Zero-rating: Estratégia comercial ou parcialidade das redes?

Autor(res)

Eduardo Augusto Gonçalves Dahas
Iasmin Aparecida De Souza Mendes
Marcus Vinicius Pimenta Lopes
Lucilaine Sousa Pontes Santos
Marcos Paulo Andrade Bianchini

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA

Introdução

De acordo com os dados da PNAD, em 2022 a utilização de serviços de internet no país alcançaram 88,7% da população, o aparente bom resultado máscara uma grave deficiência no acesso às redes. 92 milhões de brasileiros utilizam apenas aparelhos celulares, principalmente nas classes mais baixas, em que predominantemente o único provedor são as operadoras de telefonia móvel.
A Lei n°12.965/14, Marco Civil da Internet, regulamenta o acesso a rede, estabelecendo princípios fundamentais para o fornecimento e utilização do serviço. Em seu art.2°, incisso IV, prevê a neutralidade da rede, que visa garantir que todos os dados sejam tratados igualmente, sem discriminação por tipo de conteúdo, origem ou destino.
Alinhando as duas informações acima temos em mãos um problema provocado pela suposta estratégia comercial do Zero-rating, que consiste em oferecer aos consumidores acesso a aplicativos que não consomem a franquia de dados contratada, isso porque trata-se de aplicativos patrocinados.

Objetivo

Objetivo é destacar as críticas ao zero-rating, evidenciando como essa suposta prática de livre mercado na verdade restringe a liberdade de expressão e a circulação da inovação, gera oportunidades de censura por parte das operadoras e cria uma suscetibilidade de exploração aos mais pobres, iludindo-os com a falsa sensação de acesso à internet e a negação ao sistema de buscadores das redes.

Material e Métodos

A metodologia adotada consistiu na leitura minuciosa da Lei do Marco Civil da Internet, para compreender os princípios fundamentais regulamentados, especialmente a neutralidade da rede. Em seguida, foram analisadas as pesquisas da PNAD e do IBGE para obter dados sobre o acesso à internet no Brasil, com foco nas disparidades socioeconômicas. Além disso, foram consultadas pesquisas realizadas pela Fundação Getúlio Vargas, visando aprofundar a compreensão das práticas do zero-rating e seus impactos no mercado e na sociedade. Essa abordagem integrada permitiu uma análise abrangente das questões relacionadas à neutralidade da rede, acesso

à internet e práticas comerciais das operadoras de telefonia móvel, fornecendo insights importantes para a compreensão do problema e suas possíveis soluções.

Resultados e Discussão

O zero-rating das operadoras de telefonia, ao oferecer acesso gratuito a certos serviços ou conteúdos, distorce a neutralidade da rede, privilegiando alguns serviços em detrimento de outros. Criando um ambiente anticompetitivo, onde empresas com recursos pagam pelo zero-rating tendo vantagem sobre aquelas que não podem. Essa prática prejudica a inovação e a diversidade de conteúdo na internet, comprometendo os princípios de neutralidade da rede.

Além disso, a prática limita o acesso dos usuários a diferentes fontes de informação, especialmente em aplicativos de mensagens, onde ficam restritos aos conteúdos oferecidos, sem a possibilidade de verificar sua veracidade em outras fontes. Essa restrição compromete a liberdade de escolha e a capacidade dos usuários de acessar uma ampla gama de informações, reforçando a importância de regulamentações que preservem a neutralidade da rede e garantam um ambiente online diversificado e democrático.

Conclusão

O zero-rating afasta as pessoas das informações, levando à propagação de notícias falsas. Restringir o acesso à internet perpetua esse problema. A solução reside em garantir acesso livre à rede, promovendo a busca por informações verídicas e combatendo a disseminação de desinformação.

A justificativa das operadoras de que seria mera prática de livre mercado não é procedente e nem as alegações de que é estejam reduzindo essa modalidade de plano, vez que usam essa alegação desde o ano de 2013.

Referências

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm > Marco Civil da Internet

Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) : Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) https://www.cgi.br/noticia/releases/92-milhoes-de-brasileiros-acessam-a-internet-apenas-pelo-telefone-celular-aponta-tic-domicilios-2022/#:~:text=A%20maior%20parte%20dos%20usu%C3%A1rios,Brasil%20(CGI.br).

Silva, Jaciara L., Silva, Jairo A., Lopes, Vanessa N., Internet um serviço essencial: Estudo sobre o comportamento e consumo deste serviço durante e pós pandemia, XIII FATECLOG – Os impactos das novas demandas pós-pandemia nos sistemas logísticos das organizações, FATEC - Mauá, Mauá/SP - Brasil

Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2022 / IBGE, Coordenação de Pesquisas por Amostra de Domicílios, Rio de Janeiro, IBGE, 2023