e melhores práticas internacionais.

Na prática, a proposta **põe em xeque** as **salvaguardas processuais** existentes para assegurar a **proteção de dados pessoais, a privacidade e os segredos de negócio**. O texto chega a subverter a lógica da preservação de dados e das investigações criminais, pondo em risco a privacidade de milhares de brasileiros sob a justificativa de colaborar com eventuais investigações futuras.

Sequer se verifica a existência de situações que justificariam tamanhas intervenções na privacidade das pessoas. A experiência concreta demonstra que os **parâmetros definidos pelo Marco Civil da Internet** têm sido bem sucedidos e **permitem a atuação exitosa** das forças policiais e do Ministério Público no combate a ilícitos online.

9 Desestimula o Acesso de Novos Players, inclusive Estrangeiros (Art. 37)

O texto obriga agentes econômicos a possuírem representação legal no Brasil acarretando **aumento de custos** e de **barreiras de acesso**, fechando o Brasil para todos os benefícios decorrentes da existência de uma economia globalizada e prejudicando o cidadão comum.

Dada a **natureza mutável da internet**, e o constante surgimento de novas plataformas e aplicações, é essencial que a legislação não impeça os usuários brasileiros de acessar **serviços inovadores de startups estrangeiras**, que poderão não reunir recursos para atender a essa exigência.

Mais ainda, o texto desestimula a abertura escritórios locais no país ao infringir uma **carga extra de imposições legais** àquelas empresas que aqui possuam representação legal, contribuindo assim para o conhecido **Custo Brasil** e desestimulando o investimento de capital voltado para empresas de base tecnológica e crescimento acelerado, também conhecidas como startups.

ABA - Associação Brasileira de Anunciantes

ABO20 – Associação Brasileira Online to Offline

ALAI – Associação Latino-Americana de Internet

AMOBITEC - Associação Brasileira de Mobilidade e Tecnologia

ASSESPRO – Federação das Associações das Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação

Camara-e.net – Câmara Brasileira da Economia Digital

FecomercioSP

IAB Brasil

MBC - Movimento Brasil Competitivo