

6 de dezembro de 2021

## **A ALAI faz um apelo ao aprofundamento do debate acerca do PL 2630/2020 visando o aprimoramento do texto, que ainda mantém diversos pontos polêmicos.**

Nas últimas semanas, a discussão do projeto de lei n. 2630 de 2020, também conhecido como PL Fake News, avançou no grupo de trabalho criado na Câmara dos Deputados para esse fim, o GTNet.

Foram produzidas várias versões do PL, algumas delas introduzindo alterações muito significativas em relação às versões anteriores sem discussão prévia, o que tem dificultado a sua análise e a possibilidade de submeter propostas alternativas à devida consideração.

O GTNet foi além do que costuma fazer um grupo de trabalho deliberando um relatório, o que deveria ser feito em uma Comissão Especial criada sob diferentes parâmetros de representação político-partidária.

Os esforços dos membros do GTNet, e o tempo que dedicaram a essa tarefa árdua, são altamente valorizados e respeitados. No entanto, entendemos que o grupo de trabalho deveria avançar com uma proposta principiológica e tecnicamente neutra. Adicionalmente, sua atuação deveria se dar de forma mais transparente, possibilitando assim que as sugestões apresentadas em cada novo relatório pudessem ser avaliadas e comentadas por especialistas acadêmicos em direito digital, além é claro, dos demais parlamentares membros do grupo.

Além dos problemas de forma, que levantamos em relação a esse processo, consideramos que o último texto votado pelo GTNet mantém elementos que geram grande preocupação na Indústria e que devem ser discutidos com mais cautela.

Entre eles citamos como exemplo:

- 1) Este projeto foi originalmente concebido para contribuir com o combate à desinformação em ambientes digitais. No entanto, o texto atual inclui várias normas que não têm relação com o suposto objetivo do projeto, gerando contradições com outras leis e marcos legais em vigor. Os tópicos que ultrapassam o objetivo do projeto devem ser considerados separadamente devido à atenção cuidadosa que cada tópico merece.

- 2) A proposta de incluir as ferramentas de busca no PL 2630/2020 não guarda qualquer relação com o objetivo original do projeto de combater a desinformação e o comportamento de contas inautênticas. Longe de serem fontes de desinformação, os buscadores são ferramentas simples, gratuitas e abertas para a checagem de informações, à disposição de todos.
- 3) A remuneração dos produtos jornalísticos pelas plataformas é outro ponto que não está diretamente vinculado ao cumprimento do objetivo do PL, mas que, no entanto, pode afetar o combate à desinformação negativamente.  
Da forma como proposto, o artigo incentiva os provedores de aplicações a restringirem a quantidade de informação disponibilizada, impactando negativamente o acesso à informação e, conseqüentemente, prejudicando o combate à desinformação e transformando a internet em um ambiente menos orgânico, diverso e representativo. Quando forçados a pagar por conteúdo de veículos jornalísticos, as plataformas farão escolhas comerciais o que prejudica meios de comunicação menores e digitais emergentes, colocando em risco a liberdade de imprensa em um mundo digital. Entendemos que debater o tema seja de relevância, entretanto, acreditamos que devemos fazê-lo de forma separada ao PL 2630/2020 dada a criticidade dos riscos associados e às especificidades do tema.
- 4) Transparência é fundamental, porém as obrigações devem atender a objetivos específicos e serem tecnicamente neutras. A adoção de medidas de transparência excessivamente granulares acabam estabelecendo exigências que não são aplicáveis a todas as plataformas. Da forma como sugerido no relatório do PL, as exigências de transparência, tanto para as redes sociais e ferramentas de busca, como para os serviços de mensageria instantânea, são complexas e excessivas. Por exemplo, a obrigação de divulgação do "número total de usuários brasileiros", uma informação que as plataformas sequer conseguem precisar já que essa não é uma informação requerida aos usuários. É importante ponderar, qual outra empresa é forçada a disponibilizar o número de clientes no Brasil? Essa informação é mercadologicamente sensível e traz à tona informações privadas de cada modelo de negócio impactado por essa lei.
- 5) A publicidade digital democratizou o acesso à publicidade de forma geral. O projeto coloca em risco não só o modelo quanto o sigilo de negócio e a privacidade dos anunciantes, o que compromete esse acesso amplo. O texto impõe a obrigatoriedade de que o usuário tenha acesso a informações de contato do anunciante, o que não é exigido em nenhum outro mecanismo publicitário. Criar essa responsabilidade apenas para os meios digitais seria uma forma de discriminação da publicidade digital e, ademais, obrigaria que pequenos e médios negócios tornassem públicos em toda a web dados que muitas vezes são pessoais.
- 6) O texto base aprovado pelo GTNet incorporou alterações consideráveis e preocupantes na medida em que criam barreiras ao próprio modelo de negócio associado à publicidade digital ao impedir o compartilhamento e a combinação do

tratamento de dados pessoais dos serviços dos provedores com os terceiros que usam as plataformas para oferecer seu serviço. Da forma como foi apresentado, o texto conflita com previsões já feitas pela Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e pode impedir o desenvolvimento de novos negócios relacionados ao mercado eletrônico. Diferentemente da LGPD, o texto base, ao estabelecer como regra a proibição do compartilhamento de dados pessoais, compromete a segurança jurídica trazida por esse marco regulatório e impede o desenvolvimento de diversas funcionalidades de integração entre serviços digitais, como funções de pagamento, de login entre serviços, dentre outros.

Esses pontos levantados são alguns exemplos que mostram como o PL 2630 ainda mantém muitas questões que merecem maior discussão e o próprio projeto precisa ser aprimorado para atingir a unidade de conteúdo, um melhor alinhamento com os objetivos do projeto e evitar impactos negativos e indesejados.

**Portanto, a Associação Latino Americana da Internet - ALAI, une sua voz a tantas outras que propõem que:**

1. O PL 2630/2020 seja amplamente debatido com o objetivo de amadurecimento de seu texto antes de ser votado.
2. Seja criada uma comissão especial para analisá-lo.
3. A discussão aberta continue, com a participação de todas as partes interessadas, com o objetivo de aprimorar o projeto e reduzir os impactos indesejados ainda presentes.

*Sobre ALAI : A **Associação Latino Americana de Internet (ALAI)** tem como missão contribuir para o desenvolvimento digital da América Latina, a partir da perspectiva da indústria e empresas da Internet. A **ALAI** promove o desenvolvimento inclusivo da economia digital através da manutenção e fortalecimento de uma Internet aberta, com políticas que contemplem e favoreçam o empreendedorismo, a inovação, as oportunidades para novas aplicações da tecnologia, do respeito e do exercício dos direitos humanos. [www.alai.lat](http://www.alai.lat)*