



DEPARTAMENTO DE TAQUIGRAFIA, REVISÃO E REDAÇÃO

NÚCLEO DE REDAÇÃO FINAL EM COMISSÕES

TEXTO COM REDAÇÃO FINAL

Versão para registro histórico

Não passível de alteração

| CPI - CRIMES CIBERNÉTICOS | | | |
|----------------------------------|---------------------|-------------------|-------------|
| EVENTO: Audiência Pública | REUNIÃO Nº: 0224/16 | DATA: 06/04/2016 | |
| LOCAL: Plenário 10 das Comissões | INÍCIO: 14h58min | TÉRMINO: 17h05min | PÁGINAS: 41 |

DEPOENTE/CONVIDADO - QUALIFICAÇÃO

CAROL ELISABETH CONWAY - Diretora de Assuntos Regulatórios do UOL.
JÚLIO CESAR SCHMIDT - Presidente do Egrana.

SUMÁRIO

Debate sobre publicidade na Internet e financiamento de conteúdos ilícitos.

OBSERVAÇÕES

Houve exibições de imagens.
Grafia não confirmada: *secoffice*.



A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Boa tarde.

Declaro aberta a 50ª Reunião Ordinária da Comissão Parlamentar de Inquérito que investiga a prática de crimes cibernéticos.

Encontra-se à disposição dos senhores membros da Comissão a cópia da ata.

O SR. DEPUTADO DANIEL COELHO - Peço a dispensa da leitura da ata.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Fica dispensada a leitura da ata, a pedido do Deputado Daniel Coelho.

Em discussão a ata. *(Pausa.)*

Não havendo quem queira discuti-la, eu a coloco em votação.

Os Srs. Deputados que a aprovam permaneçam como estão. *(Pausa.)*

Aprovada.

Ordem do Dia.

A audiência de hoje debate publicidade na Internet e financiamento de conteúdos ilícitos. A audiência decorre da aprovação do Requerimento nº 145, de 2016, de autoria do Deputado Sandro Alex.

A audiência de hoje possui interatividade com o portal e-Democracia. Entre no *site* www.camara.leg.br, acesse o ícone plenário e comissões: acompanhe ao vivo; localize a reunião da CPICIBER, e participe deixando sua pergunta ou mensagem.

Convido para compor a Mesa o Sr. Júlio Cesar Schmidt, Presidente do Egrana. *(Pausa.)* E convido a Sra. Carol Elisabeth Conway, Diretora de Assuntos Regulatórios do UOL. *(Pausa.)*

Desde já, agradeço a presença dos nossos convidados.

Concedo a palavra à Sra. Carol Elisabeth Conway, Diretora de Assuntos Regulatórios do UOL.

A SRA. CAROL ELISABETH CONWAY - Boa tarde, Sra. Presidente. Boa tarde, Srs. Deputados.

Eu agradeço muito o convite em nome do UOL. É uma honra e um prazer poder expor para esta Comissão Parlamentar de Inquérito a nossa posição sobre um tema de tanta preocupação para a Internet, para o nosso País e para o UOL também.

Eu tenho uma apresentação.



(Segue-se exibição de imagens.)

Rapidamente, se os senhores me permitirem, vou apresentar o UOL, vou apresentar a nossa visão sobre os assuntos legislativos e a Internet, vou apresentar a nossa visão sobre o combate aos crimes cibernéticos e fazer algumas considerações sobre o tema específico desta audiência, que é publicidade e financiamento de conteúdos ilícitos. Depois, ficarei à disposição de V.Exas. para as perguntas e também para posteriores esclarecimentos necessários.

É um orgulho falar da trajetória do UOL. Nós fomos o primeiro portal de Internet brasileiro. Começamos as atividades *on-line* em 1996. Estamos comemorando 20 anos de Internet brasileira este ano.

Somos reconhecidamente a maior empresa brasileira de conteúdo, mídia *on-line* e tecnologia, com capital 100% nacional. E há um fato interessante, que descobri ontem pesquisando na nossa Internet: apesar de representar apenas 4% do total de internautas *on-line*, o Brasil é o quinto país que mais tem conteúdo em língua nativa do mundo.

Então, a nossa comunidade, a nossa sociedade pode ter orgulho de estar à frente de muitos países, como os da Europa, como o Japão e outros que estão conectados, que têm muita tecnologia, mas não atingem os níveis do nosso País em conteúdo nacional em língua local.

O UOL conta com mais de 2,5 milhões de assinantes, tanto pela parte de conexão à Internet, que é um serviço de Internet e não de telecomunicações, como nós costumamos sempre enfatizar, quanto pela parte do conteúdo de qualidade e, assim entendemos, de relevância para o nosso País.

Oito em cada dez pessoas acessam o UOL pelo menos uma vez por mês. Então, em cada dez pessoas aqui presentes, oito acessam o UOL pelo menos uma vez por mês. Só a nossa *homepage* tem 60 milhões de acessos por mês — *homepage* é a forma carinhosa como chamamos a primeira página do UOL. Nós temos um total, pela última contabilização deste mês, de 7 bilhões de páginas vistas por mês.

Esses números grandes, ao mesmo tempo, nos trazem grande responsabilidade. Por isso também, agradecemos o convite a estar aqui para



colocar a nossa posição enquanto agentes do setor privado comprometidos com esta CPI e com os temas relacionados à Internet.

O UOL é o braço de Internet do Grupo Folha UOL. Além da parte de conteúdo, pela qual nós somos conhecidos, temos desenvolvido um trabalho de educação digital através do e-Learning UOL Educação. Nós entendemos que esse serviço, além de ser uma linha promissora de negócios, é uma linha muito interessante para remover as barreiras físicas que impedem as pessoas de ter acesso a conteúdo educacional no País.

Quanto à parte de soluções de pagamento, nós atuamos através do PagSeguro, que é o nosso mecanismo de inclusão financeira de pessoas que, muitas vezes, não têm acesso a bancos ou a outros meios de pagamento, em virtude do custo ainda elevado desses serviços, que vêm diminuindo, com todo o esforço das autoridades e dos agentes privados, entre outras medidas, para inclusão de novos agentes também nesse setor.

Temos também a parte de TI e infraestrutura. O UOL hoje está entre os três maiores provedores de serviços de *data centers* do País. Esse número é até uma briga entre os principais *data centers*. Às vezes, estamos em primeiro, às vezes, estamos em segundo, mas, com certeza, nunca estamos depois do terceiro lugar em *data centers* nacionais. Ou seja, o Brasil tem *data centers* nacionais capazes de armazenar o conteúdo local no nosso País.

Aqui dediquei uma página exclusiva ao conteúdo. Nós temos mais de mil canais de jornalismo setorial e páginas setoriais, não só conteúdo próprio, com UOL, Folha *on-line*, BOL e Zipmail, como também conteúdos dos que nós chamamos de parceiros, que são empresas reconhecidas no mundo pela excelência do que fazem em suas áreas. São mais de 400 parceiros hoje de conteúdo.

Todos esses números e conteúdos dependem muito do que é feito em termos de legislação. Tudo isso está *on-line*. Ou seja, qualquer atividade legislativa pode melhorar ou piorar o ambiente para desenvolvimento dos negócios da Internet. É por isso que esta Comissão é tão importante do ponto de vista do UOL.

Quero aproveitar a oportunidade para enaltecer as conquistas que vieram desta Casa, parabenizando-a e agradecendo-a. Vou me referir especificamente a duas delas, o Marco Civil da Internet e a Lei Carolina Dieckmann. Mas, pela nossa



última contabilidade, são mais de 60 iniciativas em trâmite, 40 na Câmara dos Deputados e 20 no Senado Federal, que tratam especificamente de Internet.

Em relação ao Marco Civil, como não temos tempo de debater todas as conquistas advindas desta Casa, vou citar rapidamente a neutralidade das redes, que significa que a rede é cega em relação ao conteúdo que passa sobre ela. Na prática, isso significa que uma pequena *startup*, um pequeno produtor de conteúdo vai ser acessado pelo internauta na mesma velocidade e com a mesma qualidade que o conteúdo do UOL ou de outros portais que estejam estabelecidos na Internet na data de hoje. Ou seja, todos são iguais perante a rede. É a replicação ou a tradução do princípio da isonomia constitucional para as leis da Internet.

Outra grande conquista foi a proteção à remoção indiscriminada de conteúdo jornalístico. O UOL tem uma grande preocupação em não ter que julgar conteúdos que estejam colocados nas suas plataformas e ele não tenha certeza de que são conteúdos violadores de direitos de terceiros. Em determinadas situações, quando nós percebemos a violação de determinado direito de forma estanque, em que não é necessário um julgamento, nós podemos retirar esse conteúdo. É o caso, por exemplo, de conteúdos protegidos por direitos autorais, em alguns casos, em que o agente nitidamente está apresentando prova de que seu conteúdo está sendo publicado indevidamente. Em outros casos, quando o UOL tem dúvida se está sendo cometida uma violação a um direito de terceiros e não sabe para quem dar razão, se para o notificante ou para a pessoa que o publicou, até porque não é papel dele julgar, ele tem o recurso de solicitar à parte que peça uma ordem judicial ou o esclarecimento do juiz de como o UOL deve proceder em relação a determinado conteúdo. Nós entendemos que essa é uma ampla garantia à liberdade de expressão ou informação, que nos tira do papel de juízes em relação a conteúdos de terceiros, o que no fim da linha poderia gerar uma censura privada do nosso lado, o que nós não queremos, não admitimos de maneira alguma. Em nome da nossa credibilidade, nós não queremos de maneira alguma estar nessa posição.

Outra conquista, que inclusive vi em alguns relatórios desta Casa, é o grande entendimento de que a Internet é uma praça pública digital. O que acontece no mundo real pode também acontecer na Internet. Todos nós, juntos, temos o papel de construir um ambiente saudável, porque ninguém quer frequentar uma praça



pública digital que não seja segura. Embora eventualmente algum incidente possa acontecer nessa praça pública, todos nós temos o papel de manter essa praça pública com segurança jurídica, para que todos possam usufruir o que é seu, porque a Internet não é de ninguém, mas ao mesmo tempo é de todo o mundo.

Há um conceito de Internet segura que é um pouco econômico. Eu acho que é muito interessante sempre tentarmos ressaltar que a Internet é um mercado de dois lados. O que significa isso? Que nenhum internauta acessa a Internet se não houver conteúdo de qualidade do lado de lá. Nenhum internauta de bem acessa a Internet se não houver um ambiente seguro para ele navegar do outro lado. Por outro lado, nenhum empresário, ou nenhuma organização não governamental, ou mesmo este Parlamento — os nobres Parlamentares têm suas páginas —, ninguém daria atenção para a Internet se a Internet não tivesse também usuários que a estão acessando. É o que eu chamo de “ganha-ganha”. De um lado, os negócios, os *sites*, os *blogs*, eles não existem se o internauta não os acessar; de outro lado, o internauta não tem interesse na Internet se não houver *sites*, *blogs* e outros conteúdos de qualidade. É um mercado de dois lados.

Portanto, entrando aqui no nosso compromisso com o combate ao *cybercrime*, esse é o primeiro princípio que nós levamos em conta. Os nossos negócios na Internet, o nosso papel na Internet não tem valor se esse ambiente estiver contaminado por crime, porque nenhum internauta vai ter interesse em acessar um ambiente contaminado por crime para acessar um conteúdo de qualidade.

Outra questão que sempre permeia a nossa visão e ainda carece de as pessoas a ressaltarem mais é a característica colaborativa, a natureza colaborativa da Internet, que está prevista no art. 2º do Marco Civil e é um fundamento ou um princípio da rede. Por quê? Essa natureza colaborativa exige que todos colaborem para manter o ambiente seguro.

A Internet é um apanhado de servidores e redes a que cada um se conecta de determinado lugar, e todos juntos fazem a rede através dessa colaboração. Essa mesma colaboração tem que existir no combate aos crimes. Eu gostaria de ressaltar também o papel da iniciativa privada, além do papel das autoridades deste Parlamento. E, na iniciativa privada, há o papel tanto do internauta quanto das



empresas de tecnologia, dos produtores de conteúdo, etc. Nenhum desses agentes, sozinho, vai conseguir combater a criminalidade, na nossa visão.

Eu acho que todos nós temos que estar engajados, nos falarmos, estabelecermos mecanismos para combatermos essa criminalidade. Cada um tem que dar a sua colaboração. Essa é a natureza colaborativa da rede, que está prevista, inclusive, no nosso Marco Civil, que faz parte, desde a ponta técnica da arquitetura até a ponta fática, e também em relação ao combate ao *cybercrime*. A natureza da Internet é colaborativa. Todos nós temos que colaborar.

Em termos de colaboração financeira para o combate ao *cybercrime*, eu fiz ontem um levantamento lá dentro da empresa. Nós contabilizamos 5 milhões de reais, no ano de 2015, só de investimento em pessoal — técnicos, gestores, receptores de denúncias. Nós investimos 5 milhões de reais em pessoal especializado, para medidas de combate ao *cybercrime*. Esse investimento não foi cortado pela crise. Muito pelo contrário, ele continua lá. Nessa linha ninguém mexe.

Eu gostaria de ressaltar um ponto que ficou na última bolinha dessa página. Eu falei do Marco Civil, e não enalteci a Lei Carolina Dieckmann. A Lei Carolina Dieckmann inseriu alguns, como diziam os vídeos, *fast-paced*, que não existiam no mundo real, para que pudessem ter proteção também no mundo virtual, que é muito real, em relação à proteção do cidadão em relação crimes. Invasão de dispositivo de computador é um exemplo. Isso não existia no mundo físico, no mundo pré-Internet. O legislador, esta Casa incluiu a invasão de dispositivo telemático, computador, como passível de sanção criminal.

O UOL, em 2005, esteve entre os três primeiros provedores de Internet a celebrar termo de integração operacional com o Ministério Público Federal para o combate à pedofilia. Nós passamos por um momento em que foi detectado que existiam pedófilos, redes de pedofilia, usando a Internet. Então, fomos procurados pelo Ministério Público e celebramos um termo de cooperação operacional, comprometendo-nos a adotar medidas dentro da empresa que traduzissem algumas possibilidades que o Ministério Público entendeu que deveríamos encaminhar, para o fim de persecução criminal e outras medidas.

Eu listei aqui as sete medidas que nós assumimos com o Ministério Público Federal por conta desse termo de integração operacional, que é de 2005: mantemos



um serviço para recebimento de denúncias; enviamos essas denúncias ao Ministério Público Federal de São Paulo; publicamos um selo da campanha contra pornografia infantil; divulgamos mensagens contra pedofilia para os nossos internautas; mantemos cláusula nos contratos prevendo a imediata rescisão em caso de práticas criminosas; mantemos os registros de acessos e cadastros, nos termos do Marco Civil; mantemos contato constante com o Ministério Público Federal de São Paulo. Eu queria também ressaltar e enaltecer o trabalho das ONGs. Diversas ONGs que cuidam do assunto combate à pedofilia não raramente estão lá conosco, debatendo medidas para melhor atender os anseios da sociedade em relação ao combate à pedofilia.

Eu queria mostrar um pouquinho dos canais de denúncia, começando pelos que mantemos na empresa para o recebimento de denúncias, avisos, suspeitas, qualquer coisa que se relacione com o *cybercrime*, além de práticas de mau uso da nossa ferramenta em geral.

O *denuncia.uol.com.br* é a nossa página que eu chamo de bem clarinha, que mostra alguns assuntos. Basta o usuário clicar na bolinha para lembrar que pode haver uma infração a determinado direito ali. Há também espaço para ele comentar a denúncia. Há, ainda, o *link* para o nosso telefone, em que ele pode fazer a denúncia e tratar de outros assuntos que remetam ou ajudem a manter a Internet livre de crimes.

O *denuncia.uol.com.br* é, inclusive, da busca orgânica de um buscador, cujo nome eu tirei para despersonalizar, o mais acessado da Internet brasileira. Basta clicar ali em “denunciar uol”, “denuncia uol chat”, que vem direto o *denuncia.uol.com.br*.

Quero repetir, *denuncia.uol.com.br*, porque, se os senhores puderem denunciar qualquer tipo de conduta criminosa ou divulgar o nosso canal de denúncia, eu agradeço muito.

No rodapé daquela página que tem 60 milhões de acessos por mês, onde há as informações da empresa, nós tínhamos o segurança e privacidade. Por conta desta CPI, analisando os documentos e discussões desta CPI, nós resolvemos incluir mais um canal de denúncia na *home* do UOL, o Denuncie. São 60 milhões de



peças que acessam essa página por mês. Está lá: denuncie. Foi incluído recentemente por conta dos debates em torno de *cybercrime*.

Outro canal de denuncia é o SAC, o Serviço de Atendimento ao Consumidor, ao cliente ou outros nomes. Aqui, além do canal Crimes Virtuais-Denuncie, o que nós fazemos é um serviço de tradução dos termos de uso do UOL. Muitas vezes, o contrato fica muito longo e as pessoas não têm paciência para ler ou têm dúvidas. Então, traduzimos para linguagem que esperamos esteja clara o que não se pode fazer no UOL, o que a legislação não acoberta. Aqui temos vários temas: pedofilia, violação de direitos autorais, injúria, etc. É o que não se deve fazer. Nós temos também o canal de denúncia Fale Conosco. O conteúdo é relacionado ao UOL Afiliados, uma plataforma tecnológica que nós temos aberta a *blogs, fotoblogs, startups*.

O SR. DEPUTADO SILAS FREIRE - Alerta V.Exa. para o tempo, Presidente.

A SRA. CAROL ELISABETH CONWAY - Estou esgotando meu tempo?

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Isso.

A SRA. CAROL ELISABETH CONWAY - Desculpe-me, Deputada.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Se a senhora puder...

Não sei quantos eslaides faltam ainda.

A SRA. CAROL ELISABETH CONWAY - Faltam uns cinco. Acho que em 10 minutos eu concludo. Desculpe-me.

Temos uma página aqui, um canal de denúncia específico para o UOL Afiliados. Aqui está uma denúncia. Nós também recebemos denuncia via sistema, *chat*. Aqui é o manual do que chamamos *secoffice*, que é o departamento de inteligência da segurança, vamos dizer assim. E aqui temos os temas que mais aparecem. O *secoffice* se embasa nos temas que mais aparecem em termos de crimes e outras violações para procurar e para valorizar determinados conteúdos relacionados a essas denúncias, como uma vacina à existência desses crimes. Estes são os campeões: primeiro, pornografia infantil; segundo, notificações de uso não autorizado de direitos autorais; terceiro, encurtadores de URL, hospedagem, na parte de *data center*, e, quarto, *sites* hackeados.

Além do time de segurança, todo e qualquer funcionário do UOL, todo e qualquer colaborador do UOL, toda vez que entra para a empresa ou tem alguma



função na empresa, é comprometido contratualmente com o código de *compliance* do UOL, que tem cláusulas bem específicas falando do combate à pedofilia e também cláusulas lembrando que todo profissional deve respeitar a legislação — aliás, *compliance* significa cumprir a lei — e, em caso de dúvida, entrar em contato imediatamente com o departamento jurídico.

Entrando no tema específico da audiência, os senhores podem ver que o primeiro tema ali é veiculação de publicidade. Nós temos inclusive um *hotline* anônimo, para qualquer denúncia na companhia, aberto, em relação a esse tema, e há outros também — todos do código de *compliance*.

Outro ponto muito importante, que dá concretude à natureza colaborativa, é a questão do recebimento das notificações. Se qualquer internauta ou usuário se sente prejudicado, o UOL recebe notificações, como essa da Indústria Antipirataria Cinema e Música. O UOL recebe notificações e retira o conteúdo — óbvio —, se não existir qualquer prejuízo à liberdade de expressão e, principalmente, necessidade de o UOL julgar se aquele conteúdo é lícito ou não, porque o UOL também pode ser processado pelo internauta que viu um conteúdo retirado, se aquele conteúdo é lícito. Em casos inequívocos, o UOL recebe a notificação, como aqui recebeu, e retira o conteúdo.

Aqui são alguns números que registramos para trazer a esta CPI. É interessante que, no ano da CPI da Pedofilia, nós tivemos um *boom* de denúncias de pedofilia, o que significa que a população ouviu o que estava sendo discutido nesta Casa. A própria atividade legislativa nos levou também a um aperfeiçoamento dos mecanismos de combate à pedofilia. Foi o ano em que nós mais tivemos denúncias.

O mesmo se repete em relação a esta CPI. Em 2015, nós tivemos 600 casos de desconexão e denúncias relacionadas à violação de direitos e conteúdos ilícitos. A maior intensidade se dá exatamente depois do início desta CPI.

Então, aqui fica o nosso agradecimento pelo trabalho de divulgação e discussão do tema que está sendo feito.

Passo às nossas considerações específicas sobre veiculação de publicidade de conteúdos ilícitos. Qual é a nossa visão? Nós dividimos o UOL em dois tipos de veiculação de publicidade. A primeira veiculação de publicidade é aquela que é feita



nos portais e nas páginas do UOL. Essa veiculação de publicidade, relacionada a qualquer espécie de conteúdo que não esteja de certa maneira sob uma curadoria editorial, não apresenta, pelo menos no nosso ponto de vista, nenhum tipo de incidente grande. O que, às vezes, acontece é alguém denunciar: “*Olha, subiu um vídeo com algum problema em relação à autorização do detentor do direito*”. Nós vamos lá e o tiramos.

A outra linha de atuação da companhia é uma plataforma de tecnologia. Qualquer *blog*, produtor de conteúdo jornalístico recém-inaugurado, *startup*, pequenos produtores de conteúdos locais podem se afiliar a essa plataforma por meio de um registro e, mediante aceitação das condições contratuais colocadas pelo UOL, podem receber automaticamente a publicidade chamada de cliques ou outras relacionadas à tecnologia de veiculação de publicidade. Pelo lado da Internet em si, é estudada a possibilidade de que pequenos empreendedores, principalmente — também médios; grandes eu já não diria que estão tão focados no UOL Afiliados, mas existem —, possam receber a publicidade.

Eu tenho um *blog*. Eu, Carol, tenho um *blog*. Então, eu me cadastro no UOL Afiliados e, através desse cadastro, eu “embedo” a publicidade do UOL — recebo um código, “embedo” a publicidade do UOL. E passo a exibir essa publicidade.

Nós temos hoje 128 mil *sites* ativos aí. Na parte de veiculação própria, nós temos 1.000 canais de jornalismo, 400 canais de parceiros e 600 nossos.

O que diz o contrato de UOL Afiliados em relação a essa publicidade, outros temas? Ele diz que o afiliado compromete-se a manter o conteúdo do *site* em completa e rigorosa consonância com a legislação vigente, observando, em especial, mas sem se limitar, a Constituição Federal, o Código Civil, o Código de Defesa do Consumidor — isso aí já está ultrapassado, até vou pedir a sua retirada — e a Lei de Direitos Autorais. O UOL se reserva o direito de rescindir o contrato a qualquer momento. O nosso mecanismo contratual pretende fazer o que o código de *compliance* faz dentro da empresa: obrigar todos a cumprir a lei.

Para finalizar, Sra. Presidente, eu queria anunciar que, diante do trabalho também desta CPI — eu estou anunciando isto em primeira mão —, nós criamos um mecanismo de denúncia e de combate a *cybercrimes* relacionados à publicidade. O que nós fizemos? Toda vez que houver um anúncio exibido em página de terceiros,



ou seja, páginas de que algum parceiro tenha a curadoria editorial, o usuário vai visualizar aquele botão: denuncie.

Então, basta ele dar um clique. Ele não precisa nem clicar na propaganda. Ele dá um clique em “denuncie”, e aparece aquela tela: *“O que há de errado com esse anúncio?”* Há opções: *“Não é interessante para mim”* — é um direito do internauta — ; *“É exibido em site com conteúdo ilegal/impróprio”*. Basta ele clicar. Se ele clicar nisso, aparece: *“Agradecemos a sua ajuda. Nossa equipe irá analisar a sua reclamação”*.

A nossa intenção é melhorar os mecanismos. Eu acho que isso também faz parte da Internet, chama-se estado da arte. As coisas estão sempre evoluindo. Elas não param. Nós agradecemos inclusive a pauta, porque pudemos implementar isso. E, de maneira alguma, queremos o nome do UOL ou as nossas páginas com qualquer tipo de desconfiança relacionada a conteúdos ilícitos.

Para concluir, um dos princípios que nós trazemos é a natureza colaborativa. Nós achamos que esta é uma colaboração nossa aqui. Pelo que vimos observando nos últimos 20 anos, todos os agentes têm que colaborar, para combater o *cybercrime*. Deve haver denúncias, deve haver participação das autoridades, deve haver participação deste Parlamento, deve haver participação da iniciativa privada e das nossas associações também. E liberdade de expressão e informação é a vida digital.

As medidas, às vezes, não são tão automáticas. Elas devem ser pensadas e discutidas. Por quê? Precisamos tomar muito cuidado, Deputada, com a liberdade de expressão e informação. E, nesse ponto específico, nós sabemos que tem sido muito discutida a questão da ordem judicial. Toda vez que recebe uma notificação, e aquilo é inequivocamente ilícito, o UOL não precisa de ordem judicial, ele retira. Mas, se houver qualquer dúvida em relação à licitude ou à ilicitude, nós precisamos de uma ordem judicial, porque não queremos nos substituir ao Poder Judiciário.

Então, com relação à questão dos bloqueios, se houver um bloqueio, isso vai desvirtuar e desnaturar completamente a natureza da Internet. Temos que combater os criminosos! Mas temos que pensar todos juntos em qual a melhor solução e o melhor acordo, para que todos se comprometam com essa Internet que temos e é usada por tantos cidadãos de bem.



Fico à disposição, agradeço o tempo que me foi dado e peço desculpas por tê-lo ultrapassado.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Obrigada. Desde já, quero agradecer, principalmente por esse novo mecanismo de denúncia para combater o *cybercrime* também, feito e realizado pelo UOL.

Com a palavra o Deputado Silas Freire.

O SR. DEPUTADO SILAS FREIRE - Pela ordem, Sra. Presidente.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Claro, Deputado.

O SR. DEPUTADO SILAS FREIRE - Sra. Presidente, eu queria registrar, primeiro, que protocolei nesta Comissão, antes da apresentação do relatório do Deputado Esperidião Amin, aquela nossa pertinente colocação de sugerimos no relatório final a criação de uma Comissão Mista de Crimes Cibernéticos. Cabe-nos recomendar isso. O Senado já fez um grande trabalho de combate à pedofilia. Nós chegamos a essa conclusão aqui em vários debates, como também com relação àquela última reunião que fizemos aqui, uma espécie de seminário, para termos a noção da segurança cibernética das Olimpíadas.

Batalhei durante toda esta Comissão para que criássemos uma sub-relatoria do *webjornalismo*. O UOL não é só *webjornalismo*. Mas há crimes no *webjornalismo* brasileiro, principalmente na participação de terceiros, e os nossos *sites*, os nossos portais também praticam crimes quando deixam difamações, esculhambações. O meu Estado foi vítima várias vezes, não só no G1, como denunciei aqui, mas em outros *sites*.

Enfim, não adianta mais chorar o leite derramado, mas acho que nós deveríamos ter aprofundado a discussão sobre esses *sites* e portais de *webjornalismo*. Quem está falando aqui é um jornalista que não defende a censura. Sou jornalista de carreira. Estou apenas licenciado para ser Deputado. Então, eu não defendo a censura. Mas sei distinguir liberdade de expressão de libertinagem de expressão, que é o que há muitas vezes na Internet.

Queria só fazer esse registro, respeitando os demais Parlamentares que possam querer se inscrever.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Obrigada, Deputado Silas. Já encaminhamos ao Relator e também à consultoria as sugestões do seu



requerimento também. Estamos avaliando o melhor caminho, esperando também o parecer do nosso Relator. Amanhã, vamos estar aqui discutindo sobre o relatório final da CPI, até mesmo porque está havendo esse amplo debate.

O SR. DEPUTADO SILAS FREIRE - É lamentável essa discussão ocorrer numa quinta-feira, quando nós já estamos desde segunda-feira aqui e retornaremos às nossas bases na quinta-feira. V.Exa., que dirige tão bem esta Comissão, marcou esse debate para quinta-feira.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Na verdade, temos até o dia 14...

O SR. DEPUTADO SILAS FREIRE - Não quero aqui me opor, só quero lamentar, porque posso não estar presente. Fui um dos mais presentes nesta Comissão, por conta do meu retorno ao meu Estado, em face da minha volta na próxima segunda-feira, e da correria que vive esta Casa com o processo de *impeachment* em andamento.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Sem dúvida, Deputado. Não só V.Exa., mas todos estão envolvidos nesse processo de *impeachment*. Não apenas os Parlamentares, mas o Brasil inteiro está mobilizado em relação a essa questão das votações.

Agora, o fato de as sessões serem às terças-feiras e às quintas-feiras é por conta de dar um prazo até mesmo para que os nossos Relatores e Sub-Relatores possam ajustar seus relatórios, ouvirem toda a sociedade, para poderem chegar ao final.

O SR. DEPUTADO SILAS FREIRE - Lamento, mas compreendo.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Mas vamos deixar a votação e a aprovação do relatório para a próxima semana. Se V.Exa. tiver alguma sugestão, alguma crítica, algo para modificar no relatório, V.Exa. pode, sem dúvida, entrar em contato com os nossos Sub-Relatores e...

O SR. DEPUTADO SILAS FREIRE - Já protocolei o que eu tinha dúvida. Sobre os bloqueios sugeridos, que envolvem uma discussão polêmica com ONGs e instituições, acho que o Deputado Esperidião Amin tem as suas razões. Quero aqui colaborar com S.Exa. Acho que, para coibirmos a libertinagem, temos também que colocar na lei aquilo que é necessário.



A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - E sobre aprofundar as discussões desses assuntos, há tantos outros temas dos quais gostaríamos de levar a discussão mais a fundo. Mas, como sempre costumo dizer, esse tema é tão polêmico e tem uma velocidade tão rápida que talvez ficássemos aqui anos e anos discutindo sobre os avanços da Internet, os avanços sobre o que fazer com os crimes cibernéticos. Então, acredito que, em momentos outros, esta Casa não parará de discutir sobre esses assuntos.

O SR. DEPUTADO SILAS FREIRE - E a Comissão Permanente.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Sem dúvida. E, além da Comissão Permanente, até mesmo alguns projetos que forem propostos aqui devem passar anos e anos aqui na Câmara para serem discutidos, aprovados ou não aprovados aqui.

Agradeço pela sugestão, pelo apoio também e por V.Exa. sempre estar presente aqui na Comissão.

Concedo a palavra ao Sr. Júlio Cesar Schmidt, Presidente do Egrana.

O SR. JÚLIO CESAR SCHMIDT - Boa tarde a todos. Agradeço o convite para participar desta audiência pública. Dividi esta exposição em quatro assuntos importantes: primeiro, a apresentação sobre o meu *site*, o Egrana; segundo, sobre o novo sistema do Egrana; terceiro, sobre a aprovação dos *sites*; e, quarto, o controle de conteúdo e a prevenção.

(Segue-se exibição de imagens.)

O Egrana não é tão conhecido como Google, UOL, Buscapé, enfim, mas é um dos mais antigos programas de publicidade no Brasil. Ele é um *site* 100% brasileiro. Surgiu em 2003.

Essa ali é a versão antiga do *site*. *(Aponta transparência.)* O *site* está completando agora 13 anos *on-line*. Antes, acho que só existiam Submarino, Afiliados e Buscapé Afiliados, que depois, em 2009, foi transformado no Lomadee.

A minha empresa adquiriu o Egrana em 1º de novembro de 2008. A partir dessa data, nós administramos a publicidade do Egrana. Antes era do... O *site* foi lançado em Curitiba em 2003, como dito. Em novembro de 2008, nós nos responsabilizamos pelo Egrana, adquirimos toda a base de dados, o sistema.



Ele foi o primeiro *site* no Brasil que pagava por visitas. Isso se chama na publicidade CPM — Custo por Mil Impressões.

Esse tipo, esse formato de publicidade que paga por impressões, por visitas, é bastante complicado. Pode haver muitas tentativas de burlar o sistema. Hoje, com a tecnologia, com um simples código JavaScript, um simples código de um estilo de imagem, de *layout* do *site*, pode-se mexer em toda a programação em um sistema.

O Egrana é um *site* 100% brasileiro. Não há nenhum capital estrangeiro. Eu, particularmente, cuido do *site* desde 2008, como dito. Como sempre falo em agências e tudo... Moro em Santa Cruz do Sul, e no Rio Grande do Sul há um velho ditado que diz que “*o gado engorda melhor com o olho do dono*”. Então, eu sempre cuidei, de perto, o sistema todo, desde o pagamento, a aprovação de *sites*, tudo o que envolve o *site*, para não haver surpresas. Até, por um lado, é um defeito não delegar tantas coisas e ficar muita coisa só para mim. Mas é uma segurança também contra problemas maiores.

Em janeiro de 2013, nós lançamos uma nova plataforma. Até este período, em 2009, 2010, 2011, 2012, nós fizemos um controle. Primeiro, foi o controle sobre os anunciantes, o que iríamos anunciar no Egrana. Compramos esse tráfego do Egrana, o sistema do Egrana. Havia, na época, cerca de 500 mil visitas por dia, 500 mil visualizações por dia.

A nossa primeira medida foi verificar essa base de dados, que tipo de *sites* havia lá e, depois disso, começar abrir a anunciante. E aí já tivemos um primeiro problema. Na verdade, eu era incipiente na área também. E um dos primeiros anunciantes começou a colocar vírus. Era um rapaz que colocava vírus. Então, percebemos que tínhamos que cuidar não só da parte dos afiliados, das pessoas que o usavam, dos *sites* que o usavam, mas principalmente dos anunciantes também.

Então, fizemos um controle muito grande nesse período, no sentido de que tipo de *site* anunciaríamos, para haver uma publicidade limpa, para chamar a atenção dos nossos afiliados, no sentido de que seria uma publicidade limpa, sem preocupação de ter vírus ou ofertas que levassem a lojas que não tivessem confiança, enfim...



Nesse período, de 2008 a 2012, o acesso ao cadastro do Egrana era fechado. Por exemplo, se alguém tivesse um *blog* e quisesse se afiliar ao Egrana, exibir nossos anúncios, tinha que mandar um *e-mail*. Analisávamos esse *site*, analisávamos o perfil do *site*, as visitas. Era um controle muito bem feito, só que não é algo profissional. Imagine, você entra num *site* e você tem que mandar *e-mail* para lá, com dados do *site* e tudo o mais. Não é algo automático. Por isso, demoramos muito a engrenar, demoramos muito a crescer nesse formato.

Com isso, criamos um novo sistema, que foi ao ar em janeiro de 2013, que é essa nova versão do *site*. Daí os *sites* afiliados poderiam se registrar automaticamente só com a verificação do *e-mail*.

Ampliamos os assuntos, todas as coisas envolvidas principalmente com os termos de uso do *site*. Essa foi uma parte que eu me dediquei bastante a fazer. A nossa garantia para que um *site* use de forma correta o nosso sistema é no sentido de que se devem ler os termos de uso do *site* e aplicá-los. Então, quando algum usuário vai pagar, colocamos as principais regras. Então, sempre alertamos isso para os nossos afiliados.

Infelizmente, de cada dez pessoas, de cada dez afiliados que se registram, se dois ou três leem os termos de uso, é muito. As pessoas só vão lá, clicam em “cadastre-se” e já vão à outra página, completam o registro e não leem. Depois que começam a usar, enfim, vai o *site* para análise, depois reclamam, mas acontece que não leem os termos de uso do *site*, que é a primeira coisa que o afiliado deveria fazer, na verdade.

O nosso controle, então, em todo esse período dos primeiros anos do Egrana, em que houve um crescimento bastante lento, foi colocar anúncios limpos nos *sites* afiliados; os segmentos dos *sites*, com que tipos de *sites* nós iríamos trabalhar; e a manutenção de servidores, com cuidado para o *site* estar sempre *on-line*, para não haver problemas de travamento nos *sites*.

Em maio de 2014, mais especificamente no dia 8 de maio de 2014, nós tivemos uma perda de dados do servidor. Foi um acontecimento bem estranho, porque perdemos o sistema, perdemos um *backup* e não conseguimos de jeito nenhum reativar isso. Perdemos, na época, uns 5 mil cadastros.



Depois disso, passei por um período de problemas pessoais e não pude cuidar muito do *site*. Foi uma época bem conturbada. Foi um pesadelo! Imaginem perder cadastros, perder dados do *site*, relatórios, pagamentos, tudo? Mas aconteceu isso e, durante 5 meses, ficamos sem esses relatórios. Depois, eu comecei a ter um controle maior sobre os cadastros, colocando IPs, registrando IPs, registrando *hosts*, enfim.

O terceiro tema é relativo à aprovação dos *sites*. A cada ano, temos que renovar as políticas de aprovação dos *sites*. Informamos aos nossos afiliados que a primeira coisa necessária para um *site* ser aprovado é o conteúdo. O conteúdo do *site* tem que ser atualizado, tem que ter uma atualização mensal, no mínimo. Não aceitamos um *site* que esteja desde 2003 sem atualização, por exemplo. E o conteúdo tem que ser original. Isso é muito importante. E não se trata só de filmes e de músicas. Nós cuidamos muito do texto também. Uma letra de música tem direito autoral. Um texto jornalístico tem direito autoral.

O que muitos jovens fazem quando criam um *blog*? Pegam notícias de um portal e as aplicam no *blog*. Copiam e colam, CTRL+C, CTRL+V. Esse tipo de *site* nós temos bloqueado, porque é indício de que é de fachada, que pode ter por trás outros *sites*. Essa primeira questão de controle do conteúdo é muito importante. Depois, analisamos a categoria. Algumas categorias não aceitamos: conteúdo adulto, notícias sobre violência com fotos de crimes, fofoca, conteúdo erótico ou mesmo sensual. Nós somos muito rígidos nessa questão.

Em relação a controle de conteúdo, um exemplo que nós seguimos é o do Google no Brasil, cujo controle, o AdSense, é muito bom. Nós ficamos muito felizes e orgulhosos quando algum usuário diz: “*O meu site foi aprovado no Google. Por que vocês são tão rigorosos assim?*” Infelizmente, é preciso ser rigoroso. Muitos *sites* e muitos *blogs* não são aprovados por desconfiança. É verdade, eles têm que provar que o *site* tem um conteúdo relevante, com visitas e tráfego suficientes.

Em terceiro lugar, nós consideramos muito o número de visitas e de visualização de páginas. É claro que um *site* que recebe mais visitas vai receber um valor por visitas maior no nosso sistema. Depois disso, analisamos o perfil de público.



Nós não aceitamos *sites* de público juvenil e infantil, *sites*, por exemplo, de *games*, de *hackers*, de jogos *on-line*. Muitos *sites* de jogos poderiam ser aprovados, mas nós não aprovamos por termos escolhido trabalhar com anunciantes mais limpos e lojas virtuais mais adequadas ao nosso perfil.

Outra coisa também muito importante é a disposição da publicidade no *site*. *Sites* que tem muitos *banners* e muita publicidade nós não aprovamos.

Outro fator primordial é o histórico da conta e do afiliado. Se alguém já tem uma conta criada no Egrana, já teve o *site* banido ou a conta bloqueada, não pode voltar a usar o sistema. Isso é muito importante para evitar as tentativas de burlar o sistema, porque esses usuários geralmente são jovens, uma molecada de 14 a 21 anos, por aí, e sempre voltam a tentar usar o sistema. Eles cadastram um *site* em um domínio e, na verdade, usam a publicidade em outro domínio. Esse é o principal problema que nós enfrentamos.

Nesse caso, tivemos até um exemplo disso. Um *site* pretendia ser compras, mas, na verdade, colocava todo tipo de *sites* de jogos e de conteúdo de *downloads*. Então, para a nossa proteção, o que nós fazemos? Registramos por vídeo, quando necessário, ou fazemos um *print screen* do código fonte do *site*. Essa é a prova que nós temos: “*Olha, você não exibiu essa publicidade no site que cadastrou. Exibiu em outro site*”.

Isso é algo muito importante, o que nos permite ter uma base de dados dessas tentativas de burlar o sistema, que felizmente, a cada ano, se tornam menores.

Em 2013, quando lançamos o novo sistema automático de cadastro, foi muito difícil chegar a um critério de avaliação de cada *site*, até por haver muitos *sites* novos de APP e de *streaming*, por exemplo. Essa coletânea de dados e esse registro que nós fazemos é muito importante para consultas futuras e para que nós não sejamos cobrados pelos afiliados depois.

No ano passado, um *site* usou um domínio não permitido e depois recebemos uma notificação do PROCON e tivemos que explicar: “*Ele usou isso aqui*”. Felizmente, nós tínhamos toda a comprovação até em vídeo, enviamos tudo ao PROCON, e eles retiraram a notificação.



Mas muitos desses *sites* que são notificados, *sites* de filmes *on-line* e de música nos ameaçam processar, por mais ridículo que seja. Por isso, estamos, a cada ano, nos protegendo contra esse tipo de acontecimento.

A última questão é sobre o controle de conteúdo e prevenção. Desde o dia 25 de julho de 2014, nós registramos no cadastro o IP, a data e a hora de cada registro. De cada novo usuário que nós temos fica registrado o IP, a data e a hora. É claro que isso é fácil de burlar. Se o usuário usa um *proxy* ou um navegador como o TOR, não vai registrar o IP correto, mas é mais uma questão que nós temos, mais uma coisa a nosso favor para comparar com outras contas de usuários.

Em função de uma sugestão que nos foi enviada, nós vamos registrar o IP do último acesso de cada conexão de cada conta do EGRANA.

A Carol se referiu ao botão de denúncia, que é muito importante também. Nós queremos agregar isso aos nossos anúncios e apresentar ao usuário um *link* com a seguinte pergunta: “*Esse anúncio o está atrapalhando? Esse anúncio está, de alguma forma, prejudicando-o?*” Isso realmente é muito importante, é primordial!

É isso. Estamos à disposição para perguntas.

Para resumir, o EGRANA é um cachorro pequeno no meio da Internet, mas, a cada ano, temos conseguido qualificar a nossa base de usuários. Chegamos hoje a mais de 10 milhões de usuários únicos por dia em exibição de anúncios e, a cada ano, estamos tentando melhorar.

É isso. Obrigado.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Obrigada, Sr. Júlio.

Antes de passarmos ao debate, eu gostaria de aproveitar o quórum dos Deputados para informar que recebemos algumas denúncias durante o funcionamento da CPI.

Duas pessoas procuraram esta Presidência para apresentar denúncias de práticas de crimes cibernéticos. Esta Presidência recebeu as denúncias, atermou-as e vai determinar a sua autuação em apartado do acervo da CPI. Os dois casos versam sobre crimes contra a honra relacionados a litígios de natureza pessoal e foram levados ao conhecimento da Polícia Civil. A CPI também oficiou a todas as Secretarias de Segurança Pública dos Estados, indagando sobre a implantação de delegacias especializadas.



Assim, com orientação do Centro de Documentação e Informação da Câmara dos Deputados, estamos propondo que o teor das denúncias seja classificado como reservado. Esta Comissão precisa aprovar essa classificação de reserva e fixar o prazo de duração de sigilo. A proposta é de 3 anos.

Neste momento, coloco em votação a proposta de classificação reservada das denúncias com duração de sigilo de 3 anos.

Aqueles que forem pela aprovação permaneçam como estão. *(Pausa.)*

Aprovada.

Dando continuidade aos nossos trabalhos, concedo a palavra ao Sub-Relator e autor do requerimento, Deputado Sandro Alex.

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - Sra. Presidente, eu tenho aqui um *pen drive* com alguns eslaides que eu gostaria de exibir.

Quero agradecer a presença dos nossos convidados, o que demonstra a seriedade das empresas com esta Comissão Parlamentar de Inquérito. Quero agradecer à Sra. Carol Elisabeth, do UOL, e ao Sr. Júlio, do EGRANA, e cumprimentar os Deputados, os Sub-Relatores e o Relator da matéria.

Eu recebi, Sra. Presidente, do Buscapé e do Lomadee — e hoje estava no rol de convidados o Sr. Romero Rodrigues — alguns documentos informando a atualização do seu representante e esclarecendo à nossa Comissão que o seu processo não é inteiramente automatizado.

Eles nos explicaram a diferença entre as empresas deles e a mídia programática, demonstrando que, ao contrário do que acontece com a mídia programática, que é automática, no modelo utilizado pela Lomadee há uma escolha manual que permite um maior controle das páginas, onde é feito o anúncio.

Eu quero deixar à disposição da nossa Comissão esses documentos encaminhados pelo Lomadee e Buscapé para que componham o Relatório da CPI, registrando a ausência deles nesta audiência pública.

Sra. Presidente Mariana, como autor do requerimento, eu tenho 10 minutos. Por isso, peço reposição do meu tempo, por favor.

Inicialmente, eu quero agradecer as palavras da Dra. Carol, que disse que esta Comissão Parlamentar de Inquérito colaborou com o País notadamente sobre veiculação de anúncios em *sites* ilícitos.



Uma denúncia trazida a esta Comissão Parlamentar de Inquérito no ano passado desencadeou uma operação da Polícia Federal chamada Operação Barba Negra. A própria Dra. Carol nos alenta que muito aconteceu após essa denúncia em relação às atitudes das empresas, dos anunciantes, das agências de propaganda, dos *sites*, que até então não atentaram para essa veiculação que estava sendo feita pela Internet.

Durante a nossa audiência, inclusive o próprio Ministro disse que não tinha conhecimento das denúncias que formulamos. Comprovamos, na sequência, que grandes anunciantes do Brasil e até mesmo órgãos do Governo Federal patrocinavam o crime na Internet. O crime na Internet era patrocinado através dessas empresas.

Eu acho que o legado, que o encaminhamento que esta CPI vai deixar é o trabalho maravilhoso que estamos fazendo.

A nossa CPI fez solicitação à Polícia Federal de alguns documentos relevantes da Operação Barba Negra, operação desencadeada inclusive da denúncia que formulei na CPI. Eu gostaria, Dra. Carol, que a senhora acompanhasse alguns desses documentos enviados pela Polícia Federal.

Aqui, a comprovação do papel ativo do UOL na inserção de propagandas em sítios piratas e de seu conhecimento acerca da ilegalidade desses sítios. No ano de 2013, o UOL entrou em contato, via Facebook, com a administração do *site* www.megafilmeshd.net, que foi objeto da Operação Barba Negra da Polícia Federal. Ou seja, o UOL entrou em contato e trouxe o www.megafilmeshd.net para a sua cadeia, para o seu rol de clientes. Os documentos são da Polícia Federal.

Aqui, a comprovação do papel ativo do UOL na inserção de propagandas em sítios piratas e de seu conhecimento acerca da ilegalidade desses sítios. Percebe-se, por documentos da Polícia Federal, a insistência do UOL e a promessa de receita para o *site* para que ele fizesse parte do rol de clientes da empresa. “*Em 24 de setembro, a administração do www.megafilmeshd.net diz que não tem interesse em trocar de anunciantes, mas a UOL insiste novamente dizendo que há outros sites piratas satisfeitos*”.

Nessa documentação, em um dos diálogos há inclusive citação do Filmes Online Grátis e do Armagedom filmes. Há citação de outros clientes que fazem parte



do rol pedindo a entrada do Mega Filmes HD, que é realmente o maior de todos os sites que estavam *on-line* no País.

Aqui, a comprovação do papel ativo do UOL na inserção de propagandas em sites piratas e de seu conhecimento acerca da ilegalidade desses sites. Na data de 26 de setembro de 2013, o *“UOL, após avaliar o site www.megafilmeshd.net, aprova sua inserção como espaço para anúncios dos clientes UOL, entre os quais grandes marcas”*. O UOL autorizou e aprovou nesta data o site e o deixou apto para veiculação desses anúncios.

Aqui, a comprovação do papel ativo do UOL na inserção de propagandas em sites piratas e de seu conhecimento acerca da ilegalidade desses sites: *“6 dias após audiência pública na CPI dos Crimes Cibernéticos que expôs o financiamento de sites ilegais via propaganda..., UOL envia e-mail ao Megafilmeshd.net cancelando a veiculação de anúncios, por ordem da Diretoria de Produtos, em sites que não estejam de acordo com os direitos autorais...”*

O Mega Filmes HD não foi citado em nossa audiência. Eu fiz questão de não citá-lo, por perceber que havia uma investigação da Polícia Federal em andamento contra este site, que, até então, era o maior do País.

Nós denunciemos os sites, Deputado Amin, que estavam entre os mais acessados. Quanto ao *www.megafilmeshd.net*, eu não fiz a citação. O UOL, na sequência, fez o cancelamento deste site, mas continuou permitindo a veiculação de anúncios na modalidade *cost per action* — CPA.

Eu gostaria que a senhora esclarecesse o que é CPA, CPC, algo que para a Comissão é muito importante, porque há algumas modalidades de patrocínio que, mesmo depois da denúncia formulada e do cancelamento, ainda alimentam sites dessa natureza. Isso é algo que preocupa muito a nossa CPI.

Enfim, eu gostaria de registrar e de deixar à disposição da CPI apenas estes eslaides. Trata-se de documentos enviados pela Polícia Federal a esta CPI e que vão compor o nosso relatório.

Também compõem o rol de documentos, doutora, diálogos mantidos com funcionários ou com funcionário do UOL, colocando à disposição do site melhor *performance* para maior faturamento dessas empresas. A transcrição desses *e-mails* está aqui nesses documentos enviados pela Polícia Federal. Em alguns *e-mails*, por



exemplo, cita o funcionário do UOL: *“Entrou uma campanha imensa da Dell e ela fica no ar até amanhã. Se conseguir aumentar a veiculação e adicionar alguns banners extras no seu site, o clique vai estar alto”*. Em outro momento: *“Já me avisaram que vão entrar boas campanhas neste mês, inclusive da Dell. Essa do fim do mês acabou entrando em cima da hora, e, realmente, o clique foi bem alto, mas pode acontecer de aparecerem mais algumas assim”*.

Eu gostaria que a senhora explicasse o *floater*, que é o anúncio em tela de vídeo. Eles citam no *e-mail*: *“Em caráter de exclusividade, por alguns dias, vamos liberar o uso de floaters na tela dos seus vídeos”*, e, aí colocam o modelo padrão.

“Prioridade de anúncios UOL. Muita campanha entrando e alta do CPC”. Eu também gostaria de saber sobre o CPA e sobre a alta do CPC citada aqui. *“Pedimos prioridade”*. Isso tudo está aqui, em diálogo com o Mega Filmes HD.

Por fim, fala-se da remoção dos anúncios. Diz o UOL:

“Más notícias, as coisas mudaram por aqui, a diretoria do produto decidiu parar de veicular anúncios em sites que não estejam de acordo com os direitos autorais, tenho que te pedir pra remover nossos anúncios, logo retiraremos o produto de UOL Cliques da conta de vocês.

Por enquanto podemos veicular CPA, não sei se te interessaria.”

Por isso, eu gostaria de saber o que é o CPA.

Aqui, assina o Sr. Bruno Rocha, representante do UOL.

Esses são alguns documentos da nossa CPI que vão ficar disponíveis.

Agora, faço alguns questionamentos. Primeiro, quero agradecer o UOL por estar aqui para responder e, acredito, para esclarecer e buscar a verdade dos fatos, não só para a Polícia Federal, mas para a nossa CPI e para a sociedade, para estancar o patrocínio a *sites* ilícitos.

Qual é o nosso objetivo, hoje, na CPI? Estancar esse patrocínio. Nós não podemos concluir a CPI, Deputado Amin, deixando que o patrocínio de empresas e até mesmo do Governo, como acontecia, financie o crime na *web*. Este vai ser um grande legado que a nossa CPI vai deixar: não permitir que o patrocínio aconteça, inclusive, para a violação de direitos autorais.



Eu gostaria de ter esclarecimentos sobre os critérios adotados para se aceitar um novo *site*. Isso mudou ou está mudando? Vocês têm mecanismos para impedir que a propaganda financie a ilicitude? Isso é constante ou é só na hora de se aceitar a empresa?

Como disse aqui o Egrana, faz-se uma pesquisa muito grande, mas, durante a execução do contrato, continua-se a investigação para saber se o conteúdo está correto?

Há uma organização das empresas? São várias as empresas. Vocês se organizam para combater o financiamento de plataformas e de *sites* ilícitos? Existe uma associação onde vocês tenham o cuidado de trocar informações para combater isso?

Enfim, nosso propósito aqui é deixar uma contribuição ao País. Por isso, Deputado Amin, eu tinha pedido o Termo de Ajustamento de Conduta — TAC, justamente para que o Ministério Público, a Polícia Federal e o Poder Legislativo deixem isso registrado.

Quais são as legislações, os impedimentos que deixaremos para quem continuar com tal prática? Eu sei que empresas como o UOL vão estancar o patrocínio, pois não vão colocar em risco uma história de trabalho e de pioneirismo no País em favor da ilicitude. Não vão.

Nós queremos apenas deixar, antes de concluir esta CPI, a certeza de que não haverá mais financiamento para esse tipo de *site*.

Agradeço muito a presença a todos.

O SR. DEPUTADO ESPERIDIÃO AMIN - Eu peço licença à nova Presidente apenas para incluir nas perguntas do Deputado Sandro Alex dois tópicos, ou melhor, dois subtópicos que derivam do que o senhor apresentou e que ajudam a responder às preocupações e críticas endereçadas às conclusões preliminares, que apenas foram lidas na semana passada e sequer foram votadas. Então, acrescente, por favor, às indagações do Deputado Sandro Alex, que eu faço minhas também, o seguinte.

Essa preocupação que ele expressa deriva de audiências às quais a senhora não compareceu, mas que foram eletrizantes, como as que precipitaram a Operação



Barba Negra, pondo-se luz sobre a publicidade distribuída mediante acessos apenas.

Se eu não me engano, as duas associações que aqui estiveram foram a ABRADÉE e a ABRADAP. Lembra-se, Deputado Sandro Alex?

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - Sim.

O SR. DEPUTADO ESPERIDIÃO AMIN - Elas orientavam a publicidade, quer do Governo, quer de grandes empresas, idôneas, em função dos acessos, que, por sua vez, podiam ser fraudados pelos *bots*, também apresentados aqui, lembram-se? Estava no Brasil, naquela época, o Sr. John Bond, que não deve ser parente, mas tem sobrenome homônimo do Agente 007. Essa preocupação, a seu ver, vai de encontro à liberdade de comunicação, ou seja, prejudica essa liberdade, como alguns interpretam, bem como as de expressão, de comércio, enfim, o conjunto de liberdades fundamentais?

E a segunda parte é exatamente um detalhamento da pergunta que o Deputado Sandro Alex fez: que providências os senhores tomaram, tomam e tomarão, partindo do princípio, do propósito são de V.Sas. de tornar mais sã essa relação, quer dizer, de assegurar sanidade a essa relação?

Além disso, gostaria que explicassem o que é o CPA.

Muito obrigado.

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - E o CPC. Os dois.

O SR. DEPUTADO ESPERIDIÃO AMIN - O CPA parece que é melhor do que os outros. Então, peço que expliquem o CPA e os outros.

Obrigado.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Com a palavra o Deputado Rafael Motta, também Sub-Relator.

O SR. DEPUTADO RAFAEL MOTTA - Deputada Mariana, queria cumprimentar V.Exa., que preside e tem conduzido com muito pulso esta nossa CPI, que já se encaminha para a reta final.

Cumprimento também o Deputado Esperidião Amin pelo esforço enorme para elaborar um relatório consistente, baseado realmente no que foi discutido nesta Comissão.

O SR. DEPUTADO ESPERIDIÃO AMIN - E nos trabalhos dos Sub-Relatores.



O SR. DEPUTADO RAFAEL MOTTA - E nos trabalhos dos Sub-Relatores.

V.Exa. tem nos ouvido muito e nos brindado com a sua experiência e o seu conhecimento.

Parabenizo, ainda, o Deputado Sandro Alex, pelo requerimento para realização desta audiência importantíssima. S.Exa. também tem buscado fazer um sub-relatório embasado, para que possamos realmente dar prosseguimento aos trabalhos e, digamos assim, dar um pouco mais de legalidade à utilização da Internet em nosso País.

Queria agradecer e cumprimentar também os participantes desta audiência, o Júlio e a Carol, representantes do Egrana e do UOL, respectivamente.

Infelizmente, a Myriam não pôde estar presente, mas esteve no nosso gabinete, e creio eu que também no gabinete dos demais Sub-relatores e da Presidente, dizendo da sua ausência hoje, nem por isso se furtando a explicar o que seria tratado nesta audiência pública.

Para ser mais objetivo, Deputado Jhc, eu encaminho diretamente minhas perguntas a ambos os participantes. Antes de mais nada, parabenizo cada um dos senhores pelas apresentações.

Eu queria saber como se dá o processo de análise de um potencial parceiro, se é atestada a idoneidade desses futuros parceiros, como é feita essa sistemática, em relação à análise do caráter de cada empresa que possa ser um potencial parceiro, os critérios adotados pelas empresas para aceitar um novo *site* no portfólio de mídias, se isso é feito apenas através do volume de tráfego dirigido aos *sites* ou, então, se o que interessa, realmente, é a receita e não a *compliance* da empresa, e se existe algum mecanismo para impedir que propagandas acabem financiando atividades ilícitas.

Temos conhecimento de que o Google tem uma política, realmente, bastante efetiva nesse sentido, e eu gostaria de saber como as empresas de vocês tratam essa questão, em relação aos mecanismos que impeçam esse tipo de propaganda. E, se houver esse mecanismo, obviamente, se ele é implementado de maneira constante ou apenas no ato da contratação. Aí, é a conduta futura desse possível parceiro, porque nem sempre, no momento em que se contrata ou se faz um termo



de contrato em relação a esses parceiros, isso significa que a conduta desse parceiro futuro venha também a ser condizente com a do momento da contratação.

Qual é a resposta da empresa quando é comunicada de que seus anúncios estão sendo exibidos em *sites* que violam a legislação?

Eu acho que o UOL tratou um pouco sobre isso. Mas eu queria saber, até aquele momento em que é feita a denúncia, como procede internamente a empresa em relação a esse tipo de comportamento, porque é importante o comprometimento dessas empresas em cessar os contratos — aí, é uma sugestão — imediatamente após a constatação, realmente, de que esses serviços são ilegais. Então, fica até a critério da Presidente a análise disso, até no nosso possível relatório final.

E a última pergunta, que eu acho que é complementar a do Deputado Sandro Alex, é em relação às empresas: se vocês têm algum tipo de organização, entre vocês, que trate sobre as boas práticas, realmente, das empresas, em relação ao meio virtual, se existe alguma regulação interna, algum tipo de organização que venha a melhorar, enfim, e dar mais legalidade ao uso da Internet.

Então, era isso, Deputada Mariana Carvalho. Mais uma vez, parabéns pela condução dos trabalhos. Parabéns também ao Deputado Sandro Alex, autor deste requerimento.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Obrigada, Deputado Rafael Motta.

Aproveito para fazer uma pergunta que chegou pelo Portal, feita pela Nat, para a Carol Elizabeth: o que o UOL acha de manter o IP como dado cadastral dos seus usuários? E outra pergunta, do Lucas Teixeira: quais os outros crimes que estão sendo financiados em grande escala, além da violação de direitos autorais? Quer saber se vocês têm conhecimento disso e também o Deputado Sandro Alex.

Com a palavra, primeiramente, a Sra. Carol Elizabeth Conway, para responder aos questionamentos.

A SRA. CAROL ELIZABETH CONWAY - Obrigada, Sra. Presidente. Primeiro, eu quero, de verdade, expressar toda a minha gratidão pelo convite para estar aqui, porque tenho como princípio o que parafraseio de Martin Luther King: o que incomoda não é o grito dos corruptos nem as práticas ilícitas, mas o silêncio dos bons. Então, estamos aqui justamente para esclarecer, ao vivo e perante a



Comissão, tudo o que pudermos, para enfrentar junto com vocês essa criminalidade e para apurar, inclusive, qualquer espécie de desvio interno.

Dizer que não acontece crime na Internet, Deputado, seria uma utopia, seria fechar os olhos para a realidade, o que não é a nossa intenção. A nossa intenção é diminuir qualquer espécie de porta que possa estar aberta à criminalidade. Nós não queremos a nossa marca, de maneira alguma, associada a criminosos. E devemos agir o mais rápido possível, porque o bandido age rápido. Então, a resposta também tem que ser rápida.

Eu listei os questionamentos, e peço a gentileza ao senhor, caso eu me esqueça de algum, que me lembre, porque não gostaria de deixar nada em aberto, nem que seja alguma coisa para um encaminhamento posterior, como alguns dos fatos que estamos tendo conhecimento aqui pelo Deputado Sandro Alex. É nosso dever apurar. E além de nosso dever, é nossa vontade e princípio de *compliance* da empresa apurar o que está acontecendo.

Inicialmente, esses *e-mails* trocados pelo Bruno — certamente é de alguém da área comercial, não é de alguém que faz parte da diretoria da empresa, nem dos comitês deliberativos da empresa — demonstram certa abordagem comercial nesse *site* Mega Filmes HD, que eu conheci através de um ofício que nos foi encaminhado pela Polícia Federal. Essa a primeira informação que eu gostaria de deixar clara.

O UOL tomou conhecimento da Operação Barba Negra através da Polícia Federal e, imediatamente, não apenas bloqueou o contrato dele, ou seja, desconectou-o, como também bloqueou os valores dentro da empresa a serem pagos para esse Mega Filmes HD. O nosso intuito foi o de coibir o que estava acontecendo de forma imediata, como entendemos que deve ser feito, e também de reter os valores de *sites* que, de qualquer maneira, violem os nossos termos de uso e a sua palavra, a sua assinatura no contrato conosco.

Tomamos conhecimento, através da Polícia Federal — essa é a posição oficial da empresa —, e a Polícia Federal nos pediu algumas informações relacionadas ao Mega Filmes HD. Nós não recebemos, repito, nós não recebemos notificação de titulares de direitos autorais pedindo a remoção desse conteúdo. Eu apresentei aqui a V.Exas. a notificação como um dos mecanismos de colaboração do UOL e de retirada de conteúdos violadores de filmes, etc.. Recebemos isso por e-



mail e tomamos as providências, como eu já tomei, quando notificada pela indústria de filmes.

Então, quero deixar claro que nós não recebemos nenhuma informação dos titulares em relação à Mega Filmes HD. Tão logo recebemos da Polícia um ofício, nós acionamos todo o nosso time de segurança, desconectamos esse cidadão, que não veicula nem CPC, que é o Custo por Clique, quando o usuário recebe por clique. Enfim, a nossa plataforma contabiliza o valor da exibição da publicidade por clique que o usuário dá na propaganda. Esse é o Custo por Clique. O CPA, Custo por Aquisição, é o custo por campanha publicitária. Depois eu vou pedir auxílio ao meu colega, Júlio Cesar, caso haja alguma consideração técnica a fazer, uma vez que os termos são bem técnicos.

Mas não existe oferta alguma de veiculação de qualquer espécie de publicidade, seja ela CPA, CPC, quando se identifica qualquer espécie de violação do nosso contrato no UOL.

Essas informações, Deputado Sandro Alex, são fundamentais para que possamos apurar o que está acontecendo, o que aconteceu, e aplicar uma vacina. Quer dizer, como isso foi feito? Por qual canal veio? O que podemos fazer para melhorar?

Nós apresentamos aqui, há pouco, um mecanismo desenvolvido pelo UOL com base no que foi detectado, inclusive após a instauração e a deliberação desta CPI. Então, quando há um anúncio — se depois os senhores quiserem podemos distribuir cópia ou reprojeter —, o usuário vai ver em cima do anúncio: “denuncie”. Daí ele clica no denuncie e lá está: “*este anúncio viola ou por algum motivo ele é prejudicial à licitude da Internet?*”. Há uma palavra específica bem telegráfica para o usuário poder entender, para que o próprio usuário possa denunciar. Isso completa um cenário que nós entendemos que faz parte da natureza da Internet.

O Marco Civil traz o princípio da natureza e reconhece que a Internet é um ambiente de natureza colaborativa, ou seja, a Internet é composta de diversos computadores que têm diversos servidores, todos juntos formam uma rede, que tem um valor para todos e, ao mesmo tempo, não é de ninguém. Então, essa natureza colaborativa da Internet também deve ser aplicada para o combate aos crimes. O usuário denuncia, no caso do *Mega Filmes HD*, a indústria denuncia, nós recebemos



e, existindo comprovação patente de que aquele conteúdo viola direitos de terceiros — nós também não podemos julgar, no caso dos filmes, se a indústria falar: “*olhe, meu associado não autorizou*” —, nós vamos retirar o conteúdo.

Esse é o primeiro ponto que eu gostaria de esclarecer. Se o senhor entender que depois podemos ter acesso à apresentação, nossos advogados também vão ter acesso aos *e-mails*, porque é nosso dever e é nossa política investigar qualquer espécie de desvio às condutas da companhia.

Há uma questão, que é a questão comercial, quer dizer, numa plataforma tecnológica, a área comercial pega a lista dos *sites* mais acessados e vai trabalhar com isso. Soa-me um pouco estranha essa coisa de mandar Facebook, mas, enfim, vamos apurar e dar a resposta exata e correta. Tudo o que eu dissesse aqui de forma antecipada seria um achismo.

Outra coisa que falam é que teríamos conhecimento de que os conteúdos são piratas. Eu precisaria observar se essa palavra está lá e como isso foi tratado, mas também vamos apurar, porque, se houve um erro da empresa, é nossa intenção e, mais do que isso, nosso dever corrigir. Faremos isso. Esse é um subproduto desta Comissão.

Deixe-me fechar as perguntas do Deputado Sandro Alex com relação a CPC e CPA. CPC é o Custo por Clique, ou seja, cada vez que se clica numa propaganda existe um direito à remuneração porque o anúncio foi exibido. CPA é o custo de uma campanha publicitária mais tradicional, pelo que eu entendo, quer dizer, paga-se pela campanha independente do número de acessos.

Falo agora em relação aos questionamentos relacionados aos critérios adotados para entrada e manutenção de *sites*, *blogs* e outras URLs que contenham espaço para veiculação de anúncios publicitários. O primeiro critério é um critério cadastral. Então, vai ser checada a base de dados da empresa, se existe algum tipo de negativação, vamos dizer assim, contra aquela pessoa, é checada a base da Receita Federal, para ver se existe alguma outra negativação, e são checadas as listas disponíveis no mercado, em termos de *black lists*.

Eu quero até fazer um parêntese, porque, por exemplo, em caso de *sites* que cometem *fishing* e outros crimes, quer me parecer que o Comitê Gestor da Internet



tem uma lista abrangente para que nós saibamos se um determinado *site* tem algum histórico de vírus ou outras coisas, que é uma *black list*.

Parece-me que não existe nenhuma *black list* específica para casos relacionados a distorções de publicidade, pode até ser objeto de discussão. Mas quando existem essas listas, nós as consultamos.

Depois, existe a parte de termos de uso e contrato. Eu li aqui que o *site* não pode prosseguir na plataforma se ele não registrar que ele é responsável por cumprir todas as leis, que ele é responsável por obter todas as licenças, que ele é responsável por todo o conteúdo, pela autoria de todo o conteúdo ou pela obtenção das competentes licenças, além, de Constituição Federal, Código Penal, etc. Está tudo lá disposto. Ele não consegue prosseguir na plataforma se não se comprometer com isso.

Como disse o meu colega Júlio, o contrato é a primeira coisa que qualquer pessoa deveria ler. E se estiver previsto que ele não vai ser remunerado, que ele vai ter obrigações que não consegue cumprir? O nosso País não tem muito essa tradição.

Para reforçar esses pontos, que é obrigação do nosso cliente cumprir, o usuário da plataforma, no caso de afiliados, fazemos, como apresentei aqui, o resumo dos termos de uso. E lá está bem claro: não pode cometer violação de direitos autorais, não pode veicular material impróprio, não pode veicular material objeto de crime, não pode copiar matérias, etc.

Outros critérios que temos é o monitoramento amostral. São 128 mil *sites* na base de ontem, que eu levantei para trazer. Então, fazemos o levantamento amostral. Mantemos todos aqueles canais de denúncia que eu expus aqui — eu posso também repassar —, e temos o canal de denúncia via notificações, por exemplo, usando novamente o caso dos filmes, dos titulares do direito, que é o caso do UOL também.

Quando uma matéria do UOL é violada, nós mandamos uma notificação para o *site* que está violando os nossos direitos autorais. E esse mecanismo é um mecanismo em que existe interesse de todos, há um ciclo virtuoso em mandar uma notificação.



O Deputado Sandro Alex citou o caso do Armagedom. Acho que foi justamente o caso que eu trouxe aqui. Nós recebemos uma notificação da Associação Brasileira de Direito Autoral — ABDA, e o *site* foi removido na hora. Então, parece que nessas conversas que o senhor exibiu há coisas de primeiro ou segundo colocado na sua categoria. Ele não foi explícito em falar qualquer coisa do gênero de pirataria, até porque precisamos apurar o que está acontecendo em relação a esses *sites*, mas já havíamos retirado. Assim que recebemos a notificação da indústria, retiramos.

De todo modo, repito, nós vamos apurar o que aconteceu e vamos corrigir qualquer tipo de prática que esteja em desacordo com a nossa política e os nossos princípios internos.

Com relação à pergunta se o monitoramento é constante, há um monitoramento amostral constante, e via denúncias é constante também, Deputado.

Sobre a organização para combate, existe a associação da qual o UOL faz parte, que é a ABRANET – Associação Brasileira de Internet,. Estaria aqui também o IAB, eles não vieram, que é o Internet Advertising Bureau, e o Comitê Gestor de Internet, que é o responsável pela governança da Internet, em que há muitos técnicos e pessoas conectadas com o mundo inteiro em termos de informações sobre criminosos e outras informações. E a indústria pode beber nessa fonte para o combate a essa criminalidade.

Passando para a pergunta do Deputado Esperidião Amin sobre a questão das fraudes em *blogs* que mascaram ou manipulam esses números, estava ali também, na nossa apresentação, que esse é o terceiro maior fator de desconexão de *sites* que usam nossa plataforma chamada *UOL Afiliados*. São robôs e outras tecnologias que fraudam. Nós somos vítimas também. Nós somos pegos por situações que, tal como a situação relacionada ao caso que o Deputado Sandro Alex trouxe, elas não são de interesse da empresa, e criam-se tecnologias para prejudicar a empresa. Então, de novo, eu entendo, é interesse de todos os bons não se silenciarem e combaterem a criminalidade na Internet.

O ponto abordado pelo Deputado Esperidião sobre a questão dos prejuízos à liberdade de expressão é muito interessante, porque, ao se combater a criminalidade, deve-se ter, também, essa preocupação de não se esbarrar na



liberdade de expressão em termos de mecanismos para esse combate. É um esforço maior? É, porque o caminho mais curto é: “*vamos simplesmente banir plataformas*”, ou “*vamos banir conteúdos*”, mas nosso entendimento isso fere a liberdade de expressão da informação. Então, é necessário que todos, como costumam dizer, *stakeholders*, estejam presentes e deliberem uma solução ótima — a melhor solução — para combate, equilibrando todos os direitos envolvidos.

E aqui eu deixo o exemplo da necessidade de ordem judicial quando há dúvida sobre a ilicitude de um conteúdo.

Sobre a questão dos IPs como dado cadastral, quer me parecer que o IP não é um dado cadastral, mas um dado que identifica uma máquina. Há uma discussão no Judiciário a respeito de IPs que vem sendo conduzida inclusive nas Cortes superiores. Eu entendo que o mecanismo estabelecido pelo Marco Civil, de acesso a dados cadastrais, é um mecanismo que dá uma flexibilização maior, inclusive no fornecimento de dados cadastrais para autoridades, e mantém dados sujeitos a um maior cuidado, em respeito ao direito à privacidade do usuário num procedimento mais cauteloso.

O interessante do Marco Civil é que ele previu um mecanismo em que a autoridade pode avisar os provedores para que eles mantenham os dados e os registros por mais tempo do que está previsto na lei. Então, avisado o provedor, existe aquela colaboração: nós podemos manter os dados por mais tempo, porque é nosso interesse, também, colaborar com as autoridades. Mas, usando até uma expressão coloquial, às vezes ficamos entre a cruz e a caldeirinha, porque o usuário também pode nos processar. Esse equilíbrio é bem tênue, inclusive quanto à liberdade de expressão.

Como estou me alongando um pouco, Deputada, vou parar por aqui, mas quero me colocar à disposição para responder outras dúvidas.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Na verdade, recebemos mais uma pergunta aqui, direcionada à senhora, do Sr. Covolino. Ele pergunta quais informações a Polícia Federal solicitou e se foi com ordem judicial ou não. Qual foi o procedimento dessas solicitações de informações? Isso pode ser esclarecido?



A SRA. CAROL ELISABETH CONWAY - Eu tenho dúvida, Deputada, se o procedimento da polícia é sigiloso. Então, até para a proteção da própria investigação e dos envolvidos, eu posso deixar com V.Exa. uma cópia para o apartado confidencial das informações que solicitamos, ou seguir o procedimento que V.Exa. entender melhor. Eu só fico um pouco na dúvida em violar o sigilo da investigação. Mas o que eu posso assegurar é que tudo que foi solicitado ao UOL foi respondido, e eu posso também assegurar que imediatamente nós bloqueamos todas as evidências que havia e o dinheiro que havia para ser repassado, no sentido de não causar qualquer prejuízo.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Há também a pergunta do Lucas Teixeira, direcionada ao Deputado Sandro Alex. Não sei se gostaria de responder: *“Quais os outros crimes estão sendo financiados em grande escala, além da violação de direitos autorais?”*

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - No nosso conhecimento, são os de produtos falsos que são vendidos, uso indevido de marcas, uso indevido de propriedades intelectuais.

Eu só gostaria, Doutora, de ter ainda resposta para três questionamentos. Primeiro, a senhora disse que o UOL tomou conhecimento após a comunicação da Polícia Federal. Os documentos mostram que 6 dias após a nossa denúncia na CPI o UOL fez o cancelamento com esta empresa. Então, gostaria, novamente, da confirmação: isso aconteceu após a denúncia na CPI ou o UOL só tomou conhecimento após a comunicação da Polícia Federal? Houve uma manifestação, de acordo com os documentos da Polícia Federal, que isso aconteceu logo após a nossa exposição aqui na CPI. Então, esse era um questionamento.

A SRA. CAROL ELISABETH CONWAY - Desculpe-me, Deputado. Se V.Exa. puder me dar a data me ajudaria a responder.

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - Eu dei a data: 6 dias após a audiência pública na CPI dos crimes que expôs o financiamento, via propaganda, em 8 de outubro, o UOL enviou um *e-mail* ao Mega Filmes, cancelando a veiculação. A operação Barba Negra só aconteceu muito depois disso.

Com relação à fraude que a senhora também destacou, eu gostaria de ter um posicionamento, até para que o UOL fizesse a pesquisa. Entre alguns *e-mails*



trocados, existe um e-mail que diz o seguinte: *“Em caráter de exclusividade, por alguns dias vamos liberar o uso do floater na tela dos seus vídeos. Consegue implementar conforme o padrão abaixo? Precisamos entregar algumas campanhas que entraram de última hora e vamos monitorar essa veiculação com você. Solicitamos que mantenha essa veiculação em confidencial, e, caso precise dar alguma declaração, diga que é apenas um teste”*.

Esta aqui é uma mensagem do Sr. Bruno, do UOL. Isso poderia configurar uma fraude para a contabilidade de número de veiculações, para o pagamento de publicidade? Então, é necessário que se investigue a conduta desta pessoa, que, pela troca de informações monitoradas pela Polícia Federal, também pode se dar fraude nessa tentativa de não contabilizar oficialmente, e, sim, apenas dizendo que era um teste. Também acho que é importante o esclarecimento dessa informação.

E, finalmente, as entidades. Após a nossa exposição, houve por parte de vocês um encontro, um esclarecimento, uma tentativa de trocar informações, de se unir para coibir esses atos? O que a IAB falou? O que o Comitê Gestor falou? O que a Associação Brasileira de Anunciantes disse? As agências de propaganda? Enfim, o que aconteceu para evitar que isso volte a acontecer?

E também chegaram algumas denúncias à CPI de que muitas empresas tentaram entrar em contato com o UOL e não conseguiram retirar o conteúdo que estava lá. Enfim, é importante fazer esse levantamento. São alguns questionamentos.

A SRA. CAROL ELIZABETH CONWAY - Deputado, obrigada. Obrigada, inclusive, pela paciência de me lembra dos questionamentos que ficaram em aberto, porque nossa intenção é responder da forma mais profícua possível.

Bom, começando pelo último questionamento, a questão de a indústria haver entrado em contato, eu fiz uma pesquisa. Peguei diversas comunicações da indústria, com quem sempre tentamos manter um contato, inclusive ativo, pedindo-me para tirar conteúdos, que foram retirados. Lógico que pode ter acontecido um desencontro de informações, tanto da parte da indústria quanto nossa. Eu queria aqui, desde já, registrar e me colocar à disposição, de novo reafirmando a crença de que uma Internet livre de crimes é uma construção colaborativa. Queremos focar na solução, em abrir os canais.



Agradecemos ao Sr. Sub-Relator do tema, aos Srs. Deputados e à Presidência pela iniciativa.

Quero fazer aqui, então, uma declaração pública de que esse esforço colaborativo, na nossa visão, começou através desta sessão e não pode se encerrar aqui. Eu estou à disposição, seja no IAB, seja na ABRANET ou na ABA. São muitos “as” e “is”. Temos que achar o melhor formato para a colaboração de todos os *stakerolders*. Todo mundo, para exercer atividade na Internet, inclusive o internauta, para navegar, precisa de uma Internet livre de crime. Se virar um banguê-banguê, não funciona para ninguém. Então, gostaria de enaltecer esse ponto.

Em relação ao *floater*, Deputado, essa questão específica, de novo, se puder ter essas informações... Eu vou precisar apurar internamente. *Floater*, para mim, não é um termo muito conhecido. Então, até para dar uma resposta profícua, eu precisaria apurar internamente. Digo e repito que os procedimentos da empresa em relação à abordagem de *sites* são comerciais, triviais. Se existe qualquer espécie de desvio ou de conduta — por exemplo, eu ouvi que o senhor falou em ser confidencial, etc. —, nós queremos apurar isso. Então, se esses dados puderem ser compartilhados conosco para apurarmos, nós agradecemos. Procuraremos também o pessoal da Polícia Federal para colaborar.

Com relação à data de remoção, Deputado, eu vou deixar o ofício que temos com as informações relativas a este caso Mega Filmes HD, em que respondemos um ofício vindo da Polícia Federal. Eu lhe perguntei novamente a data porque eu não sei precisar exatamente a data em que esse *site* foi removido. Vou falar como dizem. Às vezes, além esclarecer, no nosso meio jurídico — eu sou advogada —, eu falo assim: se o senhor me conceder um prazo de, sei lá, um dia, eu poderei esclarecer esse ponto, porque eu não tenho a informação aqui, agora, da data exata da remoção do *site*. Inclusive, depois da sessão, posso ligar e alguém poderá informar isso. Sei que recebemos um ofício da Polícia Federal que acarretou na retenção dos valores e no bloqueio do *site*. Como o senhor está me dizendo que o nome “Barba Negra” não havia sido ventilado aqui na CPI, tudo me leva a crer que realmente o primeiro conhecimento que o UOL tomou desse caso foi ver a Polícia Federal. Se a CPI não mencionou isso abertamente, o conhecimento me parece um pouco truncado. Talvez tenha vindo da CPI, mas eu me comprometo a apurar e



responder ao senhor no menor prazo possível. Talvez o pessoal já tenha até isso separado lá na empresa.

Deputado, há alguma outra pergunta que tenha sido feita e que eu não respondi?

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - Nós aguardaremos as suas informações. Houve alguma auditoria interna, alguma investigação interna após o conhecimento dos fatos para levantamento de realmente saber até que ponto esses funcionários tinham conhecimento da ilicitude? Até porque eles cooptaram essas pessoas para estarem entre o rol de anunciantes e clientes da UOL. Então, houve algum tipo de auditoria interna para isso?

A SRA. CAROL ELISABETH CONWAY- Que eu tenha conhecimento, com essa profundidade, não. Só que nós vamos proceder a essa investigação interna.

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - Sim.

A SRA. CAROL ELISABETH CONWAY - Deputado, eu sou responsável pelo *compliance* da companhia. Inclusive, anteriormente aos meus 9 anos no UOL, eu trabalhava em *compliance* nos Estados Unidos. Então, é minha natureza cuidar desse assunto. Eu me comprometo a pessoalmente conduzir um processo de investigação, e agradeço a esta CPI pelos dados fornecidos.

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - Obrigado, Sra. Presidente.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Obrigada.

Concedo a palavra ao Sr. Júlio Cesar.

O SR. JÚLIO CESAR SCHMIDT - Obrigado.

Deputado Sandro Alex, primeiro, sobre o questionamento de CPA, CPC, esses termos são padrões no mundo inteiro, são formatos de remuneração de *sites*. O mais antigo é o CPM, com o qual trabalhamos — é o custo por mil impressões. O CPC, também muito usado, é o custo por *click*. No caso do CPM, o *site* recebe pelas visitas, independentemente de quantas vendas fizer, de quantos *clicks* houver. No CPC, recebe-se só pelo *click*. E o CPA é o custo por ação ou aquisição. O CPA pode ser um cadastro, pode ser uma venda, enfim, é quando o usuário faz uma ação dentro do *site*. O CPM tem limites, não rende tanto para o *site*, e o CPC rende valores maiores. Quanto ao CPA, depende muito da categoria; não há limite de ganhos, só que, se não houver conversões, o *site* não recebe nada também.



Foi citado o *floater*. Esse é um formato de anúncio chamado flutuante. O Egrana foi o primeiro sistema de publicidade no Brasil que lançou esse formato. Hoje, nós não o temos *on-line*. O flutuante é aquele anúncio que fica flutuando na página enquanto se faz a navegação. Geralmente, ele fecha sozinho ou quando se clica num X. Nós barramos esse tipo de formato justamente pelas tentativas de burla. No ano passado muitos *sites* usaram esse tipo de formato, porque ele cobre alguns anúncios da página. Alguns *sites* usam isso para colocar, por exemplo, perto de um anúncio do Google e, em vez de fechar, o usuário clica no anúncio do Google sem querer. Essa é uma...

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - É uma tentativa de fraude.

O SR. JÚLIO CESAR SCHMIDT - Exato. É um detalhe, mas, enfim, existem várias técnicas.

Sobre o monitoramento contínuo, como expliquei, existe essa aprovação dos *sites*, esses critérios de aprovação, e nós no Egrana fazemos a próxima análise do *site* na data de pagamento. Nós temos hoje na base de dados, com as bases antiga e nova, quase 200 mil *sites* cadastrados. É inviável monitorar todos os *sites*. Então, o que fazemos? Na hora do pagamento, nós temos um pagamento mínimo de 50 reais. Quando o *site* atinge esse pagamento de 50 reais, nós monitoramos as visitas, mas para os *sites* que contêm suspeita de tráfico nós deixamos parado esse pagamento, e passamos a investigá-los.

Outra forma de monitoramento é aos *sites* que têm mais visitas. Pegamos os relatórios de visitas para ver de onde estão vindo essas referências de visitas. É claro que não alcançamos todos os *sites*, porque alguns *sites* têm cem visitas, têm dez visitas por dia, e isso nem acaba entrando no relatório de visitas.

Sobre cooperação, no ano passado, um dos contatos de programas estrangeiros de publicidade nos perguntou sobre alguns usuários do Brasil. Não era relacionado a direito autoral, nada assim; era mais com relação à tentativa de burlar sistemas, tentativas de fraudes contra o sistema de publicidade de outros países. E nós passamos os dados. Aqui no Brasil existe mais concorrência do que cooperação. Essa é a verdade. Infelizmente, ainda é assim.



Sobre outros crimes além dos que se referem a direito autoral, no nosso caso não achamos nada assim além de imagens, de textos. É tudo relacionado a direito autoral na aprovação de *sites*.

Quanto aos critérios para aprovação de *sites*, como o Deputado Rafael Motta perguntou, eu expus na minha primeira fala: nós nos baseamos muito no conteúdo hoje — e isso é muito importante. Às vezes, um *site* tem que ter um domínio próprio; por exemplo, não pode ser um *site* que esteja no *blogspot.com.br*, um *site* gratuito. Então, há vários detalhes que temos que analisar para aprovarmos um *site*.

No tocante à comunicação de *sites* ilegais, ao longo de 8 anos em que eu administro o Egrana, recebemos uma só notificação sobre um *site* de filmes. Ele foi retirado e depois voltou com outro endereço. Mas nós o bloqueamos de novo. Então, nesse período só recebemos uma notificação, que foi prontamente atendida, e já bloqueamos a publicidade no *site*.

Sobre critérios de parceria e conduta do parceiro, nós investigamos muito pelo domínio, ou seja, em nome de quem está registrado esse domínio. Na apresentação de eslaides acabei não tocando neste ponto, mas quando se vai comprar um domínio, um endereço na Internet, existe uma opção para proteger dados pessoais. A finalidade primeira dessa opção é para que não haja a exposição de dados pessoais, como *e-mail*, nome, endereço. Mas isso também tem servido para proteger *sites* ilícitos.

A mesma coisa acontece com a hospedagem. Há muitos provedores que têm hospedagem anônima, enfim. Para nós, este tipo de caso em que não existe o nome da pessoa no *site* já gera suspeita. Um dos critérios de aprovação é a verificação sobre onde esse domínio está registrado, em que hospedagem. E vemos também quais outros *sites* estão dentro dessa hospedagem.

Portanto, é todo um processo contínuo que devemos monitorar, porque, às vezes, um *site* cadastrado tem um bom conteúdo, um conteúdo relevante, mas, ao melhor se examinar, aquele *site* não recebe visita nenhuma ou as visitas vêm de outro *site*, de outra URL, de outro endereço na Internet, que carrega aquele *site*. Dentro daqueles *sites* há códigos utilizados facilmente hoje para burlar os sistemas de afiliados, sistemas de publicidade.



A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Deputado Sandro Alex, quer fazer mais alguma consideração?

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - Sra. Presidente, no dia da denúncia, nós fizemos uma solicitação ao Ministro Edinho, para que enviasse os documentos relativos a toda publicidade feita na Internet. Ele se comprometeu com a Comissão Parlamentar de Inquérito — e isso está nas notas taquigráficas — de enviar a esta CPI as informações sobre onde o Governo promoveu anúncios nas plataformas digitais. Pergunto a V.Exa.: isso foi encaminhado?

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Não, Deputado. Não foram encaminhadas à CPI nenhuma das informações relacionadas a isso, até mesmo como foi falado aqui pelo Ministro.

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - Então, peço a V.Exa. que possamos, na nossa próxima reunião, conversar e deliberar com os nossos pares sobre o envio dessa documentação, porque houve um compromisso formal feito no dia da denúncia, e o próprio Ministro se comprometeu em enviá-las. Nós vamos ter que deliberar sobre esse tema antes da conclusão dos trabalhos.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Sem dúvida, Deputado. Amanhã haverá aqui reunião, até mesmo para debater sobre o relatório, que está ainda recebendo algumas modificações de parte de todos os Sub-Relatores — refiro-me ao relatório preliminar.

Quero, mais uma vez, agradecer a V.Exa. pelo requerimento que nos proporcionou este debate. Acredito que muitas das informações a nós trazidas hoje serão também acrescentadas ao relatório desta CPI, mesmo porque V.Exa. é um Sub-Relator.

Tenho certeza de que algumas informações que nos foram trazidas sobre a UOL, falando até mesmo do combate ao crime cibernético, acho que já são grandes avanços. Eu, como Presidente, e todos os membros desta Comissão ficamos felizes em ver que atitudes foram tomadas por vários meios, não apenas pelos de comunicação, mas também pela UOL e por outras empresas no combate ao crime cibernético.

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - Isso é verdade.



A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Acho que o trabalho aqui durante esse período deu muitas respostas e até mesmo esclarecimentos. Sabemos da luta que temos para combater o crime sem violar a liberdade de expressão, porque não é isso que esta CPI quer fazer. Jamais estará ligada à censura, ainda mais nós que somos políticos sabemos bem disso.

Agradeço a V.Exa. pelo seu relatório, Deputado Sandro Alex.

Tenho certeza de que será de grande valia a participação tanto do Sr. Júlio Cesar como da Sra. Carol Elisabeth. Agradeço por terem vindo aqui, aceitando o convite desta Comissão.

Nada mais havendo a tratar, vou encerrar a presente reunião, antes convocando reunião para amanhã, quinta-feira, dia 7 de abril, às 9h30min.

Obrigada a todos.

Está encerrada a reunião.