



ACESSO MÓVEL À INTERNET NO BRASIL: **LIMITES E** **BLOQUEIOS**

SÉRIE

DESAFIOS PARA A UNIVERSALIZAÇÃO DA INTERNET NO BRASIL

idec



SUMÁRIO

1.	Introdução	3
2.	Cenário do acesso à internet no Brasil e acesso móvel	5
3.	O modelo brasileiro de acesso móvel à internet e planos ofertados	8
3.1.	Precificação diferenciada e <i>zero rating</i>	9
3.2.	Como funcionam os planos de acesso móvel no Brasil	13
3.3.	Preços de planos móveis: comparações internacionais e o cenário brasileiro	14
4.	Aspectos jurídicos e regulatórios do modelo de acesso móvel e seus impactos sobre os usuários e o setor	18
4.1.	Regulação do <i>zero rating</i> : experiências internacionais e situação no Brasil	18
4.2.	Regulação de franquias e limitação do acesso	21
5.	Aspectos concorrenciais do modelo de acesso móvel e os impactos sobre o direito à conexão à internet	24
5.1.	A dinâmica de concorrência no mercado de acesso móvel	24
5.2.	Os impactos das franquias sobre os usuários e a concorrência	25
5.3.	Impactos concorrenciais das práticas de precificação diferenciadas	27
5.4.	Precificação diferenciada, franquias e concorrência: o debate brasileiro	28
6.	Modelo de acesso móvel, precificação diferenciada e desinformação	31
7.	Conclusões	35
8.	Uma agenda para o acesso móvel à internet no Brasil	38
9.	Bibliografia recomendada	41

1. INTRODUÇÃO

Há vários anos, o Idec - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor participa ativamente dos debates sobre a regulação dos serviços de telecomunicações no Brasil e incide sobre temas ligados à internet. Ao longo deste tempo, ficou claro para nós que o **reconhecimento do acesso à internet como direito universal** e serviço essencial é o ponto de partida de qualquer discussão sobre políticas públicas de comunicação.

Temos defendido, nesta perspectiva, a universalização dos serviços de telecomunicações e acesso à internet no Brasil, com garantia de níveis adequados de qualidade e respeito aos direitos de informação, transparência, não discriminação e proteção de dados pessoais.

Com a publicação desta série de estudos, o Idec deseja contribuir com uma reflexão sobre o direito de acesso à internet no Brasil, apresentando uma avaliação histórica, perspectivas e propostas sobre as políticas públicas e regulatórias em cinco grandes temas: a implementação da tecnologia 5G no Brasil; o acesso à internet para estudantes da rede pública; a expansão do acesso fixo residencial à internet; o acesso móvel à internet, *zero rating* e desinformação; e as redes comunitárias de acesso à internet.

Neste quarto estudo da série **Desafios para a Universalização da Internet no Brasil**, conduzido pelo pesquisador Jonas Valente, com a contribuição de Daniel Macêdo, buscamos estimular os debates sobre o **acesso móvel à internet** e propor uma agenda de debates e ações sobre **a sua posição estratégica na democratização das conexões às redes, assim como os bloqueios e limitações impostos aos usuários por modelos de negócios e regulações**.

No avanço da conectividade no mundo e no Brasil, o acesso por dispositivos móveis assumiu caráter fundamental para a expansão das conexões às redes. Mas, se por um lado, esse modo de acesso permitiu esse crescimento, especialmente nas camadas de menor renda da população, por outro, o modelo dominante de acesso empregado no Brasil passou a ser o de franquias, em que usuários contratam uma quantidade de dados, e não um plano com acesso ilimitado em uma determinada velocidade, como ocorre nos acessos fixos.

Outra prática recorrente do acesso móvel é a diferenciação de preços. Esta pode ser levada adiante de distintas maneiras, sendo a mais comum o acesso não contabilizado de aplicações, ou *zero rating*. A prática provocou intensas polêmicas acerca de sua

validade e impactos positivos ou negativos. Também foi objeto de medidas regulatórias no âmbito da afirmação do princípio da neutralidade de rede.

Tais restrições impactam o acesso à informação e a enorme e variada gama de possibilidades que a internet permite. Mais do que apenas uma restrição tecnológica, esses obstáculos afetam diretamente um direito que é reconhecido internacionalmente por organismos internacionais e também no ordenamento jurídico brasileiro.

O presente estudo analisa o acesso móvel e as barreiras a este no Brasil, bem como o impacto deste cenário no acesso à informação. Mais especificamente, examina-se: (i) as condições de acesso atuais dos brasileiros à internet e do perfil de uso da internet pelos consumidores; (ii) as características dos planos oferecidos aos consumidores, em perspectiva comparada com o mercado internacional; (iii) os aspectos legais envolvidos, e (iv) as consequências práticas desse modelo, envolvendo potenciais violações ao marco regulatório vigente e dos aspectos complementares relativos ao direito concorrencial e à disseminação de desinformação.

Assim, este estudo busca, dentro de seus limites, apresentar um conjunto de discussões para refletir sobre as condições do acesso móvel no Brasil, a estrutura dos mercados associados a este, os patamares de consumo deste serviço, os modelos de negócio empregados e as dinâmicas concorrenciais, bem como a regulação desses serviços. Em todo o momento, a dimensão social atravessa as reflexões, tanto ao tomar os direitos como referência quanto ao problematizar os impactos sobre as experiências contemporâneas dos cidadãos.

Este estudo busca apresentar um conjunto de discussões para refletir sobre as condições do acesso móvel no Brasil, a estrutura dos mercados associados a este, os patamares de consumo deste serviço, os modelos de negócio empregados e as dinâmicas concorrenciais, bem como a regulação desses serviços



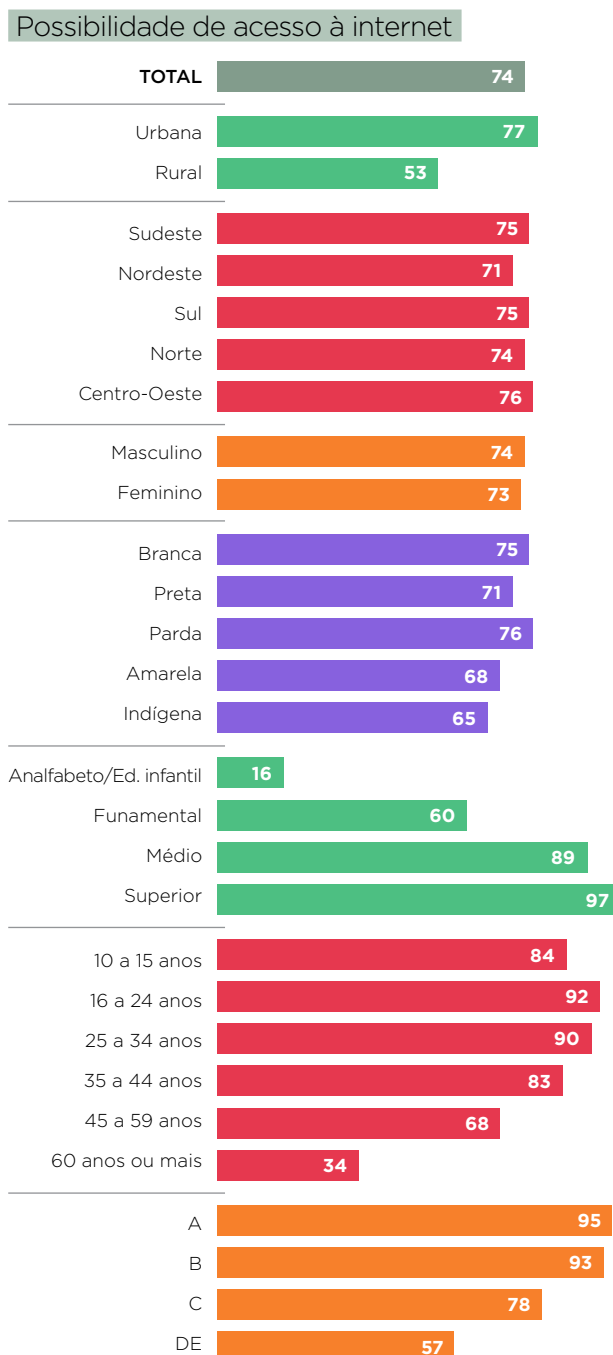
2. CENÁRIO DO ACESSO À INTERNET NO BRASIL E ACESSO MÓVEL

Em 2019, três em cada quatro brasileiros tinham acesso à internet, conforme a Pesquisa TIC Domicílios, do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br)¹. Mais especificamente, 74% dos entrevistados haviam acessado a internet nos três meses anteriores, enquanto outros 26%, ou 46 milhões de pessoas, estavam excluídos desta tecnologia.

A possibilidade de acessar a internet, como se pode ver no gráfico ao lado, varia de acordo com o seu endereço, gênero, cor, escolaridade, idade e, claro, classe social.

Mas há um outro indicador chave para se compreender o cenário do acesso à internet no Brasil: a modalidade de acesso. Em 2019, 99% dos brasileiros que se conectaram à internet o fizeram pelo celular, 42% pelo computador, 37% via televisão e 9% em videogames. Enquanto o uso do celular cresceu de 76% para 99% dos usuários de internet entre 2014 e 2019, o do computador caiu de 80% para 42% no mesmo período.

¹ Disponível em: <https://cetic.br/pt/pesquisa/domicilios/indicadores/>



Fonte: Cetic.br, 2020

A pesquisa do Cetic.br mostra que a navegação pelo celular mantém-se estável na faixa dos 99% em todas as classes, enquanto a por computador era de 89% na classe A, 73% na B, 39% na C e 15% na D/E. Lembre-se, aqui, que o acesso pelo computador é em geral baseado em tecnologia de acesso fixo, o que evidencia que a dependência do acesso móvel varia conforme a renda dos cidadãos.

Reforçando este recorte por classe da distribuição dos modos de acessar internet no país, 58% do total de brasileiros conectados navegam na internet exclusivamente pelo celular. Enquanto este índice era de 11% na classe A, atingia 61% na classe C e 81% nas classes D e E.

O conceito de banda larga da União Internacional de Telecomunicações (UIT) trabalha com a ideia de um acesso pleno de acordo com as necessidades dos cidadãos. Assim, desenhar o cenário do acesso à internet em banda larga no país passa também por compreender como se usa a rede e o que é acessado pelos indivíduos



É importante lembrar, ainda, que o conceito de banda larga da União Internacional de Telecomunicações (UIT) trabalha com a ideia de um acesso pleno de acordo com as necessidades dos cidadãos. Assim, desenhar o cenário do acesso à internet em banda larga no país passa também por compreender como se usa a rede e o que é acessado pelos indivíduos.

De acordo com a TIC Domicílios 2019, os recursos de comunicação mais utilizados pelos brasileiros são o envio de mensagens (92%), redes sociais (76%), chamadas de vídeo (73%), acesso a serviços de governo eletrônico (68%), envio de *e-mails* (58%), compras por comércio eletrônico (39%) e participação em listas ou fóruns (11%).

Quando se aplica um recorte por classe social sobre as práticas online mais comuns, as disparidades ficam evidentes. Conversas por chamadas de voz e vídeo são mais frequentes na classe A (87%) do que nas D e E (67%). No uso de mensagens instantâneas, prática que demanda menor consumo de dados, a diferença é menor, com 96% na classe A para 87% nas classes D e E. Note-se a correlação entre o volume de tráfego demandado pelos recursos de comunicação e classe social.

Outros dados levantados na pesquisa dizem respeito às atividades multimídia mais comuns entre os brasileiros: assistir a vídeos, programas ou séries (74%), ouvir música (72%), ler jornais e notícias (56%), jogar (37%), ouvir

podcasts (13%) e visitar museus ou exposições (11%).

Aqui, como no exemplo anterior, as práticas com maior demanda por tráfego, como assistir a vídeos, registram percentuais distintos conforme a renda: 87% na classe A contra 65% nas classes D e E. Quando tomadas apenas as séries (que demandam uma fruição contínua), a diferença tem um acréscimo considerável: 69% a 19%. No consumo de filmes, a variação também é representativa: 72% a 28%. No ato de ouvir músicas pela Web, serviço que demanda menos tráfego de dados, a diferença cai: 79% na classe A para 68% nas classes D e E.

A pesquisa avaliou também comportamentos relacionados a baixar e publicar conteúdos. Entre os ouvidos, 73% compartilharam conteúdos, 41% baixaram músicas, 36% publicaram textos ou mídias, 27% fizeram download de jogos, 23% baixaram filmes e 19% criaram ou atualizaram blogs ou páginas.

Mais uma vez, é possível constatar uma relação direta entre quantidade de dados utilizados em cada ato e a renda dos entrevistados. O download de séries era realizado por 27% na classe A e 10% nas classes D e E. O de filmes foi relatado por 28% na classe A e 17% nas classes D e E. E o de músicas era recorrente em 46% na classe A e 31% nas classes D e E.

Estas estatísticas evidenciam o cenário extremamente desigual no acesso à internet no Brasil. Um quarto dos brasileiros ainda não consegue conectar-se e seis em cada dez dependem do celular para isso. O critério de classe social determina, sobremaneira, a distribuição da conectividade e das modalidades de conexão. Mas, para além disso, as estatísticas de usos online também confirmam que os mais ricos conseguem experiências online mais plenas, de conteúdos que demandam maior tráfego, enquanto os mais pobres ficam limitados a aplicações com menor demanda de dados.

As estatísticas evidenciam o cenário extremamente desigual no acesso à internet no Brasil. Os mais ricos conseguem experiências online mais plenas, de conteúdos que demandam maior tráfego, enquanto os mais pobres ficam limitados a aplicações com menor demanda de dados



3. O MODELO BRASILEIRO DE ACESSO MÓVEL À INTERNET E PLANOS OFERTADOS

Para entender como classe social, modalidade de acesso à internet e tipos mais frequentes de usos online se inter-relacionam, é fundamental analisar o modelo de negócios e a estrutura de precificação do acesso móvel à internet no Brasil. Mais especificamente, entender como são estabelecidas as franquias, que funcionam como limitadoras de tráfego de dados, e apontar que a maioria dos usuários fica refém de apps gratuitos nas práticas de precificação diferenciadas.

A estrutura de precificação do acesso à internet considera os atributos tecnológicos das redes (por exemplo, custos de implantação, manutenção, interconexão entre redes), mas também outros aspectos. Uma dimensão adotada é a velocidade de transmissão dos dados. Durante muito tempo as ofertas da telefonia/internet móvel foram construídas a partir deste critério, assim como nos planos fixos.

Contudo, há cerca de 15 anos, tal arranjo econômico deixou de ser o pilar da estrutura de precificação. O modelo de negócios dominante emergente neste último período é a cobrança baseada em uso, segundo o qual as operadoras oferecem pacotes de dados para consumo por um determinado tempo (semana, quinzena, mês) e os usuários possuem este limite para o acesso a conteúdos e serviços — as famosas franquias de dados. Ao fim deste limite, diferentes consequências podem ocorrer, a depender do modelo adotado pela empresa¹.

É fundamental analisar o modelo de negócios e a estrutura de precificação do acesso móvel à internet no Brasil para entender como classe social, modalidade de acesso e tipos mais frequentes de usos online se inter-relacionam



¹ Uma alternativa é a perda significativa de velocidade. Outra é o bloqueio do acesso aos serviços, cujo uso fica condicionado ao pagamento de acordo com uma tabela de referência de preços por unidade de dados (MB ou GB).

Essa cobrança baseada em uso vem sendo justificada a partir da necessidade de resolver a equação “capacidade de tráfego das redes x demanda por uso de dados”, considerando que as tecnologias móveis apresentam, até o momento, limitações maiores que as tecnologias fixas (redes de cabos pareados, coaxial ou fibra ótica). Como “compensação”, as empresas passaram a ofertar a possibilidade de excluir do volume de dados contratados o tráfego mediado por determinados aplicativos.

A seguir, apresentamos o cenário da oferta de planos de acesso à internet móvel no Brasil, a partir de um levantamento extensivo nas plataformas publicitárias das maiores operadoras do país realizado no mês de janeiro de 2021.²

3.1. PRECIFICAÇÃO DIFERENCIADA E ZERO RATING

O *zero rating*, que chamaremos aqui de serviços não contabilizados (SNC) por não contarem como consumo da franquia de dados, é a forma mais comum das práticas de precificação diferenciada³. Mas também há alternativas em que é fornecido um volume específico para uma aplicação, seja de maneira gratuita ou como parte do pacote. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) define *zero rating* como uma situação “onde um tipo pré-determinado de tráfego recebido pelos consumidores não é descontado da franquia de download do serviço de acesso à internet”⁴.

Há diferentes modalidades de *zero rating*. Um operador pode fornecer o acesso não contabilizado a apenas uma aplicação (como Facebook ou Whatsapp), a um grupo específico delas (redes sociais ou aplicativos de mensagens) ou a um determinado tipo de serviço (vídeo).

Neste último caso, há formas fechadas e abertas de oferta. Na primeira, as aplicações escolhidas para o tipo de serviço estão pré-determinadas (*zero rating* para o app A ou B já discriminado no pacote, como Instagram e TikTok). Na segunda, esta seleção prévia não foi realizada, podendo ser aquele tipo de serviço em quaisquer apps que se enquadram naquela modalidade (se a categoria for de redes sociais, poderiam entrar quaisquer aplicações deste tipo, inclusive novas, como Kwai ou Likee).

Em seus múltiplos formatos, as práticas de precificação diferenciadas são um elemento essencial dos modelos de negócio de acesso móvel atualmente. O *zero rating* é o arranjo dominante, mas também há outras ofertas dentro deste grupo. Aqui, realizamos um levantamento dos arranjos de precificação diferenciada nos pacotes oferecidos pelas operadoras brasileiras, seguindo a seguinte classificação:

- 2 Os dados dos planos das operadoras Vivo, Claro e TIM foram coletados a partir de informações nos sites das respectivas empresas e por canais de comunicação, como redes sociais, chatbots e outros.
- 3 O termo Práticas de Precificação Diferenciada é usado aqui a partir de formulação feita pelo think tank austríaco Epicenter Works na publicação *The Net Neutrality - Situation in the EU: Evaluation of the First Two Years of Enforcement*, disponível em https://epicenter.works/sites/default/files/2019_netneutrality_in_eu-epicenter.works-r1.pdf
- 4 No original: “...when a predetermined type of traffic received by consumers is not counted against the download allowance of the Internet access service”. O artigo completo — *The effects of zero rating* — está disponível em: https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/the-effects-of-zero-rating_6eefc666-en

Serviços não contabilizados (SNC)

Aqueles cujo consumo não é debitado da franquia. É equivalente ao que alguns estudos chamam de “zero rating puro”. Exemplo: Whatsapp ou Facebook “gratuitos”, quando, na verdade, o consumo pelo usuário não conta para a franquia.

Volume adicional de dados para aplicações específicas (VAD)

A oferta prevê uma franquia adicional de dados, mas somente para o uso de um ou mais aplicações. Exemplo: pacote em que, além da franquia de 3 GB, há mais 2 GB especificamente para vídeos do YouTube.

Venda casada (VC)

A operadora comercializa serviços adicionais por preços promocionais, cuja disponibilidade está vinculada a uma determinada oferta, não podendo ser contratada individualmente. Exemplo: um determinado app que pode ser adquirido por um valor adicional quando a franquia é contratada.

Como se pode ver na tabela abaixo, o arranjo do tipo SNC é a prática mais comum em todas as operadoras analisadas. Ele é adotado em todas as modalidades, seja pré, pós-pago ou “controle”. A Vivo foi a empresa com maior percentual de emprego deste modelo, presente em todas as suas ofertas. A TIM só não faz uso deste recurso em um plano. Já na Claro, ele também é largamente utilizado, embora não em um conjunto de ofertas pré-pagas.

PLANOS COM PRECIFICAÇÃO DIFERENCIADA, POR OPERADORA:

	TIM			Claro			vivo		
	SNC	VDA	VC	SNC	VDA	VC	SNC	VDA	VC
QUANTIDADE	27	1	28	23	10	20	34	11	22
PORCENTAGEM	96,42%	3,58%	100%	59%	25,6%	51,2%	100%	32,35%	64,7%

Fonte: Autores

A análise por aplicação disponibilizada em práticas de precificação diferenciada (veja na tabela abaixo) evidencia a dominância das grandes plataformas, especialmente dos apps Whatsapp, Facebook e Twitter. Estas são ofertadas sobretudo como serviços não contabilizados, mas também foram encontrados casos de volume adicional de dados.

O Whatsapp é o principal app ofertado. Apesar de a publicidade dos planos sobre SNC para Whatsapp adotar termos como “inclusão” e “ilimitado”, os regulamentos restringem o uso sem desconto do pacote de dados às trocas de mensagens de qualquer tipo. Dos 67 planos que incluem Whatsapp na lista de SNC, 53 casos contabilizam dados nas chamadas por vídeo e 43 planos tarifam chamadas de voz (VoIP). Todos os pós-pagos da Claro e da Tim que permitem uso via *zero rating* do Facebook e do Twitter não permitem assistir a transmissões de vídeo ao vivo. Ou seja, não se trata nem de acesso ilimitado nem gratuito, mas apenas de parte das funcionalidades.

Um segundo grupo importante é o de serviços jornalísticos e de leitura, em boa parte disponibilizados em apps das próprias operadoras. Estes também são mais frequentes como SNCs, mas foram identificados também como venda casada. Já os serviços de vídeo são colocados em sua maioria nos arranjos de volume adicional de dados e venda casada.

PRESENÇA DAS APLICAÇÕES NAS PRÁTICAS DE PRECIFICAÇÃO DIFERENCIADAS DAS OPERADORAS

	TIM			CLARO			VIVO		
	SNC	VAD	VC	SNC	VAD	VC	SNC	VAD	VC*
WHATSAPP	20	1	--	16	--	--	30	--	--
MESSENGER	3	--	--	--	--	--	--	8	--
TELEGRAM	3	--	--	--	--	--	--	--	--
TWITTER	10	--	--	10	--	--	--	8	--
FACEBOOK	10	--	--	10	--	--	--	8	--
INSTAGRAM	--	1	--	6	--	--	--	--	--
YOUTUBE	4	1	4	--	5	5	--	--	--
NETFLIX	4	1	4	--	5	5	--	--	--
HBO GO	4	--	4	--	--	--	--	--	--
VIVO HOMEFIX	--	--	--	--	--	--	2	--	2
CLARO VIDEO	--	--	--	--	5	5	--	--	--
NOW	--	--	--	--	5	5	--	--	--
TIKTOK	--	1	--	--	--	--	--	--	--
JORNALISMO	21	--	21	17	--	17	7	--	7
LEITURA	10	--	10	--	--	--	9	--	9
IDIOMAS	1	--	1	--	--	--	12	--	12
ESPORTES	1	--	1	--	--	--	17	--	17
GAMES	--	--	--	--	--	--	5	--	5
EDUCAÇÃO	--	--	--	5	--	5	4	--	4
MOBILIDADE	--	--	--	4	--	4	29	--	29
CORPO	--	--	--	--	--	--	9	--	9
SEGURANÇA	10	--	10	--	--	--	--	--	--
MÚSICA	7	--	7	16	5	16	--	--	--

*SNC = Serviços não contabilizados; VAD = Volume adicional de dados; VC = Venda casada. Fonte: Autores

A recorrência de grandes plataformas em pacotes com *zero rating* (ZR) não é uma coincidência. Os maiores agentes desta natureza adotaram políticas deliberadas de utilizar o acesso patrocinado como forma de fortalecer o consumo de seus serviços⁵. Levantamento da OCDE⁶ listou pelo menos 12 entre 25 países pesquisados em que o Facebook era oferecido em modelos de ZR: Brasil, Vietnã, Tailândia, Malásia, México, Bélgica, Austrália, Rússia, Equador, Peru, Portugal e Romênia. Já o Whatsapp era disponibilizado nesta condição em 11 nações: Brasil, Vietnã, Tailândia, Alemanha, Malásia, México, Grécia, Rússia, Portugal, Romênia e Suíça.

Em razão do modelo de negócios do acesso móvel calcado em franquias de dados, a compreensão da economia do ZR demanda incluir esta dinâmica na equação. Assim, há uma diferença importante entre a não contabilização antes e depois do fim da franquia do usuário. No primeiro caso, tem-se aí um favorecimento comercial a ser debatido no âmbito concorrencial, mas que não impacta o restante do consumo do usuário. Ocorre também a priorização de tráfego para determinadas aplicações, de modo a assegurar um nível de velocidade e um patamar de qualidade. No segundo caso, a exaustão do pacote de dados leva ao bloqueio do serviço, o que torna as aplicações incluídas na oferta de *zero rating* a única forma de acesso daquela pessoa, deixando esta de ter a possibilidade de navegar livremente na internet.

Um segundo aspecto a ser observado na análise geral dos arranjos de precificação diferenciada diz respeito a quem paga pelo conteúdo não contabilizado. Uma opção seria o provedor deste, como as grandes plataformas cujas aplicações são disponibilizadas, em geral, nos acessos patrocinados no Brasil e em outros países. A própria operadora de telecomunicações pode escolher não cobrar por determinados apps como uma vantagem competitiva. Outra opção é o valor ser pago pelos usuários. Essa situação pode ocorrer de modos variados, sendo uma delas quando há cobrança de uma taxa adicional para o pacote com *zero rating*. Outra, e que merece especial atenção, é quando o custo é repassado ao conjunto dos usuários.

Por fim, é importante lembrar do impacto do *zero rating* sobre o preço dos serviços. Estudo da organização Epicenter Works⁷ calculou o preço do GB em planos com práticas de precificação diferenciada na Europa entre os anos de 2014 e 2016. A pesquisa concluiu que, em mercados com práticas de ZR, os preços por GB aumentaram 2%. Em países sem este recurso, os preços caíram 8% no período analisado. Em nações onde havia planos com ZR e estes deixaram de ser disponibilizados, os valores caíram 10%.

5 O exemplo do Facebook com seu Free Basics talvez seja o mais visível. O programa oferece uma cesta de apps vinculada aos serviços da companhia em parceria com operadoras de países. Os usuários não acessam a internet, mas apenas este conjunto determinado de aplicações. Em 2020, o programa já havia chegado a mais de 60 países, todos na Ásia, África e América Latina e Caribe. Para saber mais: <https://info.internet.org/en/story/where-weve-launched/>

6 Disponível em https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/the-effects-of-zero-rating_6eefc666-en

7 O artigo completo — “The net neutrality situation in the EU” — está disponível em: https://epicenter.works/sites/default/files/2019_net-neutrality_in_eu-epicenter.works-r1.pdf

Uma nova análise foi realizada entre os anos de 2016 e 2017. Nos mercados com a presença de pacotes com ZR houve acréscimo de 1% nos preços. Já nos demais, foi registrada uma redução de 10% dos valores dos planos. A conclusão dos pesquisadores da Epicenter Works foi de que a “existência ou introdução dos pacotes com zero rating está associada a mercados que registram evolução de preços adversas para os consumidores”⁸.

3.2. COMO FUNCIONAM OS PLANOS DE ACESSO MÓVEL NO BRASIL

Considerando o cenário brasileiro do acesso à banda larga, é importante analisar a dinâmica da oferta de planos e, especialmente, as sanções aplicadas pelas operadoras ao usuário que consome todo o seu pacote de dados. Aqui, fazemos uma nova análise da oferta de planos, agora nesta perspectiva das limitações impostas.

O marco postulado nos regulamentos analisados prevê ação sancionadora ao consumo de dados em situações de encerramento do limite de dados e/ou do tempo para consumo segundo acordo de adesão ao plano.

A fim de analisar as sanções, sistematizamos o constante nos regulamentos sobre o assunto e tabulamos os dados. Foi possível identificar quatro cenários:

Bloqueio total

Quando a conexão se torna impossibilitada sem exceções.

Bloqueio com SNC liberado

Apesar da conexão aos dados móveis ser interrompida, os aplicativos com SNC seguem ativos.

Cobrança por MB

Nos casos em que o consumo de dados continua sob uma nova dinâmica tarifária.

Diminuição da velocidade de download

Quando a operadora reduz a velocidade e sem nova tarifação.

Dada a insuficiência das informações constantes nos regulamentos dos planos sobre o tema, acionamos as provedoras por meio dos Canais de Relacionamento com Clientes a fim de obter especificações nítidas sobre as ocorrências, encontrando o quadro representado pela tabela abaixo:

⁸ No original: “The existence or introduction of zero-rating offers is associated with markets which exhibit price developments that are adverse to consumers.”

SANÇÕES APÓS CONSUMO DO PACOTE DE DADOS POR OPERADORA

		BLOQUEIO TOTAL	BLOQUEIO COM SNC LIBERADO	COBRANÇA POR MB	REDUÇÃO DE VELOCIDADE
TIM	Total: 21	-----	Pré TOP (10), Controle (3)	TIM Beta (1)	TIM Black (7)
	Percentual	-----	62,0%	4,7%	33,3%
CLARO	Total: 34	Pré-pago (16) e Controle (7)	Pré-pago (6) e Pós-pago (5)	-----	-----
	Percentual	67,6%	32,%	-----	-----
VIVO	Total: 33	-----	Pré Turbo (4), Controle (13) e Pós-pago (16)	-----	-----
	Percentual	-----	100%	-----	-----

Fonte: Autores

Para além das sanções por consumo dos dados ou por encerramento do período de vigência, a Claro, ao identificar infrações na Política de Mau Uso dos pacotes disponibilizada pela provedora e com termos identificados nos regulamentos dos planos, pode aplicar sanções ao uso de dados, à permanência no plano e à continuidade nos serviços da provedora.

Fica patente a prática comum de bloqueio do acesso “geral” à internet e manutenção dos serviços não contabilizados, com exceção dos planos pré-pago e controle da Claro. No único caso onde há redução de velocidade, a oferta TIM Black informa em regulamento que “a conexão não será bloqueada e sim reduzida para até 64 Kbps até o início do novo ciclo de faturamento”. Apesar da oferta Pré Top da TIM manter ativo o SNC no Facebook, após o encerramento do pacote de dados a plataforma passa a funcionar apenas no modo texto até o início de novo ciclo ou aquisição de pacote adicional. As ofertas do tipo Claro Controle realizam interrupção dos serviços SNC ao encerrar o pacote de dados.

Esta realidade enseja uma atenção especial acerca da combinação entre as práticas de precificação diferenciada e de franquias. Isso porque a manutenção dos SNC após o alcance do limite da franquia evidencia uma vantagem a estes e uma desvantagem às demais aplicações que deixam de poder ser acessadas após o fim do limite pré-contratado (com a exceção já apontada).

3.3. PREÇOS DE PLANOS MÓVEIS: COMPARAÇÕES INTERNACIONAIS E O CENÁRIO BRASILEIRO

Em 2019, o preço médio dos pacotes de acesso móvel (considerados aqueles que fornecem franquia de 1,5 GB) estava em 4,3% do PIB per capita, contra 10,3% no caso da banda larga fixa. A análise feita pela União Internacional de Telecomunicações (UIT) com dados de todos os continentes mostra ainda que, entre 2013 e 2019, o preço médio do serviço teve uma queda anual de -7%. Um pacote de 1,5 GB custava em média 8,4% do PIB per capita em 2013,

índice que declinou para 3,2% do PIB per capita em 2019⁹.

Nesse cenário, aparecem desigualdades globais. A relação preço/PIB per capita era de 0,8% na Europa, 2,7% na Ásia e Pacífico, 2,9% nas Américas, 4,1% nos Estados Árabes e 11,4% na África. Ou seja, o valor de pacotes móveis na Europa segundo este indicador é mais de 14 vezes mais barato do que na África.

Para a Comissão Internacional de Banda Larga, o teto do custo de serviços móveis é até 2% do PIB per capita. Em 2019, 95 países haviam atingido esta meta, sendo 44 desenvolvidos, 47 em desenvolvimento e 4 menos desenvolvidos. Outros 48 ficaram em um patamar um pouco acima, entre 2% e 5%. Em outras 22 nações, os cidadãos têm de desembolsar entre 5% e 10% do PIB per capita por mês. E em 19 este percentual é de 10% ou mais.

O Brasil fica mal colocado nos rankings de preço de serviços móveis combinados de voz e dados. No pacote de alto uso, o país ocupa a 63ª posição de 182 nações analisadas, com custo proporcional a 1,8% do PIB per capita, US\$ 13,68 em valor nominal, considerando pacotes de voz e SMS ilimitados e franquia de dados de 3 GB.

O desempenho está dentro da meta da Comissão Internacional de Banda Larga, mas muito distante das primeiras colocações: Macau (0,2%), Singapura (0,3%), Qatar, Israel e Luxemburgo (0,3%). O mesmo cenário repete-se em outras comparações feitas pelo estudo. No pacote de menor uso, o Brasil cai para a 79ª colocação. Já quando considerados exclusivamente os pacotes de dados para dispositivos móveis, o Brasil ficou na pior colocação entre os rankings, na 90ª posição.

Para entender a dinâmica específica dos preços dos pacotes de internet móvel no Brasil, realizamos um levantamento das ofertas vigentes em janeiro de 2021, sistematizando os dados presentes nas abas publicitárias dos sites das operadoras Tim, Claro e Vivo. A grande variação de ofertas e preços exigiu uma padronização para facilitar as

O Brasil está mal colocado nos rankings de preço de serviços móveis combinados de voz e dados. No pacote de alto uso, o país ocupa a 63ª posição de 182 nações analisadas, com custo proporcional a 1,8% do PIB per capita



⁹ A pesquisa da UIT está disponível em: https://www.itu.int/en/mediacentre/Documents/Documents/ITU-Measuring_Digital_Development_ICT_Price_Trends_2019.pdf

comparações. Assim, foi calculado o preço unitário de 100MB em cada pacote.

Abaixo, as tabelas apresentam os maiores e menores preços unitários encontrados nos pacotes pré-pagos, do tipo controle e pós-pagos em cada uma das operadoras:

VARIAÇÃO DO PREÇO UNITÁRIO DE 100MB EM PACOTES PRÉ PAGOS

	PLANOS	VALOR DA RECARGA	PREÇO POR 100MB
TIM	TIM Pré Top	R\$ 10	R\$ 1
	TIM BETA	R\$ 60	R\$ 0,30
CLARO	Toda Hora	R\$ 10	R\$ 3,30
	Toda Hora	R\$ 29,90	R\$ 0,30
VIVO	Turbo Semanal 2GB	R\$ 14,99	R\$ 0,59
	Turbo 15 Dias 4GB	R\$ 19,99	R\$ 0,49

VARIAÇÃO DO PREÇO UNITÁRIO DE 100MB EM PACOTES TIPO CONTROLE

	PLANOS	PREÇO	PREÇO POR 100MB
TIM	Redes Sociais 2.0	R\$ 107/mês	R\$ 1,67
	Giga B Promo Express	R\$ 84,90/mês	R\$ 0,99
CLARO	Plano 158 - 1Gb	R\$ 49,89/mês	R\$ 4,29
	Plano 158 - 4Gb	R\$ 64,89/mês	R\$ 1,82
VIVO	Vivo Controle - Mensal	R\$ 59,90/mês	R\$ 1,33
	Vivo Controle - Anual	R\$ 39,90/mês	R\$ 0,99

VARIAÇÃO DO PREÇO UNITÁRIO DE 100MB EM PACOTES PÓS-PAGOS

	PLANOS	Preço	PREÇO POR 100MB
TIM	Tim Black A	R\$ 129,90/mês	R\$ 0,86
	Multi Família D	R\$ 499/mês	R\$ 0,30
CLARO	Plano 160 - 10GB	R\$ 139,99/mês	R\$ 1,39
	Plano 160 - 100GB	R\$ 389,99/mês	R\$ 0,38
VIVO	Vivo Pós - Individual - 10GB	R\$ 127,99/mês	R\$ 1,37
	Vivo Família - 100GB	R\$ 529,99/mês	R\$ 0,25

Fonte: Autores.

Nos planos pré-pagos, a média de valor por dados (tomando a unidade de referência de 100 MB) tem variação inversamente proporcional ao valor do plano (recargas) e à duração. Na Claro, a diferença chega a ser de mais de 10 vezes nos planos Toda Hora, com os maiores valores por dado chegando a R\$ 3,30 por 100 MB e os menores, a R\$ 0,30 por 100 MB.

Nos planos controle, esta disparidade entre as médias cai. Aqui, os preços guardam relação com o volume de dados contratados, com o valor unitário dos 100MB caindo à medida que as franquias aumentam. No caso da Vivo, há também uma variação do preço de 100MB de acordo com a fidelização do cliente: na contratação de tipo mensal, o valor é R\$ 0,44 superior ao valor da contratação de um plano anual.

A situação da oferta de planos do chamado tipo pós-pago vale ser observada com mais atenção. Hoje, esses planos oferecem franquias de consumo de dados muito mais altas que os demais, além de serviços ilimitados de voz e SMS, sendo em geral mais caros que os demais arranjos.

No Tim Black, o plano Multi Família D custa R\$ 499 (ou R\$ 549 por menos de 12 meses) cujo custo é equivalente a 16% do PIB per capita mensal brasileiro. Mesmo considerando uma família de três indivíduos, ainda assim o valor por pessoa ficaria acima dos 5% do PIB per capita mensal, o que torna o plano inacessível para boa parcela da população brasileira. Neste plano, o preço unitário de 100MB é de R\$ 0,30. Já o Tim Black A, de R\$ 129,99 e 15 GB, tem média valor/dados de R\$ 0,86, quase o triplo.

Na cesta de ofertas de planos pós-pago da Vivo, enquanto a opção mais barata (INDIVIDUAL 8GB) tem média de R\$ 1,37, no plano de R\$ 527 e 100 GB (cujo valor é inacessível para parcela representativa como apontado acima) a média cai para R\$ 0,25. Na Claro, a situação é semelhante, com a média de R\$ 1,39 no Plano 160 de R\$ 139,99 e 10 GB e R\$ 0,38 no de R\$ 389,99 e 100 GB, diferença de 2,7 vezes.

Ou seja, os consumidores com capacidade de contratação de planos de alto custo adquirem os dados por valores de três a cinco vezes menores do que as pessoas que podem arcar com pacotes menos custosos nesta categoria.

Os consumidores com capacidade de contratação de planos de alto custo adquirem os dados por valores de três a cinco vezes menores do que as pessoas que podem arcar com pacotes menos custosos na categoria pós-pago



4. ASPECTOS JURÍDICOS E REGULATÓRIOS DO MODELO DE ACESSO MÓVEL E SEUS IMPACTOS SOBRE OS USUÁRIOS E O SETOR

4.1. REGULAÇÃO DO ZERO RATING: EXPERIÊNCIAS INTERNACIONAIS E SITUAÇÃO NO BRASIL

As práticas de precificação diferenciada possuem distintas abordagens regulatórias no globo. Em parte das nações, o escrutínio acerca de sua validade passou pela regulação da neutralidade de rede. Mas a previsão legal deste princípio não é um dispositivo que, por si, resolva a questão. Em países e regiões, a aplicação ou não de práticas de precificação diferenciada e de suas ramificações provocou debates nos âmbitos legal, jurídico e administrativo acerca da validade ou não de tais condutas por empresas.

No quadro abaixo, resumimos alguns exemplos da regulação especificamente voltada ao *zero rating*.



EUROPA

O Regulamento 2015/2120 sobre Acesso Aberto na Internet¹ define o princípio da neutralidade de rede², admitindo a possibilidade da gestão de tráfego em determinadas situações, mas estabelece que estas não podem “bloquear, abrandar, alterar, restringir, ou degradar conteúdos, aplicações ou serviços específicos, ou categorias específicas dos mesmos, nem estabelecer discriminações entre eles”. Orientações da associação de reguladores do bloco (Berec, na sigla em inglês) consideram que na situação onde há bloqueio ao fim da franquia e são mantidos apenas os apps grátis há violação do Regulamento 2015/2102. Em 2020, a Corte de Justiça da União Europeia (CJEU) declarou a prática ilegal.

1 Disponível em: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2015.310.01.0001.01.ENG.

2 Os prestadores de serviços de acesso à Internet tratam equitativamente todo o tráfego, ao prestarem serviços de acesso à Internet, sem discriminações, restrições ou interferências, e independentemente do emissor e do receptor, do conteúdo acedido ou distribuído, das aplicações ou serviços utilizados ou prestados, ou do equipamento terminal utilizado (PARLAMENTO EUROPEU, 2015).



ESTADOS UNIDOS

Sob a gestão do democrata Barack Obama, em 2015, foi aprovada norma afirmando o respeito à neutralidade de redes como obrigação legal. Com a vitória de Donald Trump e a alteração da composição do órgão regulador (FCC), a resolução foi revogada em 2017, passando a vigorar a autorização irrestrita para práticas de *zero rating*.



CANADÁ

A Lei de Telecomunicações proíbe o tratamento discriminatório de dados pelas operadoras. Em 2017, a autoridade reguladora de comunicações (CRTC) estabeleceu quatro critérios para avaliar as práticas de *zero rating*: o tratamento igual aos fluxos de dados, ofertas exclusivas para determinados consumidores, consequências para a competição e a inovação, e a existência ou não de compensação financeira.



ÍNDIA

A rígida regulação indiana proíbe a prática do *zero rating* em todas as modalidades. A autoridade regulatória de telecomunicações (TRAI) publicou recomendação, em 2017, para que a realização de acordos com as operadoras previsse proibição expressa a qualquer forma de discriminação de conteúdo, emissor ou receptor, protocolos ou equipamentos. Também foram vetadas práticas de bloqueio e degradação do tráfego (redução de velocidade).



CHILE

Foi o primeiro país do mundo a contar com uma legislação sobre neutralidade de rede, com a Lei 20.453 de 2010, proibindo bloquear ou restringir o recebimento ou transmissão de conteúdos e aplicações. Um decreto posterior elencou práticas de restrição à liberdade dos usuários como ações que priorizam ou discriminam provedores de conteúdos. No entanto, as ofertas de ZR continuam a ocorrer, segundo levantamento realizado pelo Coletivo Intervozes³.



COLÔMBIA

Na Colômbia, a Lei 1450 de 2011 fixou o princípio da neutralidade de rede. O órgão regulador nacional (CRC) adota um modelo de avaliação sobre a adequação à lei das práticas de ZR que leva em conta quatro dimensões: normativa, técnica, de mercado e no impacto sobre usuários.

3 O estudo está disponível em <https://intervozes.org.br/arquivos/interliv011nral2017.pdf>

No Brasil, a neutralidade de rede foi regulada pelo Marco Civil da Internet, Lei nº 12.965, de 2014. Apesar de admitir a possibilidade de discriminação ou degradação do tráfego por “I- requisitos técnicos indispensáveis à prestação adequada dos serviços e aplicações; e II - priorização de serviços de emergência”, o MCI fixa uma proibição chave à implantação do princípio: “Na provisão de conexão à internet, onerosa ou gratuita, bem como na transmissão, comutação ou roteamento, é vedado bloquear, monitorar, filtrar ou analisar o conteúdo dos pacotes de dados, respeitado o disposto neste artigo”.

O Brasil avança ao afirmar o princípio da neutralidade de rede como princípio em sua lei máxima sobre direitos na Internet, o Marco Civil da Internet.

Mas, assim como outros países, a implantação de uma permissão ou obstaculização à prática ainda carece de detalhamento maior e de ação dos órgãos reguladores. Até o momento da realização da presente pesquisa, a Anatel – que é responsável por fiscalizar o cumprimento das regras de neutralidade – não havia apresentado entendimento pelo impedimento de práticas de precificação diferenciadas, entre elas o *zero rating*.

O órgão foi instado a se manifestar no Inquérito Administrativo nº 08700.004314/2016-71 do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), motivado por uma denúncia do Ministério Público Federal questionando as práticas de *zero rating* das operadoras Claro, TIM, Oi Móvel e Vivo. A posição da agência manifestada ao Cade foi pela “ausência de indícios de infração à ordem econômica nas ofertas dos planos contendo cláusulas *zero rating* das prestadoras do SMP”.

Com este entendimento, a Anatel parece ignorar tanto o princípio da neutralidade em si, quanto as regras derivadas dele no Marco Civil e sua regulamentação (o Decreto 8.771/2016), entre elas o “**dever de tratar de forma isonômica quaisquer pacotes de dados, sem distinção por conteúdo, origem e destino, serviço, terminal ou aplicação**”. A prática de *zero rating* não seria, justamente, um tratamento não isonômico dos pacotes de dados tanto por conteúdo quanto por origem, serviço e aplicação?

O Brasil avança ao afirmar o princípio da neutralidade de rede como princípio em sua lei máxima sobre direitos na Internet, o Marco Civil da Internet. Mas a implantação de uma permissão ou obstaculização à prática ainda carece de detalhamento maior e de ação dos órgãos reguladores



Defensores do ZR argumentam que não se trata de uma discriminação nos pacotes de dados, mas de arranjos comerciais entre operadoras e provedores de conteúdo cuja aplicação envolve apenas alteração no que é considerado ou não no consumo de franquias. Entendemos aqui que tais argumentos não se sustentam, uma vez que **a não contabilização traz em si aspectos de discriminação por origem ou serviço.**

Ainda que a autoaplicabilidade do princípio não seja reconhecida, o decreto que regulamenta o Marco Civil da Internet prevê exigências capazes de pôr em questão a autorização das práticas de precificação diferenciadas. A norma proíbe condutas unilaterais ou acordos entre o responsável pela transmissão e os provedores de aplicação que “comprometam o caráter público e irrestrito do acesso à internet e os fundamentos, os princípios e os objetivos do uso da internet no País”.

O decreto também veda os mencionados acordos que priorizam pacotes de dados em razão de arranjos comerciais. É exatamente o que ocorre nos casos de precificação diferenciada analisados: pacotes são priorizados ao não serem contabilizados, ao terem possibilidade de volume adicional de dados para seu consumo ou ao serem ofertados como adicionais a preços mais módicos. Por fim, também proíbe acordos que privilegiem aplicações ofertadas pelo próprio responsável pela transmissão. Como visto acima, diversos serviços das operadoras ou do grupo econômico são ofertados.

Se a precariedade da penetração da internet e do modelo de conectividade terminam por criar um ambiente no qual o acesso não contabilizado facilita o acesso a determinadas aplicações por usuários dependentes de franquias de dados, por outro, é preciso reconhecer que os acordos comerciais, tanto de serviços não contabilizados quanto de volumes adicionais de dados e venda casada, comprometem o caráter público e irrestrito do acesso à internet ao restringir a fruição plena da internet em troca de acesso a essas aplicações específicas. Além disso, tais acordos impactam negativamente outros fundamentos, princípios e objetivos, como a liberdade de expressão, a pluralidade e diversidade e a livre concorrência.

Em suma, o *zero rating* é tema que provoca intensas polêmicas. Países como Índia e Canadá já avançaram para uma proibição expressa. Nos dois casos, vale lembrar, sem que a vedação tenha implicado restrições ao acesso de seus cidadãos. Em diversos países, a autoaplicabilidade do princípio da neutralidade de redes demandou normas infralegais e interpretações de órgãos reguladores. A experiência europeia exemplifica como a diretiva pode ser apreendida de forma mais flexível pelas autoridades regulatórias, mas ser reconhecida como suficiente para vedar o *zero rating* no âmbito do Judiciário.

4.2. REGULAÇÃO DE FRANQUIAS E LIMITAÇÃO DO ACESSO

Em 2013, a Anatel regulamentou o uso do modelo de franquias no provimento de serviços de internet móvel por meio da Resolução 614⁴, que alterou o regulamento do

4 Informação disponível em: <https://www.anatel.gov.br/legislacao/resolucoes/2013/465-resolucao-614>

Serviço de Comunicação Multimídia (SCM), serviço empregado por prestadoras que oferecem acesso à internet. A norma afirma que os planos com modelo de franquia devem assegurar a continuidade do serviço após o consumo até o limite contratado, oferecendo a possibilidade de pagamento do consumo excedente ou redução da velocidade, sem cobrança adicional.

A **não suspensão do serviço foi elevada à condição de direito dos usuários previsto em lei com a aprovação do Marco Civil da Internet**, que, em seu Artigo 7º, prevê como uma garantia aos cidadãos a “não suspensão da conexão à internet, salvo por débito diretamente decorrente de sua utilização”.

Mas se o modelo de franquias foi incorporado nos pacotes de acesso móvel, tornando-se prática comum no país, no provimento de acesso à internet fixa, a polêmica ganhou teores mais intensos. Em 2016, a Vivo anunciou que passaria a adotar o modelo para seus planos de acesso fixo, no que foi logo seguida pelas principais operadoras do país. O segmento passou a pressionar a Anatel para institucionalizar a prática. Entidades da sociedade civil promoveram iniciativas contrárias ao movimento das operadoras, mobilizando outros atores e usuários de todo o país⁵. Diante da pressão, a Anatel decidiu adiar a decisão sobre o tema⁶.

A resolução deste imbróglio merece atenção. A não adoção da franquia na internet fixa está relacionada à assunção da sua essencialidade para diversas atividades fundamentais da vida contemporânea, do acesso à informação necessário para a participação democrática a transações bancárias, compras, aprendizagem e saúde. A pandemia do novo coronavírus escancarou essa condição da internet como pressuposto da sociabilidade na atual conjuntura. Considerando o cenário descrito logo no início deste estudo, no qual 58% só acessam a internet pelo celular, as franquias no acesso móvel atingem um amplo contingente populacional.

Assim, o modelo de precificação diferenciada promove uma realidade de **diferentes classes de internautas no Brasil** na prática, o que torna imperativo que o reconhecimento aplicado à internet fixa seja estendido à Internet móvel. Vale lembrar aqui a insustentabilidade de um dos argumentos fundantes dos defensores do modelo de franquia. Vários autores questionam com propriedade a necessidade de equacionar a necessidade de manter uma rede com capacidade de tráfego diante da crescente demanda seja do lado dos provedores de aplicações com serviços mais sofisticados, seja do lado dos usuários cujo padrão de consumo vem gerando tráfego em maiores volumes. Para estes autores críticos, o congestionamento está ligado a momentos pontuais, e não ao conjunto de dados no mês. Mais do que isso, no caso brasileiro não houve demonstração que justificasse a adoção das limitações de consumo.

5 Para saber mais: <https://idec.org.br/em-acao/em-foco/idec-argumenta-contr-franquia-na-internet-fixa-em-consulta-publica-da-anatel>

6 Conforme noticiado pela própria Anatel: <http://www.anatel.gov.br/consumidor/telefonica-celular/direitos/desbloqueio-do-aparelho/99-novidades/544-anatel-proibe-limites-na-internet-fixa-por-prazo-indeterminado>

Além disso, o MCI é claro ao arrolar entre os direitos dos usuários a não suspensão do serviço, a não ser em caso de dívida. O fim de uma franquia não pode ser compreendido como dívida, mas como um parâmetro de consumo arbitrariamente definido pela operadora que não se confunde com uma inadimplência dos usuários contratantes do serviço. Como caminho intermediário, o controle da velocidade neste momento é uma alternativa que não exclui o usuário do acesso ao conjunto da internet, embora prejudique a realização de atividades mais complexas.

Por fim, há fortes indícios de que a combinação de franquias e bloqueios após o seu final (com práticas de precificação diferenciadas) está menos relacionada à gestão da rede e mais vinculada ao movimento do empresariado do setor de potencializar a receita por usuário, visando resultados operacionais mais robustos e retornos mais efetivos a seus acionistas. Cabe lembrar também a ponderação de que as franquias na internet móvel também servem como recurso para manter o mercado das distribuidoras de TV paga, em alguns casos dos mesmos grupos econômicos (como a Claro/NET). Ao limitar o acesso a conteúdos pela Internet, elas impedem que o streaming se torne uma alternativa viável à TV paga.

O Conselho Diretor da Anatel ainda tomará uma decisão definitiva sobre a adoção ou não da franquia na Internet fixa, devendo considerar a manifestação do Comitê de Defesa dos Usuários de Telecomunicações (CDUST), o qual aprovou a proposta do Idec para que a agência rediscuta o regulamento aprovado em 2013 estipulando regras permissivas sobre a franquia⁷. Esta mobilização influenciou também a criação de um projeto de lei proibindo a prática. Após pressão do Idec, que junto de outras organizações da sociedade civil escreveu uma carta aberta sobre o tema⁸, o texto foi aprovado no Senado e nas comissões temáticas da Câmara, aguardando votação do plenário desde 2017 (agora como PL 7.182/2017⁹).

7 Mais informações em <https://idec.org.br/em-acao/em-foco/franquia-de-dados-na-internet-idec-pressiona-anatel-a-ouvir-consumidor>

8 A íntegra da carta pode ser conferida em https://idec.org.br/ckfinder/userfiles/files/Carta%20aberta_%20Comiss%C3%A3o%20de%20Defesa%20do%20Consumidor_%20C%C3%A2mara%20dos%20Deputados.pdf

9 O texto do PL está disponível em <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichade-tramitacao?idProposicao=2126316>

O fim de uma franquia não pode ser compreendido como dívida, mas como um parâmetro de consumo arbitrariamente definido pela operadora que não se confunde com uma inadimplência dos usuários contratantes do serviço



5. ASPECTOS CONCORRENCIAIS DO MODELO DE ACESSO MÓVEL E OS IMPACTOS SOBRE O DIREITO À CONEXÃO À INTERNET

5.1. A DINÂMICA DE CONCORRÊNCIA NO MERCADO DE ACESSO MÓVEL

A dinâmica concorrencial do mercado de acesso móvel é definida por um alto custo de implantação da rede e um baixo custo marginal de inclusão de novos consumidores. Assim, a competição no setor passa pela superação de uma série de barreiras à entrada. A primeira e mais central delas é a implantação da infraestrutura ou possibilidade de contratação desta de forma não discriminatória, a partir de regulações de desagregação de redes. Onde tal arcabouço legal é bem introduzido, as operadoras não detentoras de redes (MVNOs, na sigla em inglês) têm chances maiores de conseguir disputar com as controladoras de redes próprias. Uma segunda barreira é a montagem de uma estrutura de comercialização dos planos, suporte da rede e atendimento aos clientes no conjunto do território pretendido. Em um país como o Brasil, de dimensões continentais, tais desafios acarretam em mais custos.

Mas o debate sobre os impactos concorrenciais implica compreender tanto o mercado do acesso móvel quanto o de aplicações e conteúdos. Este último possui uma estrutura diferente, mas também com dinâmicas geradoras de barreiras à entrada, uma vez que o novo ambiente digital é controlado e as práticas anticompetitivas podem ser potencializadas por meio do controle dos dados e do emprego de sistemas sofisticados de processamento de informações, como algoritmos e inteligência artificial. **As tecnologias digitais permitem também uma ampliação da assimetria de informação e poder dos ofertantes de bens e serviços sobre os consumidores.**

Na ponta de lança desta competição virtual estão as plataformas digitais¹. Estas se tornaram não apenas líderes no setor de tecnologia, mas agentes-chave na forma como a sociedade discute, interage, produz e transaciona seus bens e serviços. A

¹ Estas podem ser compreendidas como sistemas tecnológicos em que se desenvolvem atividades sobre uma base tecnológica, mas dos quais participam outros agentes (produtores, intermediários, usuários). As plataformas digitais possuem como principal ativo a facilitação do acesso entre diferentes lados, conectando usuários, vendedores, anunciantes e trabalhadores em diversos arranjos. Por conta disso, esses sistemas tecnológicos têm grande impacto sobre as atividades onde estão inseridos.

concorrência nos mercados associados a esses agentes é marcada pelo seu caráter multilados, pelo uso intensivo de dados para predição e modulação de comportamentos, pela forte base tecnológica e pela busca desses agentes por se tornarem *gatekeepers* da Internet.

A quantidade de aplicações disponíveis aos usuários é imensa. Entre 2014 e 2019, o número de apps ativos mais do que dobrou, indo de 2,2 milhões para 4,5 milhões². O número de downloads de aplicativos e o faturamento do setor também cresce, chegando, em 2020, a 218 bilhões de novos downloads e gastos de US\$ 143 bilhões em lojas de apps, com US\$ 240 bilhões gastos em publicidade por meio desses serviços³.

O Brasil foi o 2º país em horas gastas em experiências com dispositivos móveis: 4,8 horas por dia, atrás apenas da Indonésia, com 5,2 horas. Entre 2019 e 2020, no contexto da pandemia de COVID-19, houve aumento de 1 hora na média diária de tempo gasto no celular pelos brasileiros. Os apps com mais usuários ativos mensais em 2020 no país foram Whatsapp, Facebook, Instagram, Facebook Messenger e Netflix. Quando considerado o número de downloads, os mais baixados foram TikTok, CaixaTem⁴, Whatsapp, Facebook e Instagram.

Esse cenário levou à problematização do poder desses grupos, que chegam a ser caracterizados como “monopólios modernos” ou “monopólios digitais” segundo estudos do setor⁵. Neste sentido, diversas propostas e iniciativas de regulação surgiram nos últimos anos em diversos países do mundo, desde leis sobre direitos autorais a normas de proteção de dados, passando por iniciativas para coibir mensagens falsas ou obrigar a retirada de conteúdos ilegais ou prejudiciais.

5.2. OS IMPACTOS DAS FRANQUIAS SOBRE OS USUÁRIOS E A CONCORRÊNCIA

O modelo de franquias, ou precificação baseada em uso, mobiliza uma série de discussões acerca de seus impactos tanto do ponto de vista concorrencial quanto dos usuários dos serviços.

Para uma série de autores críticos ao modelo, sua adoção maximiza a geração de receitas, garantindo ganhos para as empresas com qualquer perfil de usuário⁶. Dentre estas perspectivas críticas, é importante ressaltar que o expediente da **limitação de consumo de dados é uma forma de geração de escassez artificial para ampliar a receita por usuário** e, em consequência, os resultados operacionais das empresas, os

2 Segundo o relatório The State of Mobile Internet Connectivity Report 2020, do GSMA, disponível em <https://www.gsma.com/r/somic/>

3 Os dados constam do relatório The State of Mobile 2021 da consultoria APP Annie, disponível em <https://www.appannie.com/en/go/state-of-mobile-2021/>

4 Vale lembrar que este é o aplicativo utilizado para a solicitação e recebimento do Auxílio Emergencial pago pelo governo federal durante a pandemia de COVID-19.

5 Para aprofundar o tema do mercado de aplicações e o poder das plataformas digitais, consulte a bibliografia recomendada ao final deste estudo.

6 Para ir além no tema das críticas ao modelo de franquias, também sugerimos consultar a bibliografia recomendada.

retornos aos acionistas e suas valorações de mercado. O resultado disso, alertam os autores, vai além da disputa concorrencial entre operadoras de telecomunicações e fornecedores de serviços online, restringindo o próprio direito dos cidadãos ao acesso à internet.

Do ponto de vista concorrencial, a adoção das franquias torna-se uma vantagem competitiva, justamente por conta da potencialização de receita por usuário. Assim, a adesão de um concorrente ao modelo cria uma pressão para que os demais o sigam. O caso brasileiro ilustra essa dinâmica, com a presença onipresente das franquias e da limitação do acesso.

Dado os prejuízos causados pelo bloqueio após consumo dos dados contratados, surgiram em diferentes países campanhas para proibir este modelo. No Brasil, o movimento das operadoras para instituir franquias também ensejou diferentes iniciativas, como a campanha Internet sem Limites e a Campanha Banda Larga é um Direito Seu



Já o bloqueio após o consumo dos dados contratados também possui lógica semelhante. A introdução deste é motivada pela estratégia de maximização da receita por usuário, seja pela aquisição de pacotes de dados adicionais, seja pelo modelo de pagamento pelos dados extra consumidos. Ao ser colocada por um primeiro competidor como tática para a otimização de receitas e melhoria dos resultados operacionais, pode-se observar um espriamento para os demais competidores. Seria possível argumentar que o não bloqueio e a adoção de uma velocidade limitada se tornariam uma vantagem competitiva. O caso brasileiro analisado na seção anterior mostra, contudo, que esta se dava como exceção e não como regra entre as operadoras.

Dado os prejuízos causados por este modelo, surgiram em diferentes países campanhas para proibir a franquia de dados. Um exemplo é a campanha “Pare a franquia” (Stop the cap) nos Estados Unidos⁷.

No Brasil, o movimento das operadoras para instituir franquias, como foi mencionado anteriormente, também ensejou diferentes iniciativas, como a campanha Internet sem Limites e a Campanha Banda Larga é um Direito Seu. Tais iniciativas chamaram a atenção para os efeitos prejudiciais deste modelo tanto aos usuários quanto no âmbito da estrutura dos mercados, combinando as dimensões de direitos humanos, consumerista e concorrencial.

7 Mais informações em: <https://stopthecap.com/>

5.3. IMPACTOS CONCORRENCIAIS DAS PRÁTICAS DE PRECIFICAÇÃO DIFERENCIADAS

As práticas de precificação diferenciada impactam o mercado de acesso móvel ao dar uma vantagem competitiva às operadoras que fazem uso deste expediente para ofertar aos consumidores de menor poder aquisitivo uma alternativa (às vezes, a única) de consumo de aplicações, em geral aquelas com grande popularidade. Desta forma, para além de quesitos clássicos como oferta, preço, qualidade do serviço e condições dos planos, as aplicações passaram a fazer parte dos critérios avaliados por consumidores para a escolha de seus planos.

O *zero rating* impacta também as operadoras que ofertam serviços de acesso móvel embora sem serem detentoras de redes. Neste caso, em que a administração do tráfego não cabe a tais agentes, a promoção de práticas de ZR apresenta-se como uma alternativa mais difícil pelo menor porte econômico das operadoras para celebrar os acordos com as donas das redes e pela menor capacidade de gestão do tráfego. Assim, o uso deste expediente assume o caráter de uma vantagem competitiva que pode impor barreiras à entrada pelos operadores móveis detentores de infraestrutura a outros que não controlam este ativo.

Já o mercado de aplicações e conteúdos é afetado pelo *zero rating* a partir do momento em que este cria um incentivo para que o consumo de uma aplicação ou de um conjunto de aplicações patrocinadas ocorram de forma intensa, sem a preocupação de que a quantidade contribua para o consumo da franquia. Essas aplicações, assim, assumem uma outra dinâmica que não a da escassez dos dados imposta pelos modelos de franquia do acesso móvel.

A inserção das aplicações nos planos com ZR pode ocorrer por diferentes motivações. Se o custeio se dá pela empresa responsável pelo app, a razão está vinculada ao modelo de negócios da companhia. Se este é pago, a inclusão no plano patrocinado pode ser um incentivo à contratação daquele serviço (como no caso do Netflix). Já se o app é gratuito (o que ocorre no caso das maiores plataformas transnacionais), a introdução deste no ZR potencializa o uso contínuo necessário para as diferentes formas de receita desses serviços, como a publicidade e a coleta de dados para anúncios e serviços personalizados.

Neste cenário, há **riscos de a oferta de pacotes diferenciados por serviços não contabilizados fortalecer a posição das operadoras de acesso à internet como gatekeepers do ambiente online**. Ao poder influir em quais conteúdos podem ter condições mais ou menos favoráveis de chegar ao usuário, tal dinâmica produz consequências aos provedores de aplicações e aos próprios usuários.

O relator para a liberdade de expressão da ONU, David Kaye, em seu relatório para o Conselho de Direitos Humanos em 2017⁸, registrou que “apesar das variações, os acordos de *zero rating* privilegiam determinados conteúdos e podem aumentar o custo dos dados medidos”. “Usuários que têm dificuldade para pagar [o volume de] dados con-

8 O relatório está disponível em <https://www.ohchr.org/en/issues/freedomofopinion/pages/sr2017reporttohr.aspx>

sumidos podem acabar contando exclusivamente com os serviços não contabilizados, resultando em acesso limitado à informação para comunidades que já são marginalizadas em seu acesso à informação e participação pública”, afirma Kaye.

Autoridades reguladoras de telecomunicações de vários países também alertam para os impactos negativos do *zero rating*, especialmente na criação de vantagens competitivas para algumas poucas aplicações, implicando em restrições de acesso aos usuários. A autoridade canadense (CRTC), em sua Política Regulatória 2017-104⁹, elencou outros argumentos relacionados a impactos negativos da prática sobre a competição no mercado. Um deles é o alto custo, o que torna o modelo viável apenas para empresas grandes e/ou estabelecidas no mercado. Na análise da CRTC, não foram encontrados pequenos provedores ofertando o recurso. Em relação aos provedores de conteúdo, há uma tendência destes optarem por operadoras de telecomunicações maiores uma vez que sua intenção é ofertar sua aplicação ao maior número de consumidores. No médio e longo prazos, o modelo consolida as operadoras como gatekeepers de apps e conteúdos. A entidade defende que a concorrência no serviço de acesso móvel à internet deve ser focada em aspectos como preço, velocidade, volume, cobertura e qualidade da rede, e não em conteúdos.

5.4. PRECIFICAÇÃO DIFERENCIADA, FRANQUIAS E CONCORRÊNCIA: O DEBATE BRASILEIRO

No Brasil, a precificação diferenciada foi objeto de análise pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), que, em resposta a provocação do Ministério Público Federal, fez coro ao entendimento já elaborado pela Anatel e pelo então Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC). Os órgãos consideram que o princípio da neutralidade se refere apenas a questões de condição de tráfego, sendo os planos de *zero rating* analisados meros modelos econômicos de diferenciação das operadoras.

Em seu parecer, a Anatel recorreu às orientações instituídas pela organização de órgãos reguladores das telecomunicações da Europa, Berec (sigla em inglês). No já mencionado documento de orientações, o Berec não proibiu a prática do *zero rating* a priori, mas deixou livre para cada país do bloco regulamentar o tema à sua maneira, estabelecendo um conjunto de critérios a serem considerados nas análises dos mercados nacionais. A posição, como visto, foi revertida pelo Judiciário europeu, que entendeu o *zero rating* como violador das normas da região.

A menção à abordagem do Berec pela Anatel não leva em conta o contexto brasileiro, isto é, a escala das práticas de zero rating assumidas aqui e o impacto no consumidor brasileiro - considerando o seu perfil e sua renda e as condições do acesso à internet no país. Além disso, ainda que fosse possível a comparação entre os cenários europeu e brasileiro, é importante lembrar que o Brasil não responde aos critérios estabelecidos pelo órgão europeu.

9 O documento pode ser consultado em <https://crtc.gc.ca/eng/archive/2017/2017-104.htm>

Em primeiro lugar, **a maioria dos planos de zero rating analisados nesta pesquisa suspendem a navegação exceto para os aplicativos acobertados pelo zero rating.** Em segundo lugar, os consumidores **brasileiros não possuem o direito de combinar a velocidade do plano móvel**, atributo que não é sequer colocado de forma clara na publicidade dos planos. Em terceiro, as **práticas de franquia e serviços não contabilizados assumiram uma escala imensa no Brasil**, onde quase a totalidade dos planos incluem práticas de *zero rating* e, em geral, envolvendo o grupo Facebook, de modo que a possibilidade de escolha final do consumidor é materialmente reduzida.

Já o Cade considerou que as práticas denunciadas não são anticoncorrenciais e reiterou o posicionamento da Anatel e do MCTIC de que não se deve bloquear previamente ou desestimular os modelos de negócios das empresas da cadeia de internet que ocorrem no âmbito de relações privadas, mas monitorar tais modelos, tomando as medidas cabíveis caso seja identificada uma infração. Dessa forma, a decisão do órgão passou pela individualização da conduta, pela análise da posição dominante dos agentes e do mercado relevante.

A análise em questão ancora-se em fundamentos problemáticos, não considera aspectos importantes dos impactos concorrenciais desta prática e de como ela pode contribuir para a reprodução ou ampliação das barreiras à entrada nos mercados relacionados às práticas de precificação diferenciadas. Sistematizamos a seguir tais problematizações:

(I) O mercado de aplicações e conteúdos é concentrado. Em todo o mundo, há um esforço de renovação das abordagens e instrumentos concorrenciais e antitruste para analisar as estruturas de mercado e definir soluções para problemas de competição. Os dados internacionais e nacionais evidenciam a concentração em torno de grupos de aplicações, sobretudo do Facebook. Não por acaso, há anos os apps deste conglomerado seguem entre os mais populares e mais baixados no mundo. Além disso, o mercado deve ser observado para além dos indicadores de participação de mercado, mas também de sua dinâmica marcada por efeitos de rede e por barreiras à entrada no controle e uso dos dados coletados para oferta de serviços personalizados, em especial, publicidade.

(II) Embora não tenha sido possível constatar casos de acordos de exclusividade (o que demandaria uma investigação mais profunda pelos órgãos competentes), emergiram no Brasil práticas de precificação diferenciada com serviços das próprias operadoras. Se tais arranjos não foram encontrados pelo Cade à época, faz-se necessário revisitar tal ponto. É válido acrescentar que a inexistência de acordos de exclusividade não necessariamente previne efeitos danosos. A recorrência dos aplicativos do Facebook nas ofertas de *zero rating* expressa, ao contrário, um favorecimento a este agente no mercado de aplicações e conteúdos.

(III) Sendo o *zero rating* um elemento importante da oferta para além do preço, é difícil afirmar que a presença deste elemento nos pacotes não tenha qualquer impacto sobre a escolha dos usuários e seja, portanto, um fator concorrencial. Além disso, a permanência dos serviços não contabilizados após o fim da franquia é chave para a continuidade do acesso do usuário quando do esgotamento da franquia, sendo fator competitivo relevante. O problema apenas não foi mensurado, uma vez que as próprias autoridades competentes, seja o Cade ou a Anatel e o MCTIC/Minicom, não realizaram pesquisas neste sentido, quando teriam condições para tal.

(IV) O usuário não acessa todos os aplicativos sob igualdade de condições. Mesmo dentro da franquia, o fato de haver serviços não contabilizados ou compra de volume adicional de dados implica condições diferenciadas que impactam a frequência de uso das aplicações. Os dados de acesso da pesquisa TIC Domicílios mostraram como apps e conteúdos mais “pesados” são menos consumidos. Esses indicadores apontam para o fato de que os usuários modulam suas experiências online a partir da franquia e das aplicações que não são contabilizadas. Do ponto de vista concorrencial, essa lógica caracteriza um favorecimento evidente aos apps objeto de precificação diferenciada.

(V) É equivocada a tese de não haver prejuízos aos usuários e ao mercado. Partindo de premissas mal colocadas, especialmente acerca do mercado de aplicações e conteúdos, o Cade e a Anatel não apreendem impactos prejudiciais do *zero rating*. Ao ser implantado como forma de manutenção de um acesso limitado após o fim da franquia, mas somente de apps populares, assumiu a condição de incentivo ao modelo de bloqueio, não da manutenção do acesso à internet com velocidades limitadas. Com isso, há violação tanto do direito ao acesso à internet quanto do direito ao não bloqueio do serviço, ambos institucionalizados no Marco Civil da Internet. Do ponto de vista do mercado, é vantagem competitiva que ergue barreiras à entrada no mercado de operadoras de telecomunicações. Já no mercado de conteúdos, constitui-se em um claro favorecimento. Por fim, estudos mostraram que o *zero rating* pode provocar o aumento dos preços de planos.

(VI) O argumento da “economia de dados” que pode ser dirigido para outras aplicações não se sustenta. Em um cenário brasileiro de alta desigualdade e baixo poder aquisitivo de parcela expressiva da população, o ZR termina por ser um incentivo para a contratação de planos com franquias menores, ficando os consumidores limitados a essas aplicações após o fim dos limites pré-contratados.

6. MODELO DE ACESSO MÓVEL, PRECIFICAÇÃO DIFERENCIADA E DESINFORMAÇÃO

O modelo de acesso móvel brasileiro não apenas interfere na dinâmica dos mercados vinculados (provisionamento de acesso e aplicações e conteúdos) e limita o direito de acesso à internet, como já demonstrado ao longo deste estudo. É preciso, ainda, destacar a relação entre a configuração do modelo regulatório e de negócios da internet móvel e um dos maiores desafios das democracias modernas: a desinformação.

A ocorrência cada vez maior do que ficou conhecido popularmente como “fake news” ensejou discussões conceituais sobre o tema, com contribuições acadêmicas e também de órgãos reguladores da comunicação em diferentes países e regiões¹. De modo geral, podemos afirmar que o fenômeno da desinformação trata da produção e difusão de informação sabidamente falsa (portanto, não objeto de um erro desavisado) com intuítos determinados, sejam eles econômicos, políticos, sociais ou culturais. Nessa formulação, não basta apenas a falta de base factual ou a intenção de causar dano. Os dois aspectos devem estar combinados, configurando uma prática construída deliberadamente, com finalidade de lesar algo ou alguém, seja um indivíduo, seja uma coletividade, seja o conjunto da sociedade.

O caso mais notório foi o escândalo da Cambridge Analytica, empresa que usou dados obtidos a partir de um app no Facebook para criar estratégias de interferência em processos políticos, como as eleições presidenciais da Nigéria em 2015 ou as dos Estados Unidos em 2016; ou ainda, o referendo sobre a permanência ou não do Reino Unido na União Europeia, popularmente nominado de Brexit. Em 2018, a disputa pela presidência do Brasil foi marcada pela difusão massiva de notícias falsas, ao ponto de a missão observadora da Organização dos Estados Americanos (OEA) classificar a prática como “sem precedentes”.

Mas a disseminação de mensagens falsas não se restringe a afetar processos eleitorais ou institucionais. Na Índia, o fenômeno das fake news assumiu contornos mais dramáticos, como a ocorrência de uma série de assassinatos após uma onda de conteúdos

1 Para uma maior compreensão do debate, sugerimos consultar as referências bibliográficas reunidas ao final desta publicação.

difundidos no WhatsApp estimulando o conflito entre grupos populacionais. Com o surgimento da pandemia, pesquisas também mostraram que, no Brasil e em diversos países, conteúdos enganosos em diversos aspectos ganharam espaço, seja apresentando curas milagrosas, seja buscando desacreditar medidas de prevenção e autoridades sanitárias.

Esta proliferação da circulação de desinformação fez emergir também intensas discussões sobre possíveis medidas para combater e mitigar essa prática e seus efeitos na população. O principal remédio propagado pelos mais distintos atores sociais é a verificação de informações, para que usuários possam saber se determinada mensagem é enganosa ou não, juntamente com a educação midiática e a ampliação da transparência da circulação de mensagens na internet, especialmente nas grandes plataformas.

Com isso, surgiram variados projetos de checagem de fatos no Brasil e no mundo, organizados em torno da Rede Internacional de Checagem de Fatos (IFCN, na sigla em inglês)². No Brasil, foram criadas agências específicas (como Aos Fatos, Lupa, Boatos.org) e projetos associados e veículos tradicionais (Fato ou Fake, Estadão Verifica e Comprova). Órgãos federais criaram seus próprios sistemas de checagem, como a Câmara dos Deputados e o Tribunal Superior Eleitoral.

Plataformas como Facebook e Google foram sendo pressionadas a assumir compromissos contra as *fake news* e firmaram acordo com verificadores de fatos para que estes analisem mensagens denunciadas como falsas. A atuação das próprias plataformas na mediação dos conteúdos que por ela circulam, contudo, não tem aprovação unânime, merecendo questionamentos acerca de seus métodos, atuação e da evocação da condição de árbitros da verdade.

O relatório do grupo de especialistas da Europa sobre o tema³ lista entre os remédios necessários ações para ampliar a eficiência e transparência dos checadores de fatos. O Comitê Gestor da Internet editou guia sobre Internet, Democracia e Eleições⁴, em 2018, sugere como ações para os usuários desconfiar de determinados tipos de conteúdos (como títulos bombásticos), pensar antes de clicar, verificar as fontes, duvidar de informações sem referências e checar informações.

O manual do Comitê Gestor da Internet exemplifica como pode ser feita uma checagem de informação: “Isso é bem mais fácil com a internet: por exemplo, se alguém afirma que o desemprego aumentou no último ano, basta buscar os dados publica-

2 Site oficial: <https://www.poynter.org/ifcn/>

3 O relatório A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation, de 2018, está disponível em: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

4 A publicação do CGI.br pode ser consultada em: <https://cgi.br/media/docs/publicacoes/13/Guia%20Internet,%20Democracia%20e%20Elei%C3%A7%C3%B5es>

dos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) ou outro órgão oficial que trabalhe com esses dados. Mas nem sempre temos tempo para fazer esse tipo de checagem. Muitas vezes é mais simples fazermos uma busca e verificar o que dizem outras fontes sobre o tema. E mesmo isso pode ser complicado.”

Assim, a checagem não se resume às análises das agências verificadoras de fatos, mas abarca as práticas dos próprios usuários de buscar mais informações sobre um assunto. As próprias plataformas indicam essa prática. Em suas perguntas mais frequentes sobre o tema⁵, o Whatsapp recomenda: “Se você ainda não tem certeza de que uma mensagem é verdadeira, faça uma busca on-line por fatos e verifique em sites de notícias confiáveis para descobrir a origem da história. Se, ainda assim, você tiver dúvidas, peça mais informações sobre o assunto a verificadores de fatos ou a pessoas em quem você confia.”

Mas quais são as condições da população de fazer isso? Como visto na seção 1, ainda há 24% dos brasileiros sem acesso à internet e 58% das pessoas no país dependem exclusivamente de uma conexão móvel. Quase metade dos brasileiros gastava até R\$ 70 por mês com planos de acesso. Em 2021, na Claro este valor permitia contratar um plano controle de 4 GB por um mês. Conforme a calculadora de uso de dados da operadora estadunidense AT&T⁶, esta quantia equivale, em 2021, a seis horas de vídeo em qualidade padrão.

As limitações impostas pelas práticas de Serviços Não Contabilizados ou de Volumes de Dados Adicionais geram uma série de pressões. A primeira é o controle autoimposto pelos usuários para evitar o consumo de dados. Isso dificulta uma navegação plena e a procura por mais informações em serviços e fontes diferentes daqueles serviços não contabilizados. Assim, este cenário acaba provocando uma dinâmica de autocensura indireta dos usuários como forma de preservação dos

Quais são as condições reais de a população checar a veracidade das informações às quais tem acesso? Ainda há 24% dos brasileiros sem acesso à internet e 58% das pessoas no país dependem exclusivamente de uma conexão móvel



5 Informação disponível em: https://faq.whatsapp.com/general/security-and-privacy/tips-to-help-prevent-the-spread-of-rumors-and-fake-news/?lang=pt_br

6 Disponível em: <https://www.att.com/support/data-calculator>

pacotes, essenciais para tantas práticas como já visto.

A segunda tem a ver com as fontes de consulta disponíveis aos usuários destes pacotes mais baratos. Se ao receber uma informação que gere dúvida, o caminho é verificá-la em um buscador, em um site oficial ou em um veículo jornalístico, o que o usuário pode fazer quando a franquia já terminou? Sem dinheiro para adquirir um volume de dados adicional ou renovar sua franquia, ele ou não poderá fazer esta consulta, ou terá que, obrigatoriamente, recorrer aos serviços não contabilizados. Não por acaso, portanto, as redes sociais mais presentes nos arranjos de *zero rating* aparecem como as principais fontes de informação dos brasileiros.

Um relatório do Instituto Reuters indicou que, no Brasil, o WhatsApp é o principal canal de informação e o Facebook, o segundo⁷. O mesmo documento indicou o WhatsApp como plataforma que gera mais preocupação dos brasileiros com desinformação (35%).


Essa preocupação não está restrita ao WhatsApp e não é acidental. Isso porque as produções acadêmicas vêm mostrando como a arquitetura das plataformas acaba potencializando a circulação de desinformação. Uma vez que estas, como visto, buscam estimular o “engajamento”, conteúdos mais sensacionalistas e “viralizantes” ganham mais destaques, o que acaba propagando também mensagens enganosas. Isso se dá tanto pela lógica de funcionamento das plataformas como pela falta de resposta efetiva destas, quanto ainda pela ausência ou insuficiência das reações adequadas de Estados ao problema⁸.

O cenário de acesso móvel no Brasil com suas práticas de precificação diferenciada transforma a maioria dos usuários em receptores de toda sorte de mensagens enganosas. Parte importante da população, que tem esta modalidade como forma única de acesso à internet, diminui suas opções de sites e serviços informativos tanto pelo cuidado para não consumir dados quanto pelo uso intenso dos apps ofertados como serviços não contabilizados, em sua maioria as plataformas onde circula boa parte da desinformação em nosso país. Em que pese algumas operadoras incluírem serviços noticiosos em suas ofertas de planos, na maior parte estas são em vendas casadas, impedindo que usuários de mais baixa renda adquiram estes recursos adicionais. Após o fim das franquias, a situação fica ainda mais problemática com a restrição de qualquer experiência online a essas aplicações, o que impede a possibilidade de recorrer a procedimentos básicos de checagem. Desta forma, a combinação franquia + bloqueio + práticas de precificação diferenciada torna-se combustível para a disseminação de desinformação.

7 O relatório Reuters Digital News Report 2020 pode ser consultado em: <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/>.

8 Para aprofundar o debate sobre a arquitetura de redes e sua relação com a disseminação de fake news, consulte as referências bibliográficas indicadas ao final deste estudo.

7. CONCLUSÕES

 Brasil é marcado por um cenário de acesso à internet desigual. Mas este não é apenas um reflexo das diferenças econômicas de renda de parcelas da população. O quadro atual é impulsionado pela forte dependência da população dos acessos móveis, a única opção de conectividade para seis em cada dez brasileiros.

Esta dependência ocorre em um cenário marcado pela oferta exclusiva, por parte das operadoras, de planos calcados em franquias de dados. Assim, as operadoras maximizam seus retornos por usuário e os consumidores ficam limitados a pacotes proporcionais ao que podem pagar. No levantamento dos preços praticados pelas principais operadoras do país, ficou evidente o caráter inversamente proporcional do custo por dado, o que penaliza sobretudo os consumidores de menor renda. Estes arcam com as médias mais altas por dados, enquanto ofertas de altos valores dispõem de médias muito mais acessíveis, beneficiando os segmentos de maior poder aquisitivo. Embora a Anatel esteja discutindo a validade ou não das franquias no acesso fixo, entendemos ser pertinente problematizar o expediente também no modelo móvel. Como discutido, faltam evidências da necessidade deste modelo de negócios, transparecendo mais uma estratégia de busca por ampliar a receita por usuário.

Mas o contexto torna-se ainda mais preocupante no âmbito do direito ao acesso à internet pelo fato das operadoras brasileiras bloquearem os planos após o esgotamento das franquias, desrespeitando o direito ao não bloqueio do serviço previsto no Marco Civil da Internet (MCI). As alternativas de aquisição de dados adicionais ou de continuidade da navegação com a cobrança por MB extra não invalidam esta violação, uma vez que implicam custos adicionais aos usuários.

É importante ressaltar que não há evidências ou demonstração cabal por parte das operadoras acerca da necessidade de bloquear o acesso à internet ao fim das franquias se não pela instituição de formas de geração de receitas. A condição para o bloqueio prevista no MCI, quando há débito do consumidor, não se aplica a esse caso. Assim, o bloqueio ao fim das franquias viola tanto este dispositivo quanto o próprio direito ao acesso consagrado no Marco Civil. Um modelo alternativo que evitaria essa violação seria a manutenção da conexão com velocidade limitada após o indivíduo exaurir o volume de dados previamente contratado.

O levantamento apresentado no presente estudo evidenciou como as práticas de precificação diferenciada são largamente recorrentes nas principais operadoras do país.

Esses arranjos econômicos vêm despertando polêmicas, tendo sido proibidos em legislações nacionais no Canadá, na Índia e mais recentemente em decisão da Corte de Justiça Europeia. Em outros países, contudo, são práticas recorrentes. Mesmo em países onde a neutralidade de rede foi consagrada como princípio institucionalizado no arcabouço legal, há situações em que reguladores nacionais optaram por análises “caso a caso”, elegendo parâmetros próprios para o exame da pertinência ou não da admissão de tais experiências.

No Brasil, a neutralidade de rede foi aprovada no Marco Civil da Internet. Contudo, como em outras experiências observadas, a vedação das práticas de precificação diferenciadas não foi automática. A verificação da validade ou não destas condutas no Brasil deu-se tanto em análises da Anatel quanto do Cade. O estudo buscou prover um escrutínio dos argumentos apresentados pelas autoridades regulatórias e indicar suas insuficiências. Do ponto de vista do exame do respeito aos preceitos concernentes à neutralidade de rede, o primeiro critério do Art. 9º diz respeito ao caráter público e irrestrito da rede bem como seus fundamentos. As práticas de precificação diferenciadas empregadas na maioria dos casos investigados violam o caráter irrestrito da rede ao limitar a experiência do usuário aos serviços não contabilizados quando do fim da franquia.

O modelo combinado da precificação diferenciada com franquia e bloqueio ferem fundamentos do Marco Civil, como a pluralidade e diversidade, a abertura e a colaboração, a finalidade social da rede e a livre concorrência



Além disso, o modelo combinado da precificação diferenciada com franquia e bloqueio fere fundamentos do Marco Civil, como a pluralidade e diversidade (ao não permitir o consumo que não seja dos apps não contabilizados), a abertura e a colaboração (limitação da capacidade de acesso, produção e difusão de conhecimento do usuário), a finalidade social da rede (que envolve o seu uso para o exercício da cidadania por meios digitais e a inclusão da população na sua fruição) e a livre concorrência (que comentaremos adiante).

Por fim, o MCI e sua regulamentação coíbem práticas que privilegiam as aplicações da própria operadora ou por empresa de seu grupo econômico. São exemplos disso Claro Vídeo e Now em planos da operadora Claro, Vivo HomeFix, Vivo Read e Vivo Meditação nos

planos da operadora Vivo e TIM Banca Virtual em alguns planos da operadora TIM. Assim, há violações flagrantes dos dispositivos do arcabouço normativo brasileiro da neutralidade de rede que merecem atenção e investigação por parte das autoridades competentes.

No âmbito concorrencial, é possível também problematizar as práticas de precificação diferenciada em si e em sua intersecção com as franquias de dados e com o modelo de bloqueio. Estas condutas são estratégias concorrenciais que conformam vantagens competitivas claras. Mas é no mercado de aplicações e conteúdos que os efeitos são mais evidentes. A investigação mostrou como os apps da empresa Facebook estão na maioria dos arranjos de *zero rating*.

Apesar de todas estas evidências, os órgãos de gestão das telecomunicações (Anatel e ministérios) e da ordem econômica (Cade) têm compreensão frágil sobre a dinâmica do mercado de aplicações e conteúdos e da dinâmica concentradora deste, ignorando riscos à concorrência e os direitos dos usuários. Os arranjos de franquias são um estímulo ao consumo muito mais intensivo de aplicações inclusas nos planos como serviços não contabilizados ou nas ofertas de valor adicional, configurando favorecimento a determinados agentes e limitações às formas de navegação por parte dos usuários.

Ainda mais graves são os efeitos do cruzamento entre práticas de precificação diferenciada, franquias e bloqueio. O impedimento ao acesso à internet, mantendo acessíveis apenas aplicações inclusas nas ofertas, escancara um favorecimento em um ambiente em que as opções do consumidor ficam limitadas a estes aplicativos disponibilizados como resultado dos arranjos comerciais definidos por cada operadora. Neste cenário, fica evidente o prejuízo à escolha do usuário, ao seu direito ao acesso à internet e à livre concorrência, já que os demais serviços e aplicativos online são excluídos da possibilidade de fruição neste momento.

Por fim, é urgente considerar os efeitos deste cenário sobre o direito à comunicação, sobretudo à liberdade de expressão, ao acesso à informação e à própria participação política. Enquanto a desinformação é apontada como problema estrutural das democracias contemporâneas, o principal instrumento de combate a este, a verificação de informações, é diretamente impactada e limitada pelo modelo de acesso móvel construído no Brasil.

8. UMA AGENDA PARA O ACESSO MÓVEL À INTERNET NO BRASIL

Diante do quadro apresentado, apresentamos um conjunto de recomendações para superar os obstáculos e dificuldades identificados ao longo do texto:

1. Construção de uma política estruturada de banda larga fixa com investimentos robustos em infraestrutura e em ofertas de último quilômetro para a população de baixa renda, negra e em áreas rurais, com a previsão explícita do acesso móvel como uma modalidade complementar para a garantia do acesso à internet.

2. As metas da política não devem se restringir à conectividade, mas devem assumir dimensões qualitativas de pacotes mínimos que permitam o acesso a serviços de aplicações do conjunto da cesta de atividades analisada pela pesquisa TIC Domicílios, do Cetic.br.

3. A definição da destinação de recursos deve contemplar os municípios nas piores situações de atendimento conforme o Plano Estrutural de Redes de Telecomunicações, mas não somente. É preciso considerar o contingente de cidadãos nos grandes centros urbanos desconectados ou restrito a formas precárias de conexão (wi-fi de terceiros e pacotes com franquias baixas).

4. Incentivos tributários nos pacotes de acesso móvel podem ser analisados como alternativa, desde que diretamente repassados à oferta de pacotes com custos subsidiados para faixas de população de baixa renda, como aquelas constantes no Cadastro Único.

5. No curto prazo, faz-se necessário fixar metas de melhoria das condições das redes usadas pelas operadoras, especialmente as companhias de acesso móvel, bem como de qualidade da conexão, ampliando os percentuais de garantias mínimas de velocidade diante do contratado. Considerando que 6 em cada 10 brasileiros acessam a internet somente por dispositivos móveis, devem ser pensadas me-

tas robustas e específicas para as operadoras de banda larga móvel.

6.

É fundamental a elaboração e implementação de um plano de transição do modelo de acesso móvel calcado em franquias para uma estruturação nos modelos de negócio baseada em diferentes velocidades, com metas de ofertas desta nova modalidade em um prazo de cinco anos. Este deve estar conectado à política nacional estruturada de banda larga de modo a permitir que tal migração não seja feita em detrimento da qualidade do serviço.

7.

As autoridades competentes devem fiscalizar a conformidade do respeito à neutralidade de rede constante no Marco Civil da Internet e em seu decreto regulamentador. Devem ser criados indicadores e ferramentas de avaliação transparentes para permitir a avaliação tanto pelos reguladores quanto pelos usuários e pela sociedade organizada.

8.

As autoridades competentes devem aplicar efetivamente a regra prevista no Marco Civil da Internet acerca da proibição do bloqueio após o esgotamento da franquia de dados enquanto este modelo estiver vigente. Uma vez que, conforme o MCI, tal hipótese é admitida somente em caso de inadimplência, deve-se evitar o bloqueio pelo consumo de franquias.

9.

As autoridades competentes devem aplicar a fiscalização acerca da proibição de práticas de precificação diferenciadas para aplicativos do próprio grupo econômico, prática recorrente conforme identificado no presente estudo.

10.

A melhoria do cenário de conexão envolve a promoção da competição no mercado de telecomunicações, e, em especial, de acesso móvel. Neste sentido, as autoridades competentes devem promover a concorrência no mercado de acesso móvel mantendo o mínimo de quatro operadoras nacionais como forma de estimular a competição e uma possível redução de preços aos usuários e atacando as barreiras à entrada de novos concorrentes.

11.

A exemplo de outros países, os órgãos reguladores devem editar ato normativo detalhando as diretrizes previstas na legislação, em critérios e indicadores de avaliações dos casos de análise concor-

rencial relacionados a práticas de precificação diferenciadas e outros arranjos de gestão de tráfego e de contratação de planos ofertados por operadoras.

12.

Para promover a concorrência no mercado de aplicações, os órgãos reguladores devem promover a desinversão de monopólios e oligopólios no setor, combatendo grupos econômicos que controlem índices de participação de mercado acima do que prevê a Lei 12.529 de 2011, que institui o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência.

13.

O combate aos efeitos prejudiciais no mercado de aplicações e conteúdos passa pela análise dos contratos de práticas de precificação diferenciadas estabelecendo limites para a inclusão de aplicações mais utilizadas.

14.

Instituir um regime de carregamento obrigatório de aplicações de entes sem finalidades lucrativas das funcionalidades ofertadas nas práticas de precificação diferenciadas pelas operadoras.

15.

Os recursos dos saldos de transição das concessões para autorização viabilizados pelo novo marco legal de telecomunicações podem compor os fundos de financiamento da política nacional. Verbas auferidas do leilão do 5G também devem ser empregadas para financiar as políticas de acesso. O Fundo de Universalização das Telecomunicações (FUST) deve ter seus recursos liberados e canalizados também para medidas de promoção da conexão das camadas e regiões com menores índices de acesso. Tal política deve considerar os limites concretos da inclusão pelo mercado e a redução das desigualdades no acesso em suas diversas dimensões, em especial no tocante a classe, raça e áreas geográficas. Os mecanismos de incentivo devem ir além de facilitar investimentos, tomando a universalização como mote e prever ferramentas regulatórias que viabilizem a conectividade ao conjunto dos brasileiros, com medidas específicas para aqueles menos atendidos.

16.

O princípio da neutralidade deve ser preservado no âmbito da adoção do 5G, com consequentes adaptações se necessário para permitir que o tratamento não discriminatório seja concretizado mesmo diante das possibilidades desta nova tecnologia.

9. BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA

PARA ENTENDER O MERCADO DE APLICAÇÕES E O PODER DAS PLATAFORMAS DIGITAIS:

José Van Dijck, Thomas Poell, Martijn de Wall. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*, Oxford University Press, 2018.

Nick Couldry e Ulisses Mejias. *The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford University Press, 2019.

David Evans e Richard Schmalensee. *Matchmakers: The new economics of multisided platforms*. Harvard Business Review Press, 2016.

Ariel Ezrachi e Maurice Stucke. *Virtual competition: the promise and perils of the algorithm-driven society*. Harvard University Press, 2016.

Alex Moazed e Nicholas Johnson. *Modern monopolies: what it takes to dominate the 21st century economy*. St. Martin's Press, 2016.

SOBRE O CONCEITO DE NEUTRALIDADE DE REDE E A SITUAÇÃO EM PAÍSES:

Tim WU. *Network neutrality, broadband discrimination*. J. on Telecomm. & High Tech. L. 2003. Disponível em: <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/jtelhtel2&div=9&id=&page=>.

Luca Belli e Primavera De Filippi. *Net Neutrality compendium*. Springer, 2016. Disponível em: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-26425-7>.

Congressional Research Center. *The net neutrality debate: access to broadband networks*, R40616, atualizada em setembro de 2020. Disponível em: <https://fas.org/sgp/crs/misc/R40616.pdf>

Mark Cooper e Amina Abdu. *Pragmatic progressive capitalism at its best: network neutrality*. Consumer Federation of América, 2020. Disponível em: <https://consumerfed.org/wp-content/uploads/2020/08/Net-Neutrality-Antitrust-Oversight-Report.pdf>.

Oona Castro e Pablo Viollier. *Neutralidade de rede na América Latina: regulamentação, aplicação da lei e perspectivas*. Intervozes, 2017. Disponível em: <https://intervozes.org.br/arquivos/interliv011nral2017.pdf>.

Epicenter Works. *The net neutrality situation in the EU: evaluation of the two first years of enforcement*. Epicenter Works, 2019. Disponível em: <https://www.citizensforeurope.eu/learn/the-net-neutrality-situation-in-the-eu-evaluation-of-the-first-two-years-of-enforcement>.

PARA APROFUNDAR O DEBATE SOBRE ZERO RATING:

OCDE. *The effects of zero rating*. 2019. Disponível em: https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/the-effects-of-zero-rating_6eefc666-en

Luca Belli (Org.) *Net Neutrality Reloaded: Zero Rating, Specialised Service, Ad Blocking and Traffic Management*. 2016. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/17532>.

Hermann Garcia e Rodrigo MARQUES. *Restrições ao acesso informacional: a neutralidade de rede e a prática do zero-rating na governança da Internet*. Informação & Sociedade, Sep 1;28(3). 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/42514>.

Ellen Goodman. *Zero Rating Broadband Data: Equality and Free Speech at the Network's Other Edge*. Colo. Tech. L.J., 15 (1), 2016, p. 63-92. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2868839>.

Johannes Bauer e Steven Wildman. *The economics of usage-based pricing in local broadband markets*. Michigan State University. 2012. Disponível em: https://techliberation.com/wp-content/uploads/2012/12/Wildmanreport_web.pdf.

PARA COMPREENDER OS MODELOS DE FRANQUIAS NO ACESSO MÓVEL À INTERNET:

Ottorino Chillemi, Stefano Galvotti e Benedito Gui. *The impact of data caps on mobile broadband Internet access: A welfare analysis*. Information Economics and Policy. 2020. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167624519300046>.

Andrew Odlyzko, Bill Arnaud, Erik Stallman e Michael Weinberg. *Know your limits: Considering the role of data caps and usage based billing in internet access service*. Public Knowledge. 2012. Disponível em: <https://www.publicknowledge.org/documents/know-your-limits-considering-the-role-of-data-caps-and-usage-based-billing-in-internet-access-service/>.

Hibah Hussain e Patrick Lucey. *Capping the Nation's Broadband Future?*. Open Technology Institute, New America Foundation. 2012. Disponível em: <https://www.newamerica.org/oti/policy-papers/capping-the-nations-broadband-future/>.

Scott Jordan. *A critical survey of the literature on broadband data caps*. Telecommunications Policy, 2017. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0308596117302410>.

SOBRE CASOS NOTÓRIOS DE DESINFORMAÇÃO:

Intervozes. *Desinformação: crise política e saídas democráticas para as fake news*. Veneta, 2020. Disponível em: <https://intervozes.org.br/publicacoes/desinformacao-crise-politica-e-saidas-democraticas-para-as-fake-news/>.

Esther Solano e outros. *Secretos y mentiras: WhatsApp y las redes sociales en las elecciones presidenciales de Brasil en 2018*. CELE, maio, 2019. Disponível em: https://www.palermo.edu/Archivos_content/2020/cele/febrero/Secretos-y-mentiras-WhatsApp-y-las-redes-sociales%20.pdf?fbclid=IwAR0zR9dSA-5ZDagYxcC4Nq-JWp0H89oOMZjYY1yHhT9G5bEG9cnxT1VxjtPE.

João Henrique Sousa Júnior, Michele Raasch, João Coelho Soares, Letícia Henriques. *Da Desinformação ao Caos: uma análise das Fake News frente à pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil*. Cadernos de Prospecção. 2020. Disponível em: <https://cienciasmedicasbiologicas.ufba.br/index.php/nit/article/view/35978>.

Cláudio Mesquita, Anderson Oliveira, Flávio Seixas e Aline Paes. *Infodemia, fake news and medicine: science and the quest for truth*. International Journal of Cardiovascular Sciences. 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/ijcs/a/gFzP6nLZXytdHLJCcLMXWGz/?lang=en>.

SOBRE O CONCEITO DE FAKE NEWS:

Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017). *Social media and fake news in the 2016 election*. Journal of Economic Perspectives.

Andrew Guess, Brendan Nyhan e Jason Reifler. *Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 US presidential campaign*. European Research Council, 2018. Disponível em: <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2018/01/fake-news-2016.pdf>.

Edson Tandoc Jr, Lim, Zheng Lim e Richard Ling. *Defining "fake news" - A typology of scholarly definitions*. Digital journalism, 6, 2018. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4948550/mod_resource/content/1/Fake%20News%20Digital%20Journalism%20-%20Tandoc.pdf.

Madeline De Cock Buning e outros. *A multi-dimensional approach to disinformation: report of the independent high level group on fake news and online disinformation*. European Commission. Disponível em: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>.

SOBRE A DINÂMICA DAS FAKE NEWS NAS REDES SOCIAIS:

David Lazer e outros. *The science of fake news*. Science, 2018. Disponível em: <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1094>.

Soroush Vosoughi, Deb Roy e Sinan Aral. *The spread of true and false news online*. Science, 2018. Disponível em: <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>.

Beatriz Barbosa, Helena Martins e Jonas C. L. Valente. *Fake News: como as plataformas enfrentam a desinformação*. Intervezes, 2021. Disponível em: <https://intervezes.org.br/publicacoes/fake-news-como-as-plataformas-enfrentam-a-desinformacao/>

Jonas CL Valente. *Regulando desinformação e fake news: um panorama internacional das respostas ao problema*. Comunicação Pública, 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/338016028_Regulando_desinformacao_e_fake_news_um_panorama_internacional_das_respostas_ao_problema_Regulating_misinformation_and_fake_news_an_international_overview_of_responses_to_the_problem.



EXPEDIENTE

COORDENAÇÃO EXECUTIVA DO IDEC: Teresa Liporace

COORDENAÇÃO DE PESQUISA: Diogo Moyses, Larissa Rosa, Luã Cruz e Nágila de Oliveira

COORDENAÇÃO DE PRODUÇÃO: Dayse Porto

PESQUISA E REDAÇÃO: Jonas C.L. Valente e Daniel Macêdo

EDIÇÃO E REVISÃO: Cristina Charão e Bruno Pommer

PROJETO GRÁFICO, DIAGRAMAÇÃO E INFOGRAFIA: Daniel Lopes



Este trabalho está licenciado sob uma Licença Creative Commons
Atribuição-NãoComercialSemDerivações 4.0 Internacional.

