



## Ciclo #RegulaçãoDigital

### Webinar “Ato dos Serviços Digitais – DSA (Parte III)”

# CONCLUSÕES

13 de dezembro de 2021

*A área de Segurança na APDSI, no âmbito do seu Grupo de Missão “DSA, DMA, ePrivacy”, realizou o terceiro Webinar do Ciclo #RegulacaoDigital “Ato dos Serviços Digitais – DSA (Parte III)” a 6 de dezembro.*

*Este encontro, novamente online, juntou os testemunhos de Maria Manuel Leitão Marques, deputada ao Parlamento Europeu, vice-presidente da Comissão do Mercado Interno e da Proteção dos Consumidores e Membro da Comissão Especial sobre Inteligência Artificial na Era Digital, de Joana Beldade, arquiteta e founder da Digital Women Academy, e de Pedro Lomba, Sócio coordenador da área de Tecnologia, Mobilidade e Comunicações da PMLJ Advogados. A coordenação e moderação da sessão estiveram a cargo de Luís Neto Galvão, coordenador do Grupo de Missão “DSA, DMA, e-Privacy” da APDSI.*

---

**A regulação é, nas palavras de Maria Manuel Leitão Marques, o grande desafio deste momento.** As questões que conduziram ao momento presente de necessidade de regulação do ambiente digital através do DMA e do DSA, têm a ver com valores que nem sempre são convergentes entre os vários países. Seguir-se-ão, no Parlamento Europeu, outras discussões sobre publicidade política e inteligência artificial, além de atualizações urgentes noutras áreas, devido ao impacto do digital na economia e nos serviços, como é o caso do regulamento da segurança dos produtos.

O objetivo é regular sem travar a inovação e a União Europeia precisa de regular mais rapidamente do que tem vindo a fazer. Os americanos, também muito preocupados com estas questões, temem perder a posição de líderes na área tecnológica para a China, daí a tentativa de encontrarem uma plataforma comum com a Europa.

O DSA (Digital Services Act) é um dos instrumentos que surge para dar resposta a alguns dos desafios que redes e plataformas nos vieram a colocar. E a deputada ao Parlamento Europeu identificou dois problemas-base, entre outros, que conduziram a esta necessidade: a desinformação e a ciberviolência.

É verdade que o direito de resposta já existia para combater as notícias falsas que surgiam, mas nos media mais tradicionais essa desinformação era menos frequente. O que hoje torna esse problema tão marcado é o facto de a desinformação ser, muitas vezes, intencional e lucrativa. É barato publicar nas redes sociais, é possível chegar depressa a muita gente e apelar ao ponto fraco dos mais vulneráveis, além de poderem fazer-se campanhas de desinformação sob a cobertura do anonimato. As campanhas de desinformação têm o mesmo alcance nas redes sociais que investigação jornalística pelos media tradicionais. Têm o mesmo peso na hora de publicar, o que traz problemas acrescidos.

Violência, discriminação online e assédio, são problemas particularmente relevantes entre jovens mulheres e adolescentes, com consequências muito danosas. Uma em cada 10 mulheres na UE já foi vítima de assédio pelos meios digitais, confirma a deputada.

O DSA traz clareza sobre a moderação de conteúdos e direitos dos utilizadores, reforça alguns direitos, cria mecanismos para lidar com conteúdo ilegal, promove a

transparência sobre a publicidade online e exige às grandes plataformas (*very large platforms*) auditorias e planos para mitigar riscos. Resumidamente, **o que é ilegal no mundo real torna-se também ilegal no mundo online; o DSA clarifica o procedimento de se retirar aquilo que é ilegal.**

**Do lado dos aspetos menos positivos, para Maria Manuel Leitão Marques ainda faltam medidas para regular a publicidade online.** A título de exemplo refere que, com base nos dados que são recolhidos nas várias plataformas, as empresas podem criar etiquetas que definem os seus utilizadores. Podem ser neutras ou muito prejudiciais. Os anunciantes podem escolher a quem direccionar os seus anúncios através do micro *targeting*, o que, “além de ser um problema de privacidade, este rastreamento incentiva a criação de bolhas onde a informação é dirigida a determinadas pessoas que não podem confrontar os dados que têm com outra informação”.

Faltam, também, dados desagregados que possam identificar que conteúdos online podem afetar diretamente as mulheres e protocolos específicos para lidar com problemas associados a esta questão.

**Joana Beldade manifesta, por outro lado, grandes preocupações relativamente ao DMA (Digital Marketing Act), particularmente em relação aos pequenos negócios** que têm muitos dos seus alicerces nas redes sociais, escolhidas para divulgar produtos e serviços junto dos seus potenciais clientes.

Sendo a maioria dos negócios assentes no digital, o *targeting* é um dos primeiros passos seguidos pelos pequenos comerciantes para chegarem aos seus potenciais clientes “porque senão o que aconteceria era terem de pagar muito mais a essas plataformas e, no final, podem até nem conseguir mostrar o seu anúncio a pessoas específicas”.

A arquiteta receia que o DSA e o DMA venham a ter um impacto muito forte nos pequenos negócios, na medida em que podem perder a capacidade de chegar às pessoas certas com o mesmo investimento que fazem hoje em dia: “Tudo isto me parece ser mais um entrave à criação e expansão do pequeno negócio”.

**Pedro Lomba considera que se está a avançar para um novo contexto no qual a tipologia de intermediários se tornou mais complexa** e ao mesmo tempo surge a ideia de que a relação que esses intermediários têm com os conteúdos dos utilizadores é variável. Classifica esta questão como fundamental para a diretiva do comércio eletrónico e das relações contratuais online.

Hoje temos a “plataformização” do direito da Internet. As plataformas são muito diferentes entre si e vão desde os fornecedores de acesso à Internet a plataformas de e-commerce, redes sociais, partilha de vídeos e partilha de dados (uma novidade). Trata-se de um número alargado de novos atores que tornam esta relação muito complexa e que partem de relações com os conteúdos muito diferentes.

Estas relações podem ser simples (quando um utilizador posta um comentário numa plataforma de e-commerce ou em plataformas que moderam conteúdos), ou podem ser mais complexas quando tal acontece noutras de grande dimensão que armazenam e disseminam avultadas quantidades de dados. Tudo isto vai exigir um tratamento mais complexo para o futuro.

O DSA refere-se às as regras de isenções de responsabilidade, que são mantidas, mas clarificadas porque **há novas regras para plataformas de grande dimensão**. Também surge um novo enquadramento no que diz respeito à possibilidade de os prestadores de serviços levarem a cabo investigações voluntárias, além do dever das plataformas de maior dimensão fazerem uma avaliação sistémica em relação a conteúdos ilícitos. Não há na proposta de DSA nenhuma referência a conteúdos lesivos, até que haja consenso sobre o que é o *harmful content* que tem implicações na liberdade de expressão.

Surgirá, assim, uma nova função: a de moderador de conteúdos – uma atividade desenvolvida por um prestador de serviços destinada a detetar, diagnosticar e combater conteúdos ilegais e informações incompatíveis com os termos e condições dos destinatários de serviços, sendo uma atividade acompanhada de sanções.

O sócio coordenador da área de Tecnologia, Mobilidade e Comunicações da PMLJ Advogados lembra os direitos fundamentais de pessoas afetadas ou cujas contas foram suspensas: “Há direitos de expressão que podem ser impedidos. A Internet é viral, portanto há um efeito que aumenta o impacto danoso e lesivo de um determinado comentário, ao contrário da promessa libertária dos primeiros anos da Internet”. A liberdade de expressão é protegida na Convenção Europeia dos Direitos do Homem e na Constituição Portuguesa e as medidas a plicar futuramente não devem inibir as pessoas de se expressarem livremente.

Pedro Lomba refere que o *oversight board* do Facebook tem uma carta em que é muito interessante perceber que as fontes de decisão vão buscar valores e padrões a normas dos direitos humanos, mas sem fazerem referência ao contrato que cada um de nós estabeleceu com o Facebook. “Sempre que eu tendo a resolver litígios desta maneira, não me posso esquecer que houve um contrato entre a plataforma e o utilizador”, resume.

Também destaca o tema das *fake news* que podem ser reguladas pelo Estado. A nova lei sobre os direitos digitais português recorre à ERC para regular o tema das *fake news*. “Vamos precisar de fortes análises jurídicas para se perceberem os limites desta análise de conteúdos para evitar a censura colateral de conteúdos”, conclui.

### **Perguntas e respostas**

A fase de perguntas e respostas, aberta ao público que assistiu ao evento via Zoom, resultou em várias questões que foram sendo respondidas pelos vários oradores:

- **Qual o vínculo que o Parlamento Europeu pretende deixar nesta proposta da Comissão de DSA?**

Tem havido um consenso para que nada nesta regulação seja mau para as PMEs. Os dados são de cada utilizador, é um facto, mas podemos autorizar e receber publicidade. Tem de haver algum equilíbrio. Quando esta regulação foi pensada foi

para proteger muitas empresas que não tinham qualquer informação sobre os seus clientes, portanto, ficavam totalmente dependentes das grandes plataformas porque nenhuma informação lhes era fornecida.

Não há uma cruzada contra as grandes plataformas, mas apenas regras. O problema é quando a moderação limita a liberdade de informação. Daí a nova regulação assentar no princípio de que o que é ilegal offline deva ser ilegal online.

- **O DMA poderá ser uma forma de censura?**

Não há censura porque incide sobre conteúdos supostamente ilegais, tendo em conta a liberdade de expressão de cada um.

O *oversight board* procura ter o Direito consigo, mas poderão os juízes decidir com total independência ou prevalece o interesse comercial? A autorregulação terá de ser regulada. A liberdade de expressão e económica tem de ser assegurada.

A proteção de menores é um tema potencialmente sensível para o Facebook e para o Twitter. É um risco muito grande e que ninguém quer correr o de os utilizadores terem o sentimento de que são tratados de forma pouco transparente e, com isso, deixarem de acreditar nestas plataformas.

- **O ajuste, que é feito sobre plataformas mais pequenas, será suficiente para se poderem ajustar às obrigações que decorrem do DSA?**

Receber publicidade que não se quer é algo que está constantemente a acontecer, nem que seja pela via do tradicional panfleto na caixa do correio, ou na publicidade que somos forçados a ver em outdoors. Até que ponto clicamos nas letras pequeninas para o aceitar. O que talvez venha a ser necessário é uma maior atenção às “letras pequeninas” que estão nos termos e condições de adesão a uma plataforma online.

- **Estarão as academias a preparar os juristas do futuro?**

Não. Efetivamente não se vê esta preocupação refletida nos conteúdos programáticos dos cursos de Direito.

- **Como vão funcionar as entidades de supervisão?**

É uma preocupação tentar perceber como Portugal vai tratar de diplomas como o DSA e o DMA. Talvez faça sentido a AMA mudar de nome para Agência para o Digital. Estes não são assuntos da ANACOM.

“A CNPD portuguesa ainda é produto dos anos 90 e é um bom exemplo de como não estamos a reformar os organismos existentes”, aponta Maria Manuel Leitão Marques.

---

## **SOBRE A APDSI**

Criada em 2001, a Associação para a Promoção e Desenvolvimento da Sociedade da Informação (APDSI) tem por objetivo a promoção e desenvolvimento da transformação e inclusão digital em Portugal, reunindo com este interesse comum profissionais, académicos, empresas, organismos públicos e cidadãos em geral.

Na linha destes propósitos a APDSI tem vindo a desenvolver diversas atividades em torno de causas tecnológicas e sociais, que se traduzem num conjunto de eventos, recomendações e estudos realizados por grupos de trabalho multidisciplinares em diversas áreas de intervenção, como a Segurança, os Serviços Públicos Digitais, a Saúde, a Cidadania e Inovação Social, o Território Inteligente, a Governação das TIC, a Inteligência Digital, a Política Digital e Governança, os Futuros da Sociedade da Informação e as Competências digitais.

Em todos estes trabalhos a APDSI procura identificar as tendências de evolução e também as interações entre as tecnologias e outras dimensões sociais e económicas, contribuindo com uma visão mais aberta para a discussão e tendo como meta a eficaz perceção e implementação destes conceitos na Sociedade Portuguesa. A APDSI tem o Estatuto de Utilidade Pública e foi em 2008 reconhecida como ONGD.

**ASSOCIE-SE**

URL | [www.apdsi.pt](http://www.apdsi.pt)

email | [secretariado@apdsi.pt](mailto:secretariado@apdsi.pt)



# APDSI

ASSOCIAÇÃO  
PARA A PROMOÇÃO E DESENVOLVIMENTO  
DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO



Associação de Utilidade Pública  
ONG – Organização Não Governamental

Rua Alexandre Cabral, 2C – Loja A  
1600-803 Lisboa – Portugal  
URL: [www.apdsi.pt](http://www.apdsi.pt)

Tel.: (+351) 217 510 762  
Fax: (+351) 217 570 516  
E-mail: [secretariado@apdsi.pt](mailto:secretariado@apdsi.pt)

## Patrocinadores Globais da APDSI

### Platina



### Ouro

