

**CONSULTA PÚBLICA
COMITÊ GESTOR DA INTERNET**

**MANIFESTO
EMPRESAS REPRESENTATIVAS
DO SETOR DE INTERNET BRASILEIRO**

INTRODUÇÃO

Agradecemos pela oportunidade de apresentar contribuições à Consulta Pública a respeito do Comitê Gestor da Internet. O funcionamento do CGI.br na estrutura de governança da Internet é internacionalmente reconhecido como exemplar, devendo ser preservada sua essência como órgão multissetorial e de natureza pluriparticipativa, fornecendo importantes subsídios que orientam a utilização da Internet no Brasil.

Um claro exemplo desse importante trabalho são os *“PRINCÍPIOS PARA A GOVERNANÇA E USO DA INTERNET NO BRASIL”* (Resolução CGI.br/RES/2009/003/P, também conhecida como “Decálogo do CGI.br”) que orientaram tanto a jurisprudência brasileira sobre questões envolvendo a aplicação do Direito no âmbito da Internet quanto serviram de inspiração para a Lei Federal 12.965/14, conhecida como Marco Civil da Internet.

A evolução do uso da Internet no Brasil e no mundo, porém, justifica uma reflexão sobre a composição, as competências e a transparência do Comitê Gestor da Internet, com o objetivo de aperfeiçoar tanto o funcionamento do órgão quanto a sua efetiva representatividade multissetorial, englobando assim todos os stakeholders interessados.

É dentro desse contexto e com esses objetivos que apresentamos os comentários a seguir.

COMPOSIÇÃO

O ecossistema da Internet tem se tornado cada vez mais complexo, sendo formado por uma ampla teia de agentes, das mais diversas naturezas, englobando em uma ponta os usuários, em outra os provedores de infraestrutura e, entre eles, um emaranhado de agentes com modelos de negócios próprios, que constantemente inovam e transformam esse ecossistema.

A relevância desse sistema é tamanha que vários estudos evidenciam a correlação entre o aumento da penetração de banda larga dos países – e por via de consequência, o crescimento na adoção de ferramentas baseadas na Internet – ao crescimento do PIB dos países.

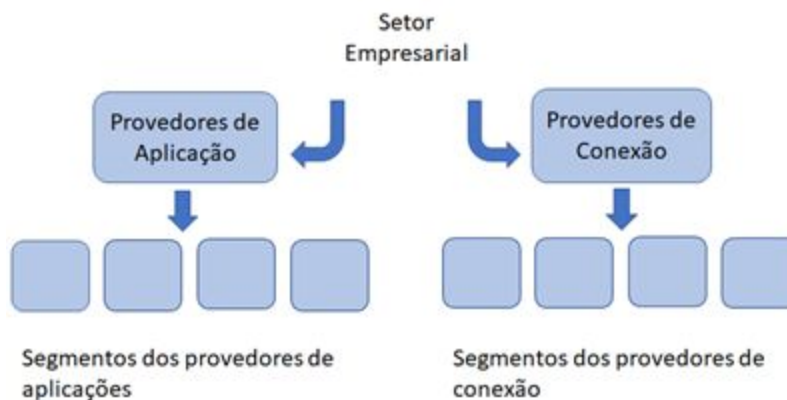
Portanto, nesse momento em que se discute uma possível reestruturação do Comitê Gestor da Internet no Brasil, é fundamental que façamos o exercício de considerar esse novo

ecossistema da Internet, para garantir que suas especificidades sejam adequadamente consideradas na estrutura do CGI.

As plataformas digitais vêm cada vez mais tendo um papel fundamental para um crescimento econômico mais inclusivo e sustentável, dando origem a novos modelos de negócios, a partir do desenvolvimento de conteúdo e de aplicações de Internet, de plataformas de economia compartilhada e de *marketplaces*, nos mais diferentes segmentos de mercado. Este fato é consequência da baixa barreira de entrada que permitiu a pluralidade de serviços e aplicações digitais, os quais não eram disponíveis nem acessíveis à maioria das pessoas e empresas, que acabaram se tornando o principal elemento da cadeia de valor da Internet.

Em termos de nomenclatura e organização, é essencial que a nova estrutura do CGI siga a legislação brasileira, que tem como principal balizador de princípios o Marco Civil da Internet. Nesse aspecto, a lei divide a estrutura da Internet em dois grandes grupos: o dos “provedores de conexão” e o dos “provedores de aplicação”.

Sendo assim, parece natural que o segmento das plataformas digitais, agrupado em torno do conceito legal de “provedores de aplicação” tenha, ao menos, a representação de cinquenta por cento dos assentos representativos do setor empresarial, de modo a refletir a estrutura já definida pelo ordenamento jurídico pátrio.



Ao mesmo tempo, diante da nova realidade da Internet, mais sofisticada e dinâmica, é essencial que a composição do setor empresarial reflita os diferentes segmentos de mercado, resultando, assim, em aumento do número de cadeiras para a representação do que, no atual modelo, é denominada de “provedores de acesso e conteúdo da Internet”, que passaria a representar os provedores de aplicação.

Nessa linha, e partindo da premissa de que o setor empresarial terá uma representação proporcional com relação aos demais setores relevantes, e portanto fará jus a um número

razoável de assentos, tal multiplicidade permitiria a representação de aplicações de diversas naturezas, como as plataformas múltiplas, o comércio eletrônico e as aplicações de serviços, dentre outras. Visualmente teríamos a seguinte representação.



O primeiro segmento de aplicações é composto por plataformas de comércio eletrônico, que abrange desde os chamados “marketplaces” e os classificados, que consistem em conteúdo gerado por terceiros, como também lojas virtuais, grandes empresas de varejo, plataformas de meios de pagamento, plataformas de intermediação e vendas online de produtos e serviços das mais diversas naturezas.

O segundo segmento é o das plataformas chamadas de “online para offline”, que têm sido um grande elemento de disrupção no mundo, ao usar as aplicações online para subverter a lógica tradicional de certos serviços, tornando-os mais facilmente acessíveis e com melhores condições de uso. Em muitos casos, parte dessa melhoria de serviços baseia-se no próprio conjunto de usuários, que, de alguma maneira, contribui com informações que beneficiam toda a comunidade de usuários. Nesse segmento, inserem-se as plataformas colaborativas e plataformas de serviços online que se consubstanciam na entrega de produtos ou intermediação de serviços no mundo físico. Exemplos mais conhecidos estão no setor de mobilidade urbana, turismo, *delivery* e as assim chamadas *fintechs*.

O terceiro segmento é o das plataformas de conteúdo e entretenimento, incluindo as diversas modalidades de disponibilização de música, seja por download, streaming ou outra tecnologia,

assim como games, notícias e conteúdo audiovisual. Cada vez mais, as plataformas de conteúdo e entretenimento trazem novas ferramentas que aumentam a percepção sensorial do usuário, trazendo, aos poucos, conceitos como realidade expandida ao entretenimento do usuário.

O quarto segmento de aplicações é o de plataformas de múltiplos usos, que disponibilizam ferramentas diversas, com finalidades variadas. Aí incluem-se plataformas que aglutinam serviços como redes sociais, comércio eletrônico, aplicações de comunicação, buscadores online, ferramentas de compartilhamento de conteúdo, todas ou várias delas em um mesmo portal.

O quinto segmento é o de aplicações para publicidade digital. O setor de publicidade digital inclui um portfólio vasto de aplicações e serviços voltados a modelos de negócio de marketing e publicidade que se prestam a aproximar consumidores e anunciantes de forma inovadora. Como sabido, muitos dos novos modelos de negócio na Internet são dependentes e apoiados pela publicidade online e pela capacidade destas novas plataformas entregarem conteúdos relevantes para audiências específicas. As aplicações de publicidade digital têm se mostrado cada vez mais relevantes não só para os agentes nativos do ambiente digital - os próprios segmentos apontados acima -, mas também alavancando modelos de negócio tradicionais do mundo offline. E, muito especialmente, as pequenas e médias empresas têm se beneficiado dessas inovações a medida que passam a ter ferramentas de publicidade disponíveis a um custo acessível.

Outros serviços e plataformas ainda são oferecidos de maneira transversal nos segmentos identificados acima, como é o caso dos meios de pagamento e até mesmo da publicidade online.

Diante dos diferentes segmentos e agentes identificados acima, clara fica a necessidade de uma representatividade segmentada do setor de Internet na composição do CGI, órgão tão relevante para o desenvolvimento e expansão do uso da Internet no País.

É importante, ainda, alertar que ao Comitê Gestor da Internet deve ser atribuída a incumbência de atuar sobre o ecossistema da Internet e não sobre o conteúdo propriamente dito, disponibilizado por meio de aplicações. Com efeito, o alcance da Internet evoluiu para um nível de abrangência que afeta praticamente toda a atividade do ser humano. Conferir ao Comitê Gestor da Internet a atuação sobre cada uma dessas atividades seria algo impensável e, por isso, ela deve se restringir ao provimento de conexão e aplicação, mas não ao provimento de conteúdo. Pela mesma razão, a representação do setor empresarial deve tomar por base provedores de aplicação e de conexão apenas.

Portanto, a estrutura do Comitê Gestor da Internet deve ter em conta o marco legal estabelecido em 2013, dividindo as atividades por ela reguladas em provedores de conexão e provedores de aplicação, excluindo expressamente a normatização de conteúdo.

COMPETÊNCIAS

O Comitê Gestor da Internet tem as suas atribuições definidas pelo Decreto nº 4.829, de 3 de setembro de 2003, como o órgão responsável pelo estabelecimento das diretrizes estratégicas relacionadas ao uso e desenvolvimento da Internet no Brasil, organização das questões atinentes a nomes de domínio, propositura de programas de P&D relacionados à Internet, promoção de estudos e recomendação de procedimentos, normas e padrões técnicos e operacionais para a segurança das redes e serviços de Internet, a articulação de ações relativas à proposição de normas para a regulamentação da Internet no Brasil, dentre outras.

De fato, a sua natureza multissetorial - exemplo de governança mundialmente reconhecido e aplaudido - delimita a atuação do CGI a consensos opinativos e a recomendações, afastando a possibilidade de atuação como órgão normativo ou fiscalizatório.

Nesse sentido, reforçamos o entendimento de que as atribuições alocadas ao CGI devem manter a sua natureza instrutória, de recomendações e de formulação de diretrizes para a construção de políticas públicas pelo Poder Executivo, não cabendo a esse órgão a efetiva formulação de políticas públicas nem de iniciativas regulatórias, muito menos o seu acompanhamento ou fiscalização.

A Consulta Pública apresentada traz uma provocação específica com relação à Estratégia Brasileira para a Transformação Digital. Muito embora não haja dúvida da relevância da Internet como um instrumento viabilizador da estratégia de transformação digital de qualquer País ou setor produtivo, a Internet é somente um dos elementos viabilizadores de uma política pública bem sucedida nesta seara.

Como a própria consulta do MCTIC ora em andamento ressalta, vários são os eixos habilitadores para uma efetiva transformação digital, e muitos desses eixos são temáticas transversais da economia brasileira que em muito transcende a existência da Internet em si, englobando questões de política tributária, política trabalhista, programas de governo, infraestrutura de telecomunicações, geração de demanda, mecanismos estruturantes da confiança no ambiente digital, pesquisa e desenvolvimento, dentre tantos outros.

Portanto, não nos parece apropriado que seja trazido para o escopo de atribuições do CGI a função de elaboração, implementação e/ou acompanhamento da Estratégia Digital Brasileira. O CGI deve, não se questiona, oferecer subsídios ao Governo Federal para que esse adote as medidas viabilizadoras de uma maior adoção da Internet no País, uma ampliação da cobertura de infraestrutura de conectividade dentre outros temas afetos ao uso da Internet nesse processo transformacional.

TRANSPARÊNCIA

É importante ressaltar que quanto mais aberto, transparente e bem estruturado for o CGI.br, melhor serão os resultados de suas decisões, garantindo a confiança e a legitimidade delas, além da *accountability* por parte dos envolvidos. É necessário, portanto, a institucionalização de práticas e de procedimentos padronizados que promovam transparência e consistência, inclusive a transmissão online das reuniões (a exemplo do que é feito pela Agência Nacional de Telecomunicações - Anatel), o estabelecimento de procedimentos para respostas a pedidos de informação, a ampliação da participação em Câmaras de Consultoria, a padronização de critérios para apoio financeiro a eventos, entre outros.

Vale enfatizar que o caráter multissetorial do Comitê tem a capacidade de fazer com que suas tomadas de decisões sejam feitas a partir de uma variada base de informações, fontes, aumentando conformidade e reduzindo oposições desinformadas. O acesso detalhado a estas informações e aos processos decisórios por parte de todas as partes interessadas é um passo crucial para a transparência, incluindo a disponibilização desses conteúdos por meio da Internet.

Entretanto, entendemos que a mera ampliação da participação social não é sinônimo de transparência, visto que decisões operacionais não necessariamente devem ser tomadas a partir da vontade da maioria, mas sim com base em estudos e conhecimentos técnicos.

A questão da governança da Internet exige proficiência altamente técnica e experiências internacionais, o que pode ser expandido com o aumento da representatividade de provedores de aplicações da Internet, que têm contato com as melhores práticas adotadas pela indústria em escala global, garantindo-se, dessa forma, a interoperabilidade de todo o sistema.

Nesse quesito da transparência, cumpre ainda apontar a necessidade de transparência no processo de eleição dos membros que irão representar os diversos setores do CGI.

Esse manifesto representa o entendimento de um grupo de atores importantes no cenário do desenvolvimento da Internet no Brasil, que se coloca à disposição desse Ministério para a manutenção de um diálogo contínuo para que juntos construamos um arcabouço jurídico sólido e seguro para o contínuo crescimento de todo o ecossistema da Internet no Brasil.