

Entrevista: Ana Luiza Ribeiro, advogada e presidente da ABDTIC

Spacca

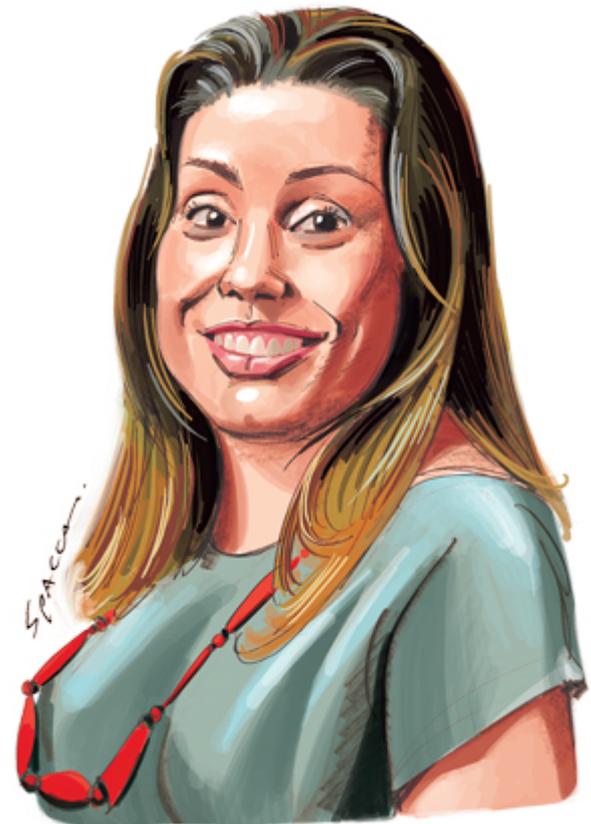
Há dez anos, quando a advogada **Ana Luiza Valadares Ribeiro** conversava com colegas do meio jurídico sobre a possibilidade de que empresas da internet dominassem a economia mundial, a opinião dela geralmente era considerada uma mera teoria da conspiração. Na era do Google, Facebook e YouTube, o papel que as empresas da área passaram a desempenhar na economia e na nossa vida diária virou um dos principais temas em discussão hoje no Congresso, que, em meio a pressões e divergências, acabou empurrando para 2014 a votação do Marco Civil da Internet. A Câmara dos Deputados promete ressuscitar em fevereiro a proposta ([PL 2126/2011](#)), cujo objetivo é regulamentar o funcionamento da rede no país. O texto atual, porém, deixa de funcionar como uma “carta de direitos do internauta” para regular modelos de negócios, segundo Ana Luiza.

Ex-procuradora-geral da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), ela está à frente da Associação Brasileira de Direito da Tecnologia da Informação e das Comunicações (ABDTIC), que estuda mudanças jurídicas, econômicas e sociais a partir do uso da tecnologia. A entidade existe há quase três décadas e mudou de nome três vezes, o que para sua presidente simboliza as mudanças vivenciadas desde o aparecimento da informática, a princípio voltada apenas ao mundo corporativo.

Ana Luiza diz que, mesmo ao estabelecer relação direta com as telecomunicações, as pessoas ainda tendem a pensar somente em questões ligadas ao consumo. Pensam em processar uma operadora de telefonia por uma conta errada, por exemplo, sem considerar como seus dados vêm sendo usados, como seu direito de usufruir de informações será respeitado no futuro e quais mudanças haverá no seu bolso.

“Hoje, nós todos temos a sensação de que a internet é de graça, o que é falso”, afirma. O modelo de exploração econômica na rede, que hoje diferencia empresas de telecomunicação (obrigatoriamente reguladas) e de internet, deve passar por alterações, na avaliação de Ana Luiza.

A votação do Marco Civil, para ela, é uma oportunidade para debater esses pontos. Em entrevista concedida durante evento promovido pela ABDTIC em São Paulo, a presidente da associação aborda a neutralidade de rede, a validade da jurisdição brasileira e a tentativa de obrigar empresas estrangeiras a instalarem banco de dados no país. A advogada afirma que a legislação deve estabelecer parâmetros para a divulgação de dados dos usuários, mas eles devem prestar atenção no que informam e assinam.



Leia a entrevista:**ConJur — Como a senhora avalia o debate sobre o Marco Civil da Internet?**

Ana Luiza Ribeiro — O Marco Civil era para ser uma carta de direitos do internauta. Era para ser uma coisa, virou outra. O objetivo não era discutir nem solucionar modelos de negócios econômicos. Quando começou a ser debatido, era uma resposta para um processo de criminalização da internet. A sociedade da época se organizou e disse: “Eu quero que digam o que é que eu tenho direito”. Foi feita uma consulta pública enorme, pelo Ministério da Justiça, dezenas de instituições participaram.

ConJur — Por isso é que se falava da Constituição da Internet?

Ana Luiza Ribeiro — Exatamente. Era para ser uma carta de direitos civis relacionada à internet, para que as pessoas pudessem ter conhecimento de seus direitos. Um blogueiro, por exemplo, saberia que não precisa tirar o conteúdo do seu blog se não houver ordem judicial. Discutiu-se também por quantos anos um provedor da internet guardaria os nossos dados. Tudo isso estava ali [na discussão original] e, agora, não. Entramos no papel que as empresas de internet adquiriram no mercado, o que fez empresas de telecomunicações passarem a pressionar para que o jogo fosse mais equilibrado. Um exemplo: o conteúdo disponível no Netflix [canal de vídeos por assinatura na internet]. Qual é a diferença daquele serviço para a TV por assinatura? A diferença é que a TV paga ICMS e o consumidor precisa gastar uma fortuna no aparelho, contratar uma empresa de TV a cabo. Pense como deve ser revoltante para o setor de televisão por assinatura perceber que está perdendo clientes para o Netflix. Também foi lançado recentemente no Brasil um aparelho chamado Slingbox, que pega sinal da sua televisão e joga para o seu celular, para o seu tablet ou para o seu computador! As empresas de TV por assinatura hoje têm um nicho com a venda de pacotes para hotel, mas em breve isso vai ser um serviço desnecessário. O que é cada vez mais necessário é banda wi-fi. Essa mudança de paradigmas econômicos é o que o Marco Civil virou. A gente questiona se uma lei vai conseguir resolver esse problema.

ConJur — Isso porque o cenário pode mudar futuramente?

Ana Luiza Ribeiro — Não só pode mudar, como pode não se chegar a nenhum acordo. A perspectiva era a de que o texto fosse aprovado meses atrás. Espera-se agora que seja aprovada até abril. Espera-se.

ConJur — O que o Marco Civil da Internet mudará então na vida das pessoas?

Ana Luiza Ribeiro — É uma mudança muito sutil. O que provavelmente será alterado é o modelo de exploração econômica na internet. Hoje, nós todos temos a sensação de que a internet é de graça, o que é uma falsa sensação. As empresas como o Google e outras dessa natureza usam uma infraestrutura que foi instalada por outras empresas, da área de telecomunicação. São as empresas outorgadas pelo Poder Público e, portanto, reguladas, que precisam pagar impostos. Um dos assuntos que estão sendo discutidos hoje no Congresso Nacional é esse: como esse relacionamento vai se dar? Tanto as empresas de telecomunicações como as de internet já têm um poder de gerenciamento dos nossos dados. A maioria das pessoas não tem consciência a respeito desse assunto. Elas pensam em se divertir, pensam em toda a conveniência que a tecnologia pode proporcionar, mas não pensam no que, exatamente, acontece com essa informação.

ConJur — O que a senhora acha da utilização de dados dos usuários?

Ana Luiza Ribeiro — A discussão do Marco Civil permite que as pessoas tenham mais consciência de

que estão colocando voluntariamente dados na rede. Eu sinto informar aos usuários do Lulu [*aplicativo para mulheres darem notas a homens com perfis no Facebook*] que todos eles autorizaram o uso de suas fotos. Isso porque, do ponto de vista jurídico, houve o que a gente chama de consentimento na hora de se cadastrar na rede social.

ConJur — Mesmo se, quando o usuário entrou no Facebook, não sabia que esse Lulu existiria?

Ana Luiza Ribeiro — É, mesmo assim, porque ele fez uma autorização ampla e genérica da utilização de seus dados. O Facebook é um bom exemplo de rede social que tem uma política de privacidade melhor do que outras, a área de privacidade é mais inteligível. Você consegue ver várias opções e escolher, por exemplo, a opção “eu não quero que as minhas informações sejam compartilhadas com apps [*aplicativos*]”. No iPhone, na opção “Ajustes”, tem tudo o que você quer compartilhar e tudo o que você não quer compartilhar. Por exemplo, eu nunca tiro uma foto com o serviço de localização ligado. Ou seja, eu faço uma avaliação dos aplicativos que eu quero.

ConJur — Quer dizer que as pessoas não pensam no que estão aderindo?

Ana Luiza Ribeiro — As pessoas querem as coisas funcionando maravilhosamente e depois ficam reclamando. Meu irmão usa um aplicativo do Google que conta quantos passos ele dá por dia. Eu acho estranho, porque mostra por onde ele anda. Mas ele acha o máximo, porque se passar ali na esquina pode ser informado de uma promoção de tênis. Com o Google Glass, o Google vai saber para onde você olha...

ConJur — As pessoas deveriam prestar mais atenção no que se inscrevem ou as empresas deveriam melhorar os termos, fazer um texto mais claro?

Ana Luiza Ribeiro — Na minha visão, o consumidor deve ser tratado como hipossuficiente, como já diz o Direito do consumidor. Presume-se que eu sou a parte mais frágil na relação, porque é muito improvável que eu pare para ler todas as páginas de uma política de uso. Além disso, as empresas fazem atualizações três vezes por ano, o que me obrigaria a ler a política várias vezes. Por isso, é importante que a legislação estabeleça parâmetros e conceitos mínimos que as empresas têm de observar. Seria válido proibir o uso de fotos e informações para finalidades outras que você não tinha conhecimento, de forma genérica e abstrata. O Poder Público poderia determinar que as empresas adotassem uma campanha educativa mais rígida, que as informações fossem mais claras. A discussão sobre a eficácia do contrato de adesão é antiquíssima no Direito do consumidor. E por que funciona no Direito do consumidor? Porque há um código estabelecendo quais são os parâmetros mínimos, explicitando o que um contrato não pode ter de jeito nenhum. É preciso estabelecer critérios para direitos que, na minha opinião, vão ficar cada vez mais importantes, como o direito do esquecimento. Hoje, se alguém publica alguma informação contra você, esse dado nunca mais será apagado, mesmo que você consiga uma liminar para retirá-lo de determinado site. A Daniela Cicarelli conseguiu tirar do ar vídeos dela na praia todas as vezes que pediu, mas muita gente guardou, pode voltar a divulgar. É por isso que uma das discussões do Marco Civil é a necessidade de ordem judicial para remoção do conteúdo. As empresas do setor temem qual vai ser a responsabilidade delas.

ConJur — Nosso ordenamento jurídico já não é claro sobre a necessidade de se respeitar decisão judicial?

Ana Luiza Ribeiro — Sim, parece óbvio que é preciso uma ordem judicial. Mas existem mecanismos alternativos de retirada de conteúdo da Internet, como a retirada sem ordem a partir de uma notificação.

Uma das grandes discussões do Marco Civil é que as empresas de radiodifusão querem uma exceção para não precisar recorrer à Justiça toda vez. Para as empresas de internet, é mais fácil aguardar a decisão do juiz. Elas não querem ser responsabilizadas pelo exercício obrigatório do juízo subjetivo sobre determinado conteúdo, se é injurioso, calunioso ou uma simples manifestação. Elas já retiram voluntariamente imagens que envolvem pedofilia, mas nesse caso é fácil auferir se aquilo ali é ou não é.

ConJur — A responsabilidade sobre o conteúdo é do provedor?

Ana Luiza Ribeiro — A jurisprudência do STJ [Superior Tribunal de Justiça] já está consolidada nesse aspecto. A empresa é responsável a partir do momento em que recebeu uma ordem judicial e não tirou aquilo do ar. Quem descumprir responde por crime de desobediência. Foi com base nisso que já foram expedidas ordens de prisão para presidentes de várias empresas. A jurisprudência caminhou na frente da legislação, embora nosso processo judiciário pareça tão lento. Agora é o Legislativo quem precisa consolidar o entendimento com uma assinatura democrática. Por mais que o Judiciário seja plural e represente interesses da sociedade, não tem mandato popular direto.

ConJur — Que outro ponto da discussão a senhora destaca?

Ana Luiza Ribeiro — A gente voltou para uma questão de 1986, sobre a jurisdição da informação. O Judiciário já tem o entendimento de que está aqui, mas se discute agora a obrigação de que as empresas de internet instalem *data centers* no Brasil, para facilitar a divulgação de dados quando a Justiça assim determinar e evitar que as empresas justifiquem que não podem liberá-los porque estão nos Estados Unidos ou em qualquer lugar do mundo. Isso adianta? É unânime, do ponto de vista técnico, que a arquitetura da rede de internet, que é completamente descentralizada, não vai fazer com que um *data center* no Brasil resolva todos os problemas de segurança da informação. Pelo contrário. Pode até haver um problema gerencial ou mesmo de dimensionamento de tráfego porque, hoje, os servidores estão espalhados pelo mundo e eles teriam que ser colocados em algum lugar. O que significa que alguém terá de pagar isso, entendeu? Precisa ser definido se vai ser a empresa de telecomunicação, se vai ser a empresa de Internet ou se seremos nós. Há um grande risco de ser a terceira opção. É preciso pensar que os seus dados passam por diversos países enquanto estão trafegando na rede. Para ser muito básico, quando você manda um e-mail, a mensagem se fragmenta em vários pacotes, que são divididos em outros vários milhares de pacotes, e cada um vai para um canto.

ConJur — O que rompe com nossa ideia de unidade, certo?

Ana Luiza Ribeiro — É. Sua informação passa por vários lugares ao mesmo tempo. Acontece muito do seu e-mail demorar para chegar. Por quê? Porque as informações demoraram em se encontrar. Uma chegou na frente da outra, as outras têm de ficar esperando. Quando você tem problemas de qualidade de vídeo, é porque as informações não foram compactadas no mesmo tempo, no mesmo momento, e não conseguiram ser mostradas com a qualidade da saída que você deu para isso. Então, sobre as empresas implantarem banco de dados no Brasil, o Google já tem *data center* fora dos Estados Unidos. Por que é que ele tem *data center* no Chile? Porque lá o marco jurídico é estável, existe todo o arcabouço jurídico necessário para que a empresa avalie a possibilidade de se instalar. Já há Lei de Neutralidade, Lei de Proteção de Dados. No Brasil isso não existe.

ConJur — O novo marco propõe definir a questão da neutralidade...

Ana Luiza Ribeiro — É muito difícil definir o que é neutralidade. Tenho receio de engessar conceitos muito técnicos em definições que depois perdem a sua função ou — pior ainda — que são mal

compreendidos. Neutralidade não é impedir a venda de pacotes de dois, três, cinco ou dez mega, porque senão todas as empresas já estariam descumprindo. A questão é se, dentro do seu pacote, a empresa vai impedir que você carregue vídeos e obrigar a assinatura de um pacote maior. Há quem diga que o modelo econômico vai para esse lado. Não me arrisco a dizer exatamente como vai ser, mas discriminar a forma de tráfego é possível tecnicamente.

ConJur — A associação apresenta hoje seu terceiro nome. Por que houve mudanças? É um reflexo da mudança da internet no nosso dia a dia?

Ana Luiza Ribeiro — Sim. A associação já tem 27 anos. Se você parar para pensar qual era a influência da tecnologia no campo do Direito naquela época, percebe que naquele período se vivia o desenvolvimento, o aparecimento da informática. A tecnologia era utilizada mais por empresas do que por pessoas físicas. As primeiras discussões sobre *software*, o começo das vendas dos primeiros computadores da IBM, foram esses debates que ensejaram o aparecimento da associação que, na época, se chamou, como só poderia se chamar, Associação Brasileira de Direito de Informática. A gente tinha uma telecomunicação completamente estatal, ninguém participava do processo regulatório. O usuário tinha que se conformar e ficar anos esperando para ter a sua linha, tinha até que declarar telefone no Imposto de Renda... A gente não tinha nenhum tipo de ingerência sobre isso. Então, as discussões sobre o Direito de Informática começaram a acontecer muito centralizadas aqui em São Paulo. Por quê? Porque era um direito, naquela época, mais corporativo, eram os interesses das empresas que precisavam ser preservados. O que se discutia era a questão das patentes, sobre como as marcas poderiam ter o direito autoral de *softwares* preservado. Quem pode copiar? Pode copiar ou não pode? Começamos a ver o embrião de uma revolução numa matéria do Direito. Com o passar dos anos, as telecomunicações foram privatizadas, uma emenda constitucional de 1995 abriu o mercado de telecomunicações brasileiro para capital estrangeiro. Também teve início o uso comercial da internet. A partir desse momento, a gente começou a se preparar para a massificação do acesso. Foi então que veio o nome Associação de Direito de Informática e Telecomunicações. Eu sempre brinco que o Direito é o Coiote, e a tecnologia é o Papa-Léguas.

ConJur — O Direito está sempre tentando correr atrás...

Ana Luiza Ribeiro — Sempre. É da natureza jurídica — principalmente do nosso ordenamento, que é muito positivista — ter essa vontade de esclarecer e deixar escrito aquilo que se pretende expressar e que se pretende perseguir. Do ponto de vista organizacional, a ideia era a de divulgar as atividades da associação de uma forma que as pessoas entendessem o que é que a gente estava fazendo aqui. A associação já tinha crescido bastante, saído do eixo Rio-São Paulo. Só que até meados de 2000 a gente ainda não tinha a dimensão do impacto que a internet teria nas nossas vidas. Hoje, conhecer um pouco desse direito é essencial para qualquer pessoa, não é? Por exemplo, como o Marco Civil da Internet vai impactar na vida de todos nós? Por isso a associação, há cerca de dois anos, resolveu mudar o nome de novo para poder abraçar esta vestimenta e dizer claramente que também estudamos a tecnologia da informação e da comunicação. Talvez seja a última vez que tenha mudado de nome, porque é muito feliz o termo escolhido [*Associação Brasileira de Direito da Tecnologia da Informação e das Comunicações*]. A gente parou de pensar num conceito específico do que é a tecnologia — informática é uma forma de comunicação —, para pensar em informação e comunicação como um todo. Porque qualquer tipo de comunicação que envolva o uso de tecnologia merece ser discutida na associação.

ConJur — Quem participa hoje da entidade?

Ana Luiza Ribeiro — A nossa composição é heterogênea. Temos muitos profissionais do Direito, representantes de órgãos públicos, magistrados, membros do Ministério Público. E também temos engenheiros, porque o Direito de Telecomunicações não pode se restringir apenas à discussão do Direito. Ele caminha junto com a economia e com a tecnologia, porque é preciso compreender como as coisas funcionam. O que a associação quer é tentar estabelecer o diálogo. A visão que as pessoas em geral têm a respeito desses assuntos é muito ligada atualmente à relação de consumo, o que não é o nosso foco. As pessoas pensam em processar uma operadora de telefonia por receber uma conta errada, por exemplo, sem pensar que ela pode estar fazendo uma coisa gravíssima que é barrar o seu direito de usufruir de conteúdo audiovisual, como a discussão de neutralidade.

[Texto alterado em 20 de janeiro de 2014, às 13h45.]

Date Created

19/01/2014