

PROJETO DE LEI Nº , DE 2021

(Do Sr. DENIS BEZERRA)

Altera o MCI, com a finalidade de criar estímulo à pluralidade e diversidade de notícias, assegurar medidas de proteção ao jornalismo nacional e combate às fake news, para adotar política de tratamento não discriminatório das empresas de mídia de jornais, revistas, rádio e televisão legalmente constituídas bem como para criar mecanismos de equanimidade, pluralidade e diversidade de conteúdo na internet.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera o MCI, com a finalidade de criar estímulo à pluralidade e diversidade de notícias, assegurar medidas de proteção ao jornalismo nacional e combate às fake news, para adotar política de tratamento não discriminatório das empresas de mídia de jornais, revistas, rádio e televisão legalmente constituídas bem como para criar mecanismos de equanimidade, pluralidade e diversidade de conteúdo na internet.

Art. 2º O art. 3º da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, passa a vigorar acrescido dos seguintes incisos:

“Art.

3º

.....

IX - fortalecimento do jornalismo profissional nacional;

X - promoção do conteúdo jornalístico de natureza local, regional e nacional, e de natureza independente.

XI - promoção da pluralidade e da diversidade da notícia.”



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Denis Bezerra

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD212172109100>



Art. 3º O art. 5º da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, passa a vigorar acrescida dos seguintes incisos:

“Art.

4º

.....

IX - notícia: compreende a produção e publicação em qualquer um dos seguintes dispositivos pelo qual se produz e publica conteúdo na internet, pela mídia jornalista profissional:

- a) cabeçalho de jornal;
- b) revista;
- c) programa ou canal de televisão;
- d) programa ou canal de rádio;
- e) um site ou parte de um site;
- f) programa de conteúdo de áudio ou vídeo projetado para ser distribuído pela Internet.

X - empresas noticiosas: são aquelas legalmente constituídas pelas leis brasileiras, mediante CNPJ específico, com fins de distribuição de notícias jornalísticas mediante cobrança de assinatura, venda de exemplares avulsos ou distribuição gratuita de conteúdo, incluindo emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens abertas e canais do serviço de acesso condicionado.

XI - serviço de disponibilização e divulgação de conteúdo noticioso:

- a) link para conteúdo fornecido;
- b) reprodução exata e na íntegra do conteúdo;
- c) extração do conteúdo;
- d) interação do usuário com o conteúdo.

Art. 4º A Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, passa a vigorar acrescida dos seguintes artigos:

“Art. 29-A. Para fins de atuarem dentro do mercado nacional de internet, as empresas de plataforma digital que detenham poder



significativo de mercado, deverão veicular no mínimo 30% do conteúdo disponibilizado advindo de fontes diversas da mídia legalmente instituída.

Parágrafo único. Para efeito deste artigo, considera-se que a empresa exerça o “poder significativo de mercado” quando detém o controle do acesso à aplicações de internet por parte de mais de 50% do total de usuários dentro do segmento de redes sociais e/ou de motores de busca na internet.

Art. 29-B. A empresa responsável pelo serviço de divulgação e disponibilização a que se refere o inciso XI do art. 4º desta Lei, garantirão o pagamento de remuneração pela disponibilização do conteúdo noticioso e jornalístico.

Parágrafo único. O pagamento a que se refere o caput deste artigo será calculado a taxa mínima de 50% (cinquenta por cento) da receita bruta, excluídos os impostos, auferida com a publicização da notícia.

Art. 29-C. A empresa responsável pelo serviço de divulgação e disponibilização a que se refere o inciso XI do art. 4º desta Lei evitará diferenciar o conteúdo postado por seus usuários em relação ao das empresas noticiosas.

Art. 29-D. A empresa responsável pelo serviço de divulgação e disponibilização a que se refere o inciso XI do art. 4º desta Lei deverá assegurar que mídia regional e local tenha acesso à plataforma.

Art. 29-E. A empresa responsável pelo serviço de divulgação e disponibilização a que se refere o inciso XI do art. 4º desta Lei deve garantir o fornecimento do serviço digital às empresas noticiosas, com relação ao rastreamento, indexação, disponibilização e distribuição de notícias, sendo vedada a discriminação:

I - decorrente de origem;

II - por alteração que aumente a prevalência ou destaque do conteúdo;



III - por alteração que aumenta ou diminui a prevalência ou destaque de conteúdo disponibilizado pelo serviço com o qual os usuários do serviço interagiram anteriormente;

IV - por uma alteração que aumenta ou diminui a prevalência ou destaque do conteúdo disponibilizado pelo serviço se o conteúdo for criado por uma empresa de notícias que possui recursos para fazer o conteúdo carregar de forma mais rápida;

V - por uma alteração que diminui a prevalência ou destaque do conteúdo disponibilizado pelo serviço se o conteúdo for criado por uma conta automatizada.”

Art. 5º O caput do art. 12 da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 12 Sem prejuízo das demais sanções cíveis, criminais ou administrativas, as infrações às normas previstas nos arts. 10, 11, 29-A, 29-B, 29-C, 29-D, e 29-E ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções, aplicadas de forma isolada ou cumulativa:

.....

”(NR)

Art. 6º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Esta Lei é endereçada diretamente aos provedores Google e Facebook e se inspira na nova Lei de Mídia australiana, que deve se tornar um caso mundial contra o império das grandes corporações americanas na rede mundial de computadores.

A internet hoje é dominada pelas chamadas big digital techs, e os impactos desse mercado oligopolizado já é sentido tanto pela sociedade quanto pelos governos. São as grandes empresas, chamadas GAFAM, Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft, e suas subsidiárias, que



hoje ditam as regras de funcionamento da rede. Ou seja, ao contrário do que dizem, essas empresas produzem, editam, tratam e publicizam, e, mais, monetizam o conteúdo, incluindo os dados, informações e opiniões que circulam na rede sobre cada um de seus usuários.

Na Austrália, as grandes empresas são obrigadas agora a repartir a fatia do bolo de receitas publicitárias com outros grupos de mídia. A nova lei provocou forte reação das principais plataformas digitais, porém o impacto da lei não foi apenas econômico para as plataformas digitais transnacionais, mas sobretudo político, pois representa mais um golpe na política de auto-regulação dessas empresas.

Baseado na assunção de que a internet é uma relevante e indispensável fonte de informação no mundo atual, o governo australiano decidiu que o conteúdo produzido pela mídia tradicional e veiculado na rede terá que ser remunerado. O objetivo é estimular o potencial dos discursos, do engajamento, do comércio e da participação na rede, assegurando que conteúdo de diversas fontes, inclusive o jornalismo, possam trafegar na rede sem que sejam discriminados ou manipulados. De acordo com a exposição de motivos da lei australiana, é hora de enfrentar novos desafios, entre eles, reduzir o poder das grandes mídias digitais na internet.

Assim, ao determinar que as empresas de tecnologia da internet repartam seus lucros com as demais empresas tradicionais de jornalismo, como televisão, rádio, jornais e revistas impressas, a lei australiana desponta como fiel da balança para conter o poder desenfreado das plataformas de internet sobre os usuários e os governos em geral. Dessa forma, o que se busca é controlar a agenda neoliberal dessas plataformas, que vem disputando espaço com a agenda pública da sociedade. Para os australianos, o discurso da liberdade na internet só beneficia um pequeno grupo de corporações.

Especialistas em internet consideram que a lei australiana é questionável, na medida em que as empresas jornalísticas já ganham dinheiro ao terem suas notícias publicadas, gratuitamente, no Facebook



e buscadores de notícias. Assim, o direito de cobrar das plataformas de aplicativos de internet pelo conteúdo jornalístico seria fruto do lobby pesado da mídia convencional contra a mídia digital.

No entanto, a briga pela publicidade do mercado de comunicação, que é a base da sobrevivência de jornais e TV, é o pano de fundo disputa que agora chama a atenção no mundo inteiro. Ou seja, nos últimos anos, ficou provado “o poder que as big techs norte-americanas têm, mundo afora e que, intencionalmente ou não, estão asfixiando a imprensa, que hoje depende visceralmente da publicação do conteúdo digital.

Na prática, esta lei corrige esta injustiça, ao determinar que parte da receita de publicidade do duopólio Facebook e Google, que dominam hoje o mercado da publicidade online, seja dividida com as empresas jornalísticas, além de proibir a discriminação de conteúdo.

Inspirados na legislação australiana, propomos que o Brasil siga a tendência mundial de questionar o poder informacional e transnacional das grandes empresas americanas para dominar o mercado da publicidade online e definir as regras de uso e políticas de uso das plataformas, sem dar satisfação a ninguém. Na prática, essas empresas não apenas “monetizam” o conteúdo da imprensa, mas também ganham pelo fato de que a mídia clássica é a principal fonte de informação checada e de credibilidade, em meio a um arsenal de desinformação que hoje povoa as redes sociais e páginas em geral na internet, fato agravado no Brasil, conhecido um dos países com maior volume de fake news comparados aos demais.

Por outro lado, as empresas que operam na internet também capturam o mercado da publicidade das demais, pelo fato de concentrarem praticamente toda a audiência, tornando-se hoje, elas mesmas, grandes agências de propaganda.

Por isso, julgamos ser necessário equilibrar as forças entre a mídia tradicional e as chamadas mídias digitais, uma vez que operam em nichos de mercado complementares. Como donos de aplicativos de



processamento da informação, Google e Facebook assumem, assim como a mídia tradicional, a função social da comunicação, que é a de assegurar o direito a todo cidadão à informação correta, de qualidade e verificável.

Diante do exposto, peço aos nobres Parlamentares desta Casa o apoio para a APROVAÇÃO deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 12 de abril de 2021.

Deputado DENIS BEZERRA



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Denis Bezerra
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD212172109100>

