



Texto

**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**LIDERANÇA DA FEDERAÇÃO PSOL-REDE**

**REQUERIMENTO n.º \_\_\_\_\_, de 2023**

**(Do Sr Dep. Ivan Valente)**

Requer a realização de audiência pública para discutir a manipulação de informações e o abuso de poder econômico na campanha das *big techs* contra o PL nº 2630/20.

Senhor presidente,

Requeremos a V. Exa., nos termos dos artigos 24, inciso III, e 255 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, que seja realizada Audiência Pública para debater, nesta Comissão de Defesa do Consumidor, a realização de audiência pública para discutir a manipulação de informações e a campanha promovida pelas big techs contra o PL 2630/20.

**Convidados:**

1. Representante da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), do Ministério da Justiça;
2. Marcelo Lacerda, Diretor de Relações Governamentais e Políticas Públicas do Google Brasil;
3. Representante do Meta;
4. Representante do Twitter;
5. Representante do Spotify;
6. Representante da Coalizão Direitos na Rede;
7. Representante do Avazz;
8. Representante do Laboratório de Estudos de Internet e Mídias Sociais (NetLab) da Universidade Federal do Rio de Janeiro;
9. Bia Barbosa, do Direito à Comunicação e Democracia (Diracom).



## JUSTIFICAÇÃO

No início de abril, o Google lançou campanha publicitária contra o projeto de lei 2.630/2020, o PL das *Fake News*. Os anúncios nos jornais de grande circulação como O Globo, Folha de S. Paulo, Estado de S. Paulo e Correio Braziliense<sup>1</sup> são uma das ações de lobby contra o projeto.

Na véspera da anunciada votação do PL 2630, as ações se intensificaram. Google, Meta, Twitter e Spotify atuaram com forte abuso de poder econômico e desinformação para influenciar a opinião pública e os parlamentares contra o referido projeto de lei.

A ferramenta de busca do Google manteve, durante o fim de semana e permanece até o momento, link para texto assinado pelo diretor de Relações Governamentais e Políticas Públicas do Google Brasil, Marcelo Lacerda, com o posicionamento da empresa sobre o PL, baseado em informações inconsistentes. “O Projeto de Lei 2630/2020 pode ir à votação antes mesmo que diversos setores da sociedade, incluindo parlamentares, tenham tido acesso ao texto que será votado”<sup>2</sup>. O texto em análise está em discussão há mais de 4 anos e foram ouvidas mais de 150 entidades do setor.



<sup>1</sup> <https://www.poder360.com.br/congresso/google-faz-campanha-publicitaria-contr-pl-das-fake-news/>

<sup>2</sup> <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/pl2630-2/>





Ainda sobre a ferramenta de busca do Google, a mesma tem apresentado resultados enviesados e distorcidos que indicam a busca por “PL da Censura” e não por seu nome oficial, denotando claro abuso de poder econômico e manipulação do debate público.



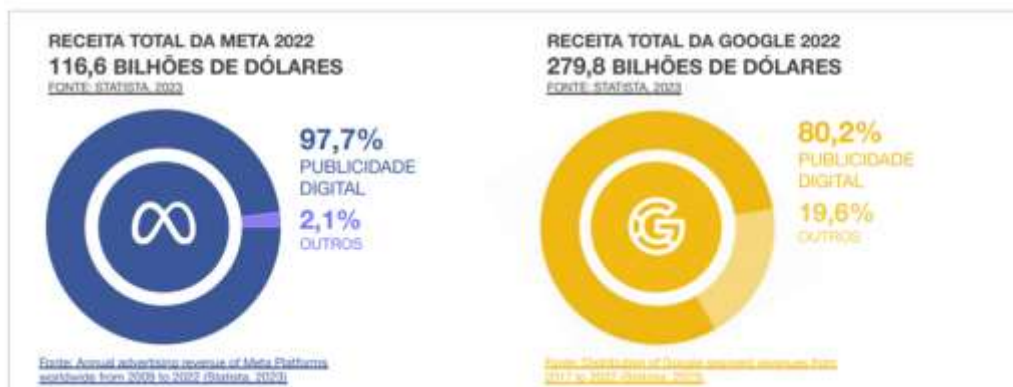
O estudo do Laboratório de Estudos de Internet e Mídias Sociais (NetLab) da Universidade Federal do Rio de Janeiro, intitulado “A Guerra das Plataformas contra o PL 2630”, comprovou a atuação das *big techs* durante o mês de abril e a intensificação no último fim de semana do mês. Segundo a pesquisa, “as plataformas estão usando todos os recursos possíveis para impedir a aprovação do PL 2630 porque o que está em jogo são os bilhões arrecadados com publicidade digital que atualmente não possuem nenhuma regra, restrição ou obrigação de transparência, deixando anunciantes e consumidores vulneráveis aos seus interesses econômicos”<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> <https://uploads.strikinglycdn.com/files/2cab203d-e44d-423e-b4e9-2a13cf44432e/A%20guerra%20das%20plataformas%20contra%20o%20PL%202630%20-%20NetLab%20UFRJ,%20Abril%202023.pdf>



## O modelo de negócio das plataformas digitais

O faturamento com anúncios publicitários é a **principal fonte de financiamento** das plataformas. Sem a **devida transparência**, não é possível saber qual o percentual desses valores advém de **anúncios criminosos e irregulares**, que seriam impactados com o **PL 2630**.



O estudo demonstrou que as plataformas burlaram suas próprias regras de publicidade, não identificaram os anúncios como políticos e sociais, impedindo a transparência no Google e Meta. Foram identificados anúncios do Google veiculados no Spotify, que, segundo seus termos de uso, não permite publicidade de temas políticos, proibindo anúncios sobre referendos, votações e propostas legislativas, judiciais e políticas.

O Ministro da Justiça, Flávio Dino, anunciou que a Secretaria Nacional do Consumidor vai investigar a possibilidade de configuração de práticas abusivas das plataformas. O secretário Nacional do Consumidor, Wadih Damous, informou, em 1º de maio, que determinou a abertura de processo contra a Meta, o Google e o Twitter.

O relator do projeto na Câmara, deputado Orlando Silva (PCdoB-SP), acusou as empresas de tecnologia de empreenderem uma “ação suja” para sabotar as discussões sobre o texto. “Nunca vi tanta sujeira em uma disputa política. O Google, por exemplo, usa sua força majoritária no mercado para ampliar o alcance das posições de quem é contra o projeto e diminuir de quem é favorável ao projeto”, disse Silva. O próprio relator vivenciou problemas, no dia 1º de maio, no Twitter, enquanto participava de programa no Twitter Spaces chamado “Big Techs censuram PL 2630”, e teve seu áudio desligado. Influenciadores que participavam da transmissão citaram a possibilidade de um boicote



ao relator do projeto, após internautas não conseguirem publicar críticas à proposta no Twitter<sup>4</sup>.

Conclamamos nossos pares para que se mobilizem conosco, em busca de debate qualificado e propositivo, que favoreça a tomada de decisão deste parlamento e da sociedade como um todo independente das pressões desleais até agora praticadas pelas *big techs*.

Sala de Comissões, 2 de maio de 2023.

**IVAN VALENTE**  
**DEPUTADO FEDERAL PSOL-SP**

---

<sup>4</sup> <https://www.estadao.com.br/politica/google-aumenta-pressao-contr-pl-das-fake-news-e-poe-artigo-contr-projeto-na-pagina-inicial/>

