

COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

PROJETO DE LEI Nº 1.354, DE 2021

Apensados: PL nº 1.586/2021, PL nº 2.950/2021 e PL nº 78/2022

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 instituídas bem como para criar mecanismos de equanimidade, pluralidade e diversidade de conteúdo na internet.

Autor: Deputado DENIS BEZERRA

Relator: Deputado GERVÁSIO MAIA

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei 1.354, de 2021, altera o Marco Civil da Internet para assegurar a pluralidade e a diversidade de notícias, bem como a proteção ao jornalismo nacional e o combate às *fake news*. A proposta define o conceito de “empresa noticiosa”, aquela devidamente registrada e que possui CNPJ, e o de “serviço de disponibilização e divulgação de conteúdo noticioso”, que inclui “a) link para conteúdo fornecido; b) reprodução exata e na íntegra do conteúdo; c) extração do conteúdo; d) interação do usuário com o conteúdo.” Pelo instrumento, as plataformas que detiverem poder significativo de mercado, isto é, aquelas que detenham mais do que 50% dos usuários em um determinado segmento, deverão veicular no mínimo 30% de conteúdo de empresa noticiosa. Caberá à plataforma repartir com a empresa noticiosa os lucros obtidos com a publicação, na proporção de 50%, excluídos os impostos.

Foram apensados ao projeto original:



* C D 2 3 0 0 1 2 7 7 4 8 0 0 *

- PL nº 1.586/2021, de autoria do Deputado Filipe Barros, insere dispositivos na Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, obrigando os provedores de aplicações de internet a remunerar os veículos de imprensa pela reprodução de conteúdo por estes produzido. O PL responsabiliza solidariamente o provedor pela compensação financeira de empresas jornalísticas pela disponibilização de suas notícias. Além disso, é determinada aos buscadores a publicação dos critérios de priorização de conteúdos.
- PL nº 2.950/2021, de autoria do Deputado Rui Falcão, regula a remuneração dos conteúdos jornalísticos reproduzidos por meio de plataformas que não sejam as originais. A proposta determina que o autor ou veículo poderá requerer a indisponibilidade ou a remuneração, quando monetizado, em caso de conteúdo jornalístico “republicado”. Determina que a remuneração será devida, na proporção de 5% a 25% do valor monetizado, ao autor, e igual valor para o veículo, dependendo da quantidade do conteúdo original que tenha sido republicado e da inclusão ou não da referência à autoria. São admitidos acordos comerciais para uso dos conteúdos e os pagamentos poderão ser auditados.
- PL nº 78/2022, de autoria do Deputado José Nelto, dispõe sobre a possibilidade de cobrança pela exibição de notícias em plataformas digitais. O instrumento determina que as plataformas deverão obter autorização prévia para o uso de matérias e, se em quinze dias o autor não se manifestar, a plataforma estará isenta de pagamento. Já o uso sem solicitação incorrerá em multa diária de 50 mil reais.



* C D 2 3 0 0 1 2 7 7 4 8 0 0 *

O projeto foi distribuído às Comissões de Comunicação e de Constituição e Justiça e de Cidadania, esta última apenas para análise de constitucionalidade e de juridicidade, conforme art. 54 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados (RICD). A apreciação é conclusiva pelas Comissões e seu regime de tramitação é ordinário, conforme o art. 24, inciso II e art. 151, inciso III, ambos do RICD.

Ao fim do prazo regimental, não foram apresentadas emendas ao projeto, nesta Comissão.

É o relatório.

2023-14712

Apresentação: 25/09/2023 09:43:46.703 - CCOM
PRL1 CCOM => PL 1354/2021

PRL n.1



CD230012774800*



Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD230012774800>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Gervásio Maia

II - VOTO DO RELATOR

A remuneração das empresas de jornalismo pelas plataformas de internet, quando estas se utilizam ou republicam as notícias por elas produzidas, transformou-se em importante assunto, tanto para empresas de jornalismo, quanto para as plataformas de internet. O argumento das empresas de jornalismo é baseado em pesquisas que apontam que, na maioria das vezes, os usuários de internet não clicam nos enlaces às notícias,¹ uma vez que o título e o subtítulo, e às vezes o resumo da matéria gerado por inteligência artificial, retiram o interesse do internauta em se aprofundar na matéria, o que mantém o tráfego restrito às plataformas. Assim, os grandes aplicativos mantêm a atenção do usuário dentro de seu próprio domínio, aumentando suas receitas publicitárias e a concentração do mercado, uma vez que o internauta não chega a consumir a publicidade veiculada pelas empresas de mídia. Nesse cenário concentrador, a empresa de jornalismo, que incorreu em gastos para a geração da notícia e que gerou tráfego e faturamento para as plataformas, não recebe nenhuma remuneração destas.

Essa argumentação levou diversos jornais a entrarem com ações judiciais nos Estados Unidos contra as maiores empresas da internet, em casos que ainda se encontram em tramitação naquele país.² As reclamantes citam o fechamento de jornais, especialmente os pequenos e regionais, a demissão de jornalistas e a consequente perda de diversidade e pluralidade nas informações, com impacto direto na deterioração da democracia.

1 Pesquisa da SimilarWeb indicou que 65% das pesquisas no Google não geram clique em outro sítio web.

2 Ver o caso HD Media vs. Google and Facebook (3:21-cv-00077)

<https://www.courtlistener.com/docket/54332010/hd-media-company-llc-v-google-llc/>

<https://www.washingtonpost.com/opinions/2021/06/25/how-small-news-outlets-are-pushing-back-against-big-tech/>

<https://www.editorandpublisher.com/stories/hd-media-files-first-of-its-kind-antitrust-lawsuit-against-google-and-facebook,185360>

Acessados em 11/09/2023.



* C D 2 3 0 0 1 2 7 7 4 8 0 0

Do outro lado desse cabo de guerra, o argumento das plataformas é que os agregadores de notícias por eles produzidos são valorizados pelos usuários e que os resumos apresentados em suas páginas dão maior visibilidade às notícias criadas pelas empresas de jornalismo e essa visibilidade gera, sim, maior tráfego nas páginas dos sítios noticiosos. Ademais, as plataformas apresentam iniciativas de apoio, inclusive financeiro, ao jornalismo.

Essa discussão levou a diversas reações judiciais e legislativas pelo mundo. No âmbito judicial as grandes plataformas têm sofrido pesadas multas em processos de análise da concorrência. Na seara legislativa, diversas leis foram introduzidas na tentativa de diminuição da influência econômica das plataformas e seu impacto deletério na saúde financeira, tanto de grandes, quanto de pequenas empresas de jornalismo.

Na França, Alemanha, Austrália e Canadá, por exemplo, foram estabelecidas leis tornando obrigatória a negociação entre produtores e plataformas. A lei francesa determina que as plataformas deverão obter autorização prévia dos proprietários das notícias antes de suas publicações, sendo que acordo comercial pode ser negociado de forma coletiva, assegurada a participação financeira dos jornalistas e, em caso de não se chegar a um acordo, o governo poderá intervir nas negociações.³ A lei canadense possui dispositivos similares. Na Alemanha, no mínimo, um terço da receita auferida pelas plataformas deve ser compartilhada com os produtores de notícias.⁴ No caso australiano, a autoridade de regulação da competição é responsável pela aplicação da Lei de Negociação de Notícias (em tradução livre), de 2021, que estabelece um código de conduta em que as plataformas devem remunerar as empresas de jornalismo. Caso o órgão aponte que determinada plataforma possua poder de mercado excessivo, a autoridade poderá iniciar um processo de decisão. Em que pese a Administração daquele país não tenha designado nenhuma plataforma especificamente, o órgão acredita que a simples aprovação do instrumento tenha propiciado o estabelecimento de acordos.

³ Lei nº 2019-775, art. 4º, que modifica o Código da Propriedade Intelectual, arts. 218-1 a 218-5. Disponível em <https://www.legifrance.gouv.fr/codes/id/LEGISCTA000038826762/2019-10-24>, acessado em 11/09/2023.

⁴ Seção 87k, da Lei de Direito Autoral (Act on Copyright and Related Rights, Urheberrechtsgesetz – UrhG) de 1965, como emendada em 2021. Disponível em https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_urhg/englisch_urhg.html, acessado em 11/09/2023.



* C D 2 3 0 0 1 2 7 7 4 8 0 0

Mais de 30 pactos foram realizados entre as plataformas Google e Meta e diversas produtoras.⁵

No Brasil o assunto tem ganhado importância e suscitado acalorados debates em diferentes fóruns legislativos para além dos projetos aqui em análise. Em 2023, o PL 2630/2020, que institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, conhecido como *PL das Fake News*, incluiu a temática em suas discussões. O Parecer de Plenário (PRLP-1, art. 32), do relator, Dep. Orlando Silva (PCdoB/SP), prevê a remuneração pelos conteúdos, garantida a livre pactuação, isto é, individual, ou mediante negociação coletiva.⁶ A matéria, apesar de possuir Requerimento de Urgência para apreciação pelo Plenário aprovado, não obteve o consenso necessário para ser levada a voto. Também em 2023, durante a tramitação do PL 2370/2019, que reformula profundamente a legislação do direito autoral no país, foi incluído no Parecer de Plenário nº 2 (PRLP-2) dispositivo que altera o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014), visando à remuneração dos conteúdos jornalísticos utilizados pelas plataformas digitais que contenham mais de dois milhões de usuários. A negociação poderá ser feita de forma coletiva ou ainda adotada arbitragem perante Câmara Arbitral Privada ou junto a órgão da Administração Pública Federal para resoluções de conflitos.⁷ Neste caso, a matéria, cuja relatoria de plenário está a cargo do Dep. Elmar Nascimento (UNIÃO-BA), não possui Requerimento de Urgência para análise do plenário aprovado. Assim como no caso do PL 2630/2020, a matéria também não atingiu o consenso necessário para sua votação, e ambas também possuem pendentes pareceres nas comissões de mérito.

Olhando para esse panorama de tensão existente no Brasil entre as plataformas e os veículos de jornalismo, em conjunto com as soluções legislativas apresentadas pelos outros países, temos a certeza de que é necessário agir de forma equilibrada. A ação se faz necessária pois o

5 News media bargaining code. Disponível em <https://www.accc.gov.au/by-industry/digital-platforms-and-services/news-media-bargaining-code/news-media-bargaining-code>, acessado em 11/09/2023.

6 Ver PRLP-1 e histórico de pareceres, substitutivos e votos disponíveis em https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_pareceres_substitutivos_votos?idProposicao=2256735, acessado em 11/09/2023.

7 Ver PRLP-2 e histórico de pareceres, substitutivos e votos, disponíveis em https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_pareceres_substitutivos_votos?idProposicao=2198534, acessado em 11/09/2023.



* C 0 2 3 0 0 1 2 7 7 4 8 0 0 *

fechamento de jornais, a perda de postos de trabalho e a concentração das receitas publicitárias em poucas empresas globais impactam diretamente o nível de emprego no país e a diversidade e a qualidade das informações disponíveis para a população. E como é bem sabido, a consequência de um jornalismo fraco é o enfraquecimento da democracia. Porém, devido às sérias implicações nos modelos de negócios de tão importante serviço como as aplicações de internet – haja vista a popularidade das redes sociais, aplicativos de mensagens e demais –, é necessário estabelecer regras equilibradas que garantam remuneração adequada às empresas e que guardem relação com o faturamento publicitário. Certamente esse equilíbrio somente poderá ser alcançado mediante uma negociação com participação equitativa entre as partes, porém, em prazo determinado e, caso não haja acordo, uma intermediação oficial deve ser oferecida.

Com base nessas premissas de equilíbrio, negociação e prazos, entendemos que a proposta oferecida à questão remuneratória pelo Dep. Elmar Nascimento ao PL 2370/2019, em seu Parecer de Plenário no 2 (PRLP-2), é acertada. Entretanto, cientes da dificuldade de se obter consenso com aquela proposta na íntegra, optamos por simplificar as modificações propostas ao Marco Civil da Internet e nos concentrar apenas na questão da devida remuneração aos veículos produtores de notícias. Não adotamos, portanto, dispositivos relativos a publicidade programática – referente a empresas que comercializam espaços para inserção de publicidade de forma automatizada –, e de plataforma – aquela impulsionada pelas aplicações.

A proposta exceta de remuneração no caso de particulares que compartilhem notícias sem fins comerciais, assim como de plataformas que não adicionem nenhum tipo de elemento quando uma notícia for compartilhada. São elegíveis para pagamento apenas aquelas entidades organizadas de forma profissional há pelo menos 12 meses. É livre a pactuação entre plataformas e produtores, sendo permitida a negociação coletiva. Poderá ser adotada arbitragem e o processo arbitral deverá ser decidido em 90 dias. A remuneração deverá considerar o volume de conteúdo produzido, a audiência dos conteúdos nas plataformas e o número de



* C D 2 3 0 0 1 2 7 7 4 8 0 0 *

profissionais envolvidos. Caberá ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE coibir abusos de posição dominante nas negociações.

Com essas propostas, acreditamos, estamos atendendo ao mérito das proposições principal e anexas.

Em conclusão, nosso voto é pela **APROVAÇÃO** dos PL n°s 1.354, 1.586 e 2.950, de 2021, e 78, de 2022, na forma do **SUBSTITUTIVO** anexo.

Sala da Comissão, em _____ de _____ de 2023.

Deputado GERVÁSIO MAIA
Relator

2023-14712

Apresentação: 25/09/2023 09:43:46.703 - CCOM
PRL1 CCOM => PL 1354/2021

PRL n.1



* C D 2 3 0 0 1 2 7 7 4 8 0 0 *



COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 1.354, DE 2021

Apensados: PL nº 1.586/2021, PL nº 2.950/2021 e PL nº 78/2022

Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, com a finalidade de estimular a pluralidade e a diversidade de notícias, assegurar medidas de proteção ao jornalismo nacional e o tratamento não discriminatório das empresas de jornalismo legalmente instituídas no país.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, com a finalidade de estimular a pluralidade e a diversidade de notícias, assegurar medidas de proteção ao jornalismo nacional e o tratamento não discriminatório das empresas de jornalismo legalmente instituídas no país.

Art. 2º A Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 5º

.....

XI - plataforma digital de conteúdos de terceiros: provedores de aplicação de internet de redes sociais, serviço de mensageria, ferramenta de busca, inteligência artificial, indexadores de conteúdos informativos ou noticiosos de terceiros, inclusive de texto, vídeo, áudio e imagem, que ofertam serviço na internet ao público brasileiro, exerçam atividade de forma organizada e que disponibilizam conteúdo de terceiros.” (NR)

“Seção III-A Da Remuneração por Conteúdo Jornalístico e da Publicidade Digital

Apresentação: 25/09/2023 09:43:46.703 - CCOM
PRL1 CCOM => PL 1354/2021

PRL n.1



Art. 21-A. Os conteúdos jornalísticos utilizados pelas plataformas digitais de conteúdos de terceiros que tenham mais de 2 (dois) milhões de usuários no Brasil, produzidos em quaisquer formatos, que incluam texto, vídeo, áudio ou imagem, ensejarão remuneração às pessoas jurídicas que produzem conteúdo jornalístico.

§ 1º Caso o usuário final compartilhe o conteúdo jornalístico sem fins econômicos, a remuneração a que se refere o caput:

I – não deve onerar o usuário que o compartilhou; e

II – não ensejará pagamento às pessoas jurídicas previstas no § 2º, desde que a plataforma digital de conteúdos de terceiros não adicione elementos, resumos ou se utilize de outras ferramentas para ampliar as informações contidas no conteúdo compartilhado.

§ 2º Farão jus à remuneração prevista no caput as pessoas jurídicas, mesmo individuais, constituídas há pelo menos 12 (doze) meses, que produzam conteúdo jornalístico, de maneira original, regular, organizada e profissional, e que mantenham registro empresarial de pessoa jurídica, endereço físico e editor responsável no país.

§ 3º Para os fins previstos no § 2º, entende-se como jornalístico o conteúdo de cunho eminentemente informativo, que trata de fatos, opiniões, eventos e acontecimentos em geral de interesse público, independentemente do tipo ou formato, observados os princípios e padrões éticos de conduta no exercício da atividade de jornalismo.

§ 4º A plataforma digital de conteúdos de terceiros não poderá promover a remoção de conteúdos jornalísticos disponibilizados com intuito de se eximir da obrigação de que trata este artigo, ressalvados os casos previstos em Lei, ou mediante ordem judicial específica.



§ 5º É livre a pactuação entre a plataforma digital de conteúdos de terceiros e as pessoas jurídicas previstas no § 2º, facultada a negociação coletiva, inclusive as que integrarem um mesmo grupo econômico, com relação aos valores a serem praticados, o modelo e prazo da remuneração.

§ 6º Nas negociações e resoluções de conflito, é assegurada a equidade entre plataformas digitais de conteúdos de terceiros e as pessoas jurídicas previstas no § 2º, sem prejuízo para aquelas classificadas como pequenas e médias.

§ 7º Não há obrigação de remuneração por conteúdo postado por terceiros em comunicações privadas em serviços de mensageria instantânea, ou de armazenamento em nuvem, nem por conteúdo postado que esteja em domínio público.

§ 8º Em caso de inviabilidade na negociação entre plataforma digital de conteúdos de terceiros e as pessoas jurídicas previstas no § 2º, poderá ser adotada arbitragem perante Câmara Arbitral Privada ou junto a órgão da Administração Pública Federal para resoluções de conflitos.

§ 9º O órgão da Administração Pública Federal de que trata o § 8º poderá atuar como mediador na resolução do conflito a partir da notificação de quaisquer das partes.

§ 10. A arbitragem para aferição da remuneração de conteúdo jornalístico será na modalidade de oferta final de preço fixo, em que cada uma das partes apresentará proposta única com valor certo e regras objetivas para o pagamento pela plataforma digital de conteúdos de terceiros às pessoas jurídicas previstas no § 2º.

§ 11. Em processo arbitral não superior a 90 (noventa) dias, a Câmara Arbitral deverá escolher fundamentadamente uma das ofertas apresentadas pelas partes, não cabendo recurso dessa decisão.



* C D 2 3 0 0 1 2 7 7 4 8 0 0 *

§ 12. Após um ano da decisão, sobrevindo modificação no estado de fato ou de direito, quaisquer das partes poderá pedir revisão do que foi estatuído na decisão arbitral.

§ 13. O disposto no caput visa ao fortalecimento do jornalismo nacional, regional, local e independente, da inovação e da valorização e contratação de jornalistas e de trabalhadores relacionados à atividade.

Art. 21-B. O valor da remuneração a ser paga pela plataforma digital de conteúdos de terceiros às pessoas jurídicas previstas no § 2º do art. 21-A deverá considerar, os seguintes critérios, de forma cumulativa, sem prejuízo de outros:

I – o volume de conteúdo jornalístico original produzido;

II – a audiência, nas plataformas digitais de conteúdos de terceiros, dos conteúdos jornalísticos produzidos pelas pessoas jurídicas, desconsideradas técnicas de manipulação artificial de métricas de aferição; e

III – o investimento em jornalismo aferido pelo número de profissionais do jornalismo regularmente contratados pela empresa, registrados em folha de pagamento e submetidos à Relação Anual de Informações Sociais (RAIS).

Parágrafo único. Nas negociações ou resoluções de conflitos, a remuneração já destinada pela plataforma digital de conteúdos de terceiros às pessoas jurídicas previstas no § 2º do art. 21-A e os contratos estabelecidos diretamente entre as partes deverão ser considerados caso sejam demonstrados por meio de dados e contratos.

Art. 21-C O Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE coibirá atos de infração à ordem econômica da plataforma digital de conteúdos de terceiros que abuse de sua



posição dominante na negociação com as pessoas jurídicas previstas no § 2º do art. 21-A.” (NR)

Art. 3º A pessoa física que enseje remuneração conforme previsto nos arts. 21-A a 21-C, da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, e que já esteja produzindo e sendo remunerada pelo conteúdo jornalístico por plataforma digital de conteúdos de terceiros, de forma organizada e profissional, há pelo menos 12 (doze) meses antes da aprovação desta Lei, deverá se constituir na forma de pessoa jurídica no prazo de 6 (seis) meses da aprovação desta Lei para fazer jus à remuneração.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em _____ de _____ de 2023.

Deputado GERVÁSIO MAIA
Relator

2023-14712

