



SENADO FEDERAL
SECRETARIA-GERAL DA MESA
SECRETARIA DE REGISTRO E REDAÇÃO PARLAMENTAR

REUNIÃO

04/03/2024 - 2ª - Conselho de Comunicação Social

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Bom dia, Conselheiros e Conselheiras. Bom dia a todos que nos acompanham - hoje temos bastante gente aqui acompanhando. Bom dia. Bom dia, Marcelo.

Eu não estou vendo o Francisco ainda aqui, mas a gente já vai dar início, então, a esta audiência pública.

Queria informar que o Presidente Miguel Matos teve um contratempo e informou agora que não poderá participar da reunião de hoje. Então estou aqui no lugar dele, presidindo esta reunião.

Bom, em 4 de março de 2024, segunda-feira, uma reunião ordinária do Conselho de Comunicação Social, que começa agora com esta audiência pública.

Então, havendo o número legal, nos temos o art. 6º da Lei 8.389, de 1991, declaro aberta a 2ª Reunião, de 2024, do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional, que, conforme pauta anteriormente enviada, destina-se a: na parte da manhã, audiência pública sobre remuneração do conteúdo jornalístico pelas plataformas digitais - temos vários convidados, a Profa. Marisa, que está aqui conosco, e também *online* o Marcelo Rech e o Francisco Britto Cruz, que participarão aqui remotamente; na parte da tarde, a leitura do expediente, ordem do dia, relatório do andamento das Comissões, comunicação dos Conselheiros e participação da sociedade civil.

Então, declaro aberta a audiência pública do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional destinada a discutir a remuneração do conteúdo jornalístico pelas plataformas digitais.

Para debater o assunto, eu queria convidar para compor a mesa a Dra. Marisa Von Bülow - é isso mesmo? -, Professora da Universidade de Brasília. Muito obrigada pela sua participação. É ótimo contar com uma especialista no tema para nos ajudar aqui nesse processo de entender o momento que a gente vive.

Participa, como informei, de forma remota, o Presidente da Associação Nacional dos Jornais (ANJ), Marcelo Rech. Marcelo, obrigada também por estar conosco aqui. E também o Diretor Executivo do InternetLab, Francisco Brito Cruz. Muito obrigada, Chico, por estar aqui conosco também para nos ajudar nesse momento tão difícil de entendimento desse problema.

Cada expositor terá 15 minutos para sua fala inicial. Após o encerramento das exposições, a palavra será concedida aos Conselheiros em forma de oitiva, sem limites rígidos de tempo.

O objetivo aqui, Marisa, Marcelo e Francisco, é que a gente consiga aprofundar mesmo, discutir de forma ampla esse tema, que a gente consiga entender bem quais são os desafios e os obstáculos que estamos encontrando para que a gente possa, enquanto Conselho, emitir um relatório que auxilie os Parlamentares na discussão dos projetos de lei que estão na mesa.

Informo que esta audiência pública será realizada em caráter interativo, com a possibilidade de participação popular. Para isso, as pessoas que têm o interesse em participar com comentários ou perguntas podem fazê-lo por meio do Portal e-Cidadania, no endereço www.senado.leg.br/ecidadania, e também pelo Alô Senado, pelo telefone 0800 0612211.

Feitos os devidos esclarecimentos, vamos dar início então às exposições.

E eu queria já passar a palavra à Dra. Marisa von Bülow, Professora da Universidade de Brasília.

Dra. Marisa, a senhora tem 15 minutos. Por favor.

A SRA. MARISA VON BÜLOW - Muito obrigada, Conselheiros e Conselheiras. Muito obrigada, Patricia, pelo convite, pela oportunidade de estar aqui. É sempre um prazer também compartilhar a mesa com o Chico e com o Marcelo. Tenho certeza de que eu vou aprender muito com todos vocês hoje.

Eu fiz um relatório que foi publicado ano passado, encomendado pelo Comitê Gestor da Internet, sobre esse tema da remuneração do jornalismo pelas plataformas digitais. E neste momento, por coincidência, eu estou justamente finalizando uma versão atualizada, revisada do relatório, porque aconteceu muita coisa no último ano. Esse tema tem sido extremamente dinâmico, todo dia praticamente tem uma novidade, e isso torna o tema não menos importante; pelo contrário, é cada vez mais relevante, mas também cada vez mais complexo. E acho que esse é um dos obstáculos a superar, acho que é parte das nossas discussões tentar desatar os nós que têm impedido que, no Brasil, a gente avance muito de maneira concreta sobre esse tema, pelo menos em termos de legislação.

Não é um tema novo. Pode ficar parecendo que é um tema novo; não é um tema novo, mas a gente pode fazer uma quebra no tempo, digamos, até 2019, antes e depois de 2019, porque, a partir de 2019, a gente tem uma diretiva na União Europeia. Depois, em 2021, há a aprovação de uma lei na Austrália, que virou uma referência extremamente importante nos debates. Ano passado, houve a aprovação de uma nova lei no Canadá. Agora, mês passado - olhem só como o tema está atual e dinâmico, como eu dizia -, foi na Indonésia, e tem iniciativas de legislação sobre esse tema em vários países do mundo, em alguns estados nos Estados Unidos e também no Congresso Nacional americano tem uma iniciativa.

Então o relatório que eu preparei para o CGI não tinha tanto como objetivo colocar uma posição a favor de um ou outro modelo. Eu vou apresentar para vocês assim, muito brevemente, nos 15 minutos que eu tenho, quais são os principais aspectos, do que está sendo debatido, quais são algumas opções.

Mas tinha como objetivo apresentar o estado da arte, um mapeamento para ajudar todos os interessados a se localizarem no tema, a entenderem o que está acontecendo e por onde a gente pode caminhar.

Esse é um tema que, como eu disse, não é um tema novo, mas aumentou muito a sua relevância e entrou de maneira muito importante na pauta dos Poderes Executivo, Legislativo, Judiciário no mundo todo. Depois de 2019, muito por conta da crise do jornalismo, que eu tenho certeza de que vocês têm discutido e têm amplo conhecimento, mas a pandemia, o aumento da desinformação... Enfim, a gente tem um contexto praticamente de uma tempestade perfeita com relação a uma desordem informacional. Desordem informacional porque vai bem além da desinformação. Todo o tema das notícias falsas é absolutamente central, foi central na pandemia, foi central em todos os processos eleitorais do mundo todo e vai continuar sendo, mas vai bem além disso, tem a ver com o perigo da perda ou da diminuição da qualidade da informação à qual a gente tem acesso.

E aí, o tema, que não era novo, mas era periférico, surge com muita centralidade. A partir de 2019, eu não diria que existe um consenso - porque o tema a gente vai ver extremamente contencioso, tem sido muito difícil, mesmo nos lugares onde a legislação foi aprovada, demora, são anos de negociação, com muita dificuldade -, mas há uma mudança de percepção muito nítida de que algo tem que ser feito para resgatar, para apoiar o jornalismo público, de qualidade e a gente não tem bons instrumentos para fazer isso.

E por que que tem sido tão difícil, apesar dessa mudança da percepção? Acho que tem várias razões, uma delas eu vou detalhar um pouquinho mais e depois, quando a gente estiver conversando, porque agora eu não vou ter muito tempo para fazer isso... A gente não tem dados bons para apoiar o processo decisório. E aí tem um problema de transparência no acesso a alguns dados que são centrais para a gente entender quem pode ser remunerado e pelo que. E a dificuldade para ter acesso a esses dados impede, eu acho, ou dificulta muito o processo decisório, por exemplo, no Poder Legislativo.

Mas, além disso, claro, atores que estão resistindo a avanços nesse sentido têm enorme poder político e econômico, cada vez mais. E por outro lado, quem defende que haja algum tipo de remuneração muitas vezes não tem clareza, não tem acordo sobre como seria, como deveria ser, qual deveria ser o modelo. Se, por exemplo, mais próximo do australiano, mais próximo do europeu, se deveria ser um fundo ou se deveria ser um modelo de barganha direta. Então, eu acho que essas coisas dificultam o avanço. Mas no relatório... E aí eu vou me concentrar nisso nos próximos 10 minutos, mais ou menos, que eu devo ter agora...

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco. *Fora do microfone.*) - Imagina...

A SRA. MARISA VON BÜLOW - Ótimo. Obrigada. Isso é bem útil.

Eu vou falar das cinco controvérsias que eu mapeei no relatório para tentar sistematizar, dar mais clareza, dar uma melhor orientação para quem tem interesse nesse tema. E aí eu tenho certeza de que o Chico e o Marcelo vão aprofundar esses temas e também avançar no sentido de dizer qual é o modelo mais apropriado que eles acham para o contexto brasileiro.

Quem deve ser beneficiado pela legislação? Começa por aí o problema, não é? Porque qual é o escopo da definição de jornalismo? O que é conteúdo jornalístico? A tendência da legislação tem sido adotar critérios mínimos para designar potenciais beneficiários: números de empregados, faturamento, existência de um conselho editorial, não é? Mas para alguns, por exemplo, os próprios jornalistas deveriam ser financiados diretamente; para outros, essa é uma proposta inviável. Então, em alguns casos tem sido introduzido o critério de que o dinheiro a ser recebido tem que chegar aos jornalistas, mas essa é uma das dificuldades, não é? Critérios como registro profissional, tempo de funcionamento também são polêmicos, porque podem levar à exclusão de novos formatos de negócios do jornalismo ou atores que são muito recentes - pode prejudicar recém-ingressados no mercado jornalístico, enfim. Há aí todo um debate que tem a ver também com a transformação do que é jornalismo e do próprio modelo de negócio dos jornalistas.

No caso do Canadá agora, por exemplo, foram incluídos critérios sobre o tipo de conteúdo produzido - e eu acho que isso é bem importante no contexto de países em desenvolvimento também. Então, a lei canadense inclui a necessidade de remunerar produtores de conteúdos indígenas.

Se a opção for por um fundo público, e não por um modelo de uma lei que determine a barganha direta entre os atores, para os defensores desse outro modelo, o fundo permitiria não apenas financiar atores específicos, seja jornalista, seja empresas, mas projetos que apoiam o desenvolvimento da sustentabilidade do jornalismo como um todo. Essas duas propostas não são necessariamente contraditórias: ter uma lei que obriga a ter uma barganha direta entre plataformas e empresas produtoras de conteúdo jornalístico *versus* ter um fundo público de apoio ao jornalismo público de qualidade. Mas, na prática, a gente vê que há uma divisão entre proponentes de um modelo e proponentes de outro.

Quem deve pagar? Também não é nada óbvio, e até a terminologia que se utiliza para decidir isso varia. A lei australiana fala em "plataformas digitais", a União Europeia fala em "prestadores de serviços de compartilhamento de conteúdos *online*". Agora, no Canadá, existe o termo "intermediadoras de notícias digitais". Então, vejam como é realmente complexo, não é? E, desde o ano passado, isso ficou ainda mais.

Temos uma camada adicional de complexidade que tem a ver com o uso da inteligência artificial, o uso de bancos de dados de jornais para alimentar e treinar aplicativos e modelos de inteligência artificial. Então, será que a gente tem que incluir, além disso, uma outra terminologia, um outro conjunto de empresas que são empresas da área de inteligência artificial?

Então, vejam, uma coisa que eu acho que é muito importante evitar, mas é o que tem acontecido na prática, é que, tanto no caso da Austrália como no Canadá, nos Estados Unidos, muito do debate tem se concentrado em duas plataformas: Google e Facebook - primeiro Google e, depois, Facebook. A legislação canadense, vocês devem ter visto, a regulamentação incluiu um artigo específico sobre Google. Não fala "o Google deve", mas fala "a empresa que tem maior participação no mercado de buscas", portanto é o Google. E foi feita uma negociação específica para o Google.

Mas a gente sabe, de novo, que o mercado é dinâmico, a gente sabe que também usam conteúdo jornalístico que também são importantes para a disseminação de informação de qualidade, plataformas de jogos, obviamente, TikTok, Twitch, enfim, muitas outras.

Pagar pelo quê? Todas as polêmicas estão inter-relacionadas, então quem deve receber tem a ver também com essa polêmica sobre o que deveria ser objeto de remuneração. Então, por exemplo, nas entrevistas que eu fiz para o relatório, existe uma demanda de empresas de comunicação para que a definição seja mais ampla, inclua, por exemplo, entretenimento. E aí há muita resistência das plataformas digitais ou mesmo de organismos internacionais. A definição de notícia exclui esporte, exclui celebridades, exclui Dança dos Famosos e outras coisas que têm muito engajamento na internet, como vocês sabem. Então, isso é uma outra controvérsia difícil de resolver e que está relacionada também com o fato de que os acordos que existem hoje, por exemplo, no contexto da Austrália, são acordos em que a gente não tem acesso ao conteúdo deles, então a gente não sabe exatamente por que se está pagando nas experiências que já existem.

E isso tem a ver com uma quarta polêmica, que é justamente a questão da transparência dos dados. Não só a gente não tem acesso aos termos dos acordos, não sabe exatamente quem recebeu pelo quê nos acordos que foram assinados de novo, por exemplo, na Austrália, mas a gente também tem muita dificuldade para fazer uma avaliação de quanto deveria ser essa remuneração, com base em quê.

Então, por exemplo, no Canadá se fala muito de quanto as plataformas ganham com publicidade digital. Esse é um terreno bastante opaco, bastante opaco. Então, se a gente vai utilizar rendimentos, lucros com publicidade digital como uma referência para determinar a remuneração ao jornalismo, a gente precisa de um acesso mais amplo e melhor a esses dados de publicidade digital.

E aí também tem a ver com uma outra questão bastante complexa que é a questão do segredo algorítmico das plataformas. Uma queixa recorrente dos produtores de conteúdo jornalístico é com relação a uma maior transparência sobre como é

difundida, como é feito o acesso, como é o tráfego, como as pessoas chegam ou não, por exemplo, aos *sites* de jornais ou a canais de televisão.

Então, aí também há uma resistência muito grande das plataformas, que alegam segredo de negócios. Uma possibilidade é de que dados sigilosos sejam entregues a um órgão regulador que mantenha o sigilo, mas que pelo menos haja algum tipo de escrutínio.

O pano de fundo é que essas plataformas foram vistas durante muito tempo como plataformas que ofereciam serviços quase que neutros, e hoje, não. Essas plataformas são vistas cada vez mais, com razão, como atores políticos do processo...

(Soa a campanha.)

A SRA. MARISA VON BÜLOW - ... que têm que ser responsabilizados e têm que prestar serviços e prestar contas à sociedade sobre como esses serviços impactam a política e, no final das contas, a democracia.

Última polêmica, mas que perpassa todas as outras, é qual é o papel do Estado nisso. O modelo de um fundo tem, como pressuposto, o papel de um Estado que é muito diferente do papel do Estado que apresenta uma lei que, mais ou menos, empurra os atores à mesa de negociação, mas que é uma lei pensada - no caso da Austrália e também agora no caso do Canadá - para não necessariamente ser implementada; coloca os incentivos para que os atores, para que o mercado funcione e para diminuir a assimetria de poder entre esses atores. Mas essa é uma questão muito em aberto.

Finalizo com essas que são as cinco principais polêmicas, mas que não esgotam o assunto, e talvez com uma sexta, ou uma sexta questão, que acho que é muito importante colocar aqui para o Conselho, sobre o processo decisório. Como é que a gente faz para avançar com participação, com consulta pública?

Patricia, daí a importância da reunião hoje. Agradeço mais uma vez, porque é desse tipo de fórum que a gente precisa realmente para tentar desatar esses muitos nós, com participação, com pluralidade, com a possibilidade de dar voz a todos os interessados, que não são poucos. Não são só as plataformas digitais, nem são só as empresas de conteúdo jornalístico que têm interesse nesse tema, mas é a cidadania como um todo.

Muito obrigada.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Obrigada, Professora.

Acho que esse ponto é muito importante, e até, deixando aqui uma nota de esclarecimento, nós fizemos já uma primeira audiência pública sobre esse tema logo em agosto, quando foi apresentado, quando foi incluído no projeto de lei de direitos autorais o item remuneração de conteúdo jornalístico. Nós não tivemos condições, a partir dessa primeira audiência pública, de emitir um relatório. Por isso, a necessidade de convocarmos esta segunda audiência pública, justamente para a gente conseguir ter mais subsídios e aprofundar o conhecimento de todos os Conselheiros aqui num tema que é tão complexo.

Como a senhora colocou, são seis pontos em que não há consenso e que precisam ser explorados. São pontos cruciais para a definição de um projeto de lei que venha, ou de uma lei que venha, de fato, favorecer o ambiente jornalístico.

Então, muito obrigada pelas suas contribuições.

Queria passar, seguindo aqui a pauta, ao Presidente da ANJ, Marcelo Rech, para os seus 15 minutos.

Por favor, Marcelo.

O SR. MARCELO RECH *(Por videoconferência.)* - Obrigado, Presidente Patricia Blanco.

Queria cumprimentar a Profa. Marisa pela excelência da exposição e pelo elenco desses cinco, seis dilemas que resumem muito bem a discussão que se trava no mundo sobre qual deve ser o modelo de remuneração e quais são as características. Então, parabéns aqui pelo trabalho!

Eu queria começar a convidar os colegas do Conselho - cumprimento a todos - a me acompanhar no raciocínio lógico: por que nós discutimos remuneração das atividades jornalísticas há tantos anos na comunidade internacional de jornalismo? O fundamento básico é que... E aqui tem várias organizações. Todas as organizações aqui presentes defendem de uma forma ou de outra a liberdade de imprensa, e nós temos nos dedicado, nas últimas décadas, a nos focar na defesa da liberdade de imprensa, sempre no campo da liberdade. Só que, pela primeira vez, nós estamos diante da possibilidade de que deixará de haver liberdade de imprensa, porque a imprensa está ameaçada de existir. Para ter liberdade de imprensa, precisa dos dois substantivos: liberdade e imprensa.

E a imprensa profissional, tal como nós a conhecemos, começa a desaparecer, a ser devastada financeiramente em várias partes do mundo. Aí estão os desertos de notícias. Nos Estados Unidos, em média, por mês, dez jornais fecham, deixando comunidades inteiras à mercê de um vácuo digital, de bandoleiros digitais, que vendem aí os chamados elixires da

radicalização e vão ocupando esse espaço deixado pelo jornalismo profissional, que vem sendo devastado financeiramente. Alguns anos atrás, nós achávamos que as iniciativas puramente digitais, as *digital initiatives*, seriam uma solução. E nós temos visto, no mundo inteiro, essas próprias organizações que são apenas digitais também sendo devastadas. Recentemente, o *Vice Media*, que fazia um jornalismo de altíssima qualidade, de altíssima criatividade, que chegou a valer US\$5 bilhões, US\$6 bilhões, está praticamente quebrada, assim como o *BuzzFeed* notícias e tantas outras que foram saldadas com o advento de um novo jornalismo digital, que simplesmente não conseguem fazer frente a essa drenagem de recursos tremenda por uma série de oligopólios digitais que dominam a comunicação do planeta hoje e vão cada vez mais impedindo, de uma forma, o surgimento de iniciativas digitais inovadoras, que também fazem concorrência, e, de outra forma, sufocando a imprensa profissional.

Então, a lógica de toda essa discussão é a liberdade de imprensa. E não é liberdade de imprensa pela liberdade de imprensa, mas pelo que ela significa para a estabilidade mundial e para a democracia no planeta.

Então, o esforço tem que ser feito não pelo meio, de que forma nós vamos chegar lá, mas entender qual é a eficácia que nós temos para, de um lado, reverter a decomposição do jornalismo profissional e, de outro, estimular o surgimento de novas iniciativas de ampliação, inclusive, obviamente, da inovação e da pluralidade no campo do jornalismo profissional. Então, é o fim que nós temos que buscar, e não apenas o meio.

E aqui tem uma lógica simples. Eu queria saltar, digamos, algumas etapas na abertura desta fala, dizendo que eu tenho acompanhado desde o início, pela minha atividade de entidades internacionais, as discussões da diretiz europeia, da Austrália, e, talvez, à exceção dos primeiros três anos da Austrália, nenhuma legislação, nenhuma iniciativa foi eficaz para se atingir este fim de reversão da degradação do jornalismo profissional.

A Austrália, durante esses três anos do *News Bargaining Code*, conseguiu, de fato, fazer uma injeção de recursos que beneficia veículos de todas as dimensões, inclusive veículos muito pequenos, que negociam coletivamente, veículos étnicos, de nicho linguístico, veículos comunitários, locais, regionais, veículos de porte médio e veículos maiores. Todos se beneficiaram.

Só que a Austrália tem duas características que merecem observação.

A primeira delas, a arbitragem na Austrália é mandatória. Isso significa que há uma imposição de uma negociação entre uma oferta e outra, ou seja, não existe oferta intermediária e, caso as duas partes não cheguem a um acordo, a comissão antitruste da Austrália vai fazer a sua arbitragem, que é mandatória. Em outros países, não é mandatória, então não existe esse estímulo, essa pressão para uma negociação.

O segundo aspecto é que, na Austrália, também se fala em compensação pelo uso de conteúdos jornalísticos. E, com isso, por exemplo, há poucos dias, a Meta, proprietária do Facebook e do Instagram, anunciou que não vai mais participar de negociações, porque está desativando, como já fizeram no Canadá, a sua aba de notícias e, portanto, não tem nenhuma responsabilidade em pagar por conteúdos jornalísticos.

Então, essa é uma armadilha. De fato, se a gente vai fazer compensação por direitos autorais ou por direitos de uso, isso pode gerar, inclusive, um efeito rebote: as plataformas reduzirem ainda mais a visibilidade do jornalismo profissional, no sentido de se eximir de qualquer pagamento, de uma forma irresponsável, aliás, como vem fazendo a Meta no Canadá e agora anunciou que vai fazer o mesmo na Austrália.

Portanto, a lógica tem que ser outra. A lógica é: não importa se a plataforma utiliza ou não o conteúdo; ela, na sua atividade empresarial, produz uma poluição social como efeito secundário da sua atividade, como tantas outras organizações empresariais. E quem tem a capacidade de limpar essa poluição é o jornalismo profissional - tem a técnica, tem a capacidade, tem os instrumentos para isso, pelo menos para fazer uma limpeza parcial desses resíduos tóxicos. Então, nada mais justo que os poluidores, usando ou não usando o conteúdo jornalístico, paguem uma parte da limpeza desta poluição social, como faz qualquer outra organização empresarial. E é incompreensível que qualquer empresa, hoje, não se declare, no mínimo, parcialmente responsável por aquilo que produz.

E, é claro, os efeitos secundários dessa atividade bilionária delas, os efeitos secundários negativos, que são desinformação, discurso de ódio e assim por diante, que fazem a erosão da democracia em várias partes do mundo, precisam ser contidos em nome da estabilidade e da sanidade mental do planeta. Então, da mesma forma que tem que haver um fundo para combater o aquecimento global, tem que haver uma taxação dos poluidores contra o aquecimento global e a reversão, se possível, dessa circunstância, tem que haver a mesma lógica para uma outra ameaça, aí não física, mas ameaça à saúde mental do planeta.

Então, nesta lógica, que é uma lógica simples e cristalina, não importa se utiliza ou não o conteúdo jornalístico, a plataforma, produzindo ou levando, se valendo desses conteúdos e gerando esse processo de desinformação ou discurso de ódio para subsidiar a sua atividade, vai pagar àqueles que produzem, digamos, o antídoto contra esses resíduos tóxicos.

E aí nós temos três grandes caminhos. O caminho da negociação, que é o caminho adotado, de uma certa forma, na Europa. E eu acredito que as iniciativas europeias, que foram saldadas lá atrás, como disse a Profa. Marisa, com grande expectativa, se mostraram muito modestas - os valores são muito pequenos, muito restritivos do ponto de vista de alcançar o universo todo da atividade profissional do jornalismo. E, na Austrália, nós estamos vendo já uma reação da própria Meta, se retirando desses acordos, dizendo que não tem nada a ver com esse assunto: "Não vamos pagar apenas por jornalismo que nós não valorizamos e estamos fora dessa negociação".

Na Indonésia, o caso que foi mencionado pela Profa. Marisa, que foi o mais recente, é uma segunda linha. Foi uma linha de decreto, o Presidente lá decretou. Tinha uma discussão de dois anos lá no Congresso, e acabou saindo por decreto uma nova legislação que impõe a negociação e que impõe a compensação pelo uso de conteúdo jornalístico. A Meta já anunciou que está fora; ela fez uma avaliação da nova legislação e disse: "Não, eu não me valho de conteúdo jornalístico". Portanto, um problema adicional.

E nós temos uma terceira alternativa que é, de fato, a criação de uma taxa, de um tributo - estamos falando de tributo - sobre as plataformas - e aí pode-se escolher que seja acima de 2 milhões, de 3 milhões, de 4 milhões, de 5 milhões de usuários, isso tem que ser discutido, depende de cada ecossistema, de cada país, assim por diante - independentemente de usar ou não usar conteúdo. Ela produz poluição social... E aqui estamos falando também de incluir TikTok, Discord... Todos aqueles que produzem, de uma forma ou de outra, a poluição social deveriam pagar essa taxa de limpeza da poluição social, que seria canalizada para o ecossistema jornalístico.

Agora, que critérios seriam utilizados, na hipótese tanto de uma combinação de negociação com fundo ou apenas um fundo ou apenas negociação?

Nós discutimos isso bastante aqui nos projetos do Brasil e, de certa forma, chegamos a uma configuração mínima, que talvez não seja perfeita ainda, mas é preciso, primeiro, se evitarem fraudes, se evitarem aventureiros e bandoleiros digitais que entrariam, digamos, no universo do jornalismo apenas com o sentido de capturar uma parte desses recursos. Portanto, é preciso ter bastante cuidado com isso. Nós defendemos que a divisão de recursos seja para empresas, organizações ou mesmo para microempresas que tenham pelo menos um ano de atividade, que tenham editor responsável, que tenham endereço físico, que possam ser eventualmente responsabilizadas; preferencialmente até - eu diria idealmente - que tivessem uma associação, que fossem membros de uma associação jornalística reconhecida, porque as associações jornalísticas aqui... Eu falo pela ANJ, mas temos aí Abert, Ajor, a própria Abraji, a Aner e outras eventualmente - posso estar omitindo. Elas já fazem um *due diligence*, já fazem uma apuração antes de aceitar alguém como associado. Portanto, isso é um critério mínimo de identificação de que aquela é uma organização - não importa o tamanho, não importa a linha editorial - que tenha princípios universalmente aceitos para o bom jornalismo, que tenha critérios de aplicação técnica e valores e princípios que fazem parte do jornalismo profissional em qualquer parte do planeta.

Defendemos também que o objetivo seja reverter, digamos, em última análise, a degradação e que, com isso, haja uma reversão do crescimento da desinformação. Nesse sentido, a valorização, o investimento de cada organização no jornalismo é que deve ser, digamos, o grande norte. Um elemento central e transparente para se ver o investimento em jornalismo é o número de jornalistas regularmente empregados por qualquer organização. Por exemplo, uma organização que emprega dez jornalistas tem um investimento x, uma que emprega cem jornalistas tem um investimento 10x; é simples isso. E, aí, "empregados regularmente" significa empregados via CLT, porque também qualquer outra forma de associação pode gerar uma distorção e, portanto, uma fraude na captação desses recursos. Então, a CLT está registrada lá no Ministério da Previdência, fica evidente lá quantos jornalistas estão empregados, e aquilo ali é uma métrica cristalina, digamos, do investimento de cada organização. No caso de uma hipótese de um fundo, esse fundo obviamente teria que ser administrado de forma independente do Governo. O Governo, quando vê dinheiro, quando vê fundo, já transfere para, digamos, o seu próprio bolso, e aí nós temos visto Fust nas telecomunicações e etc. que não produziram a inovação necessária. Então, teria que ser um fundo totalmente independente, fiscalizado, transparente, público, no sentido de ter uma gestão, uma governança confiável, se fosse adotado o fundo, no sentido de valorizar o uso para aquele fim ao qual se destina, que é a valorização do jornalismo profissional, a reversão, a revitalização e, com isso, o combate à desinformação e à insanidade que vem tomando conta do planeta.

Por fim, inteligência artificial. Nós sabemos que os desenvolvedores de inteligência artificial, 30% dos conteúdos deles são originados em jornalismo profissional, portanto, deveriam ser incluídos, sim, numa taxa e ainda superior à das plataformas, porque um terço quase dos conteúdos foram extraídos sem autorização, foram ingeridos sem autorização pelas produtoras de conteúdo jornalístico de todas as dimensões. Ninguém perguntou. Foi lá o mecanismo, capturou tudo isso e agora regurgita sem, inclusive, que se possa muitas vezes identificar a origem, sem dar crédito, sem nada. Só foi uma captura irregular de conteúdos, o que está já gerando uma série de ações - o *The New York Times* está fazendo uma

ação milionária contra a OpenAI, como já foi amplamente noticiado -, portanto, os desenvolvedores têm que fazer ainda, no caso de uma negociação, um valor ainda maior e, no caso de uma eventual taxaço, um percentual ainda maior que o das *big techs*.

Encerro aqui a minha fala, para ficar nos 15 minutos. Depois a gente pode complementar.

Muito obrigado pela atenção.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Ótimo, Marcelo. Muito obrigada.

Como todos podem ver, é um tema extremamente complexo, com muitos prismas a serem analisados, e, de fato, esta audiência pública, com certeza, irá nos apoiar muito na discussão do relatório do Conselho.

Então, sem mais, eu gostaria já de passar a palavra para o Francisco Brito Cruz, que é Diretor Executivo do InternetLab, por 15 minutos.

Chico, a palavra é com você.

O SR. FRANCISCO BRITO CRUZ (Por videoconferência.) - Bom dia. Vocês me ouvem?

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Sim, tudo certo.

O SR. FRANCISCO BRITO CRUZ (Por videoconferência.) - Bom dia, Presidente Patricia - ótimo -; bom dia, membros e membras do Conselho; bom dia, Marcelo.

É um prazer enorme estar aqui. Acho que esta é uma discussão muito oportuna e muito me felicita estar contribuindo.

Em primeiro lugar, eu falo em nome do InternetLab. O InternetLab é uma organização de pesquisa - com isso, eu quero dizer que a gente não é uma organização jornalística -, e o que a gente tem feito é tentar contribuir com essa discussão, fomentar esse debate, produzir conhecimento que pode subsidiar as decisões nesse campo.

Nós temos tocado um fórum de discussões. Esse fórum se chama Fórum sobre a Sustentabilidade do Jornalismo de Interesse Público, e a gente convida para esse fórum organizações jornalísticas. Então, eu estendo o convite à ANJ para estar presente nas próximas reuniões do fórum - acho que tem sido um espaço interessante. Também, a gente convida para esse fórum organizações no plano sindical e organizações de direitos humanos, como, por exemplo, enfim, as organizações que compõem uma outra rede de que o InternetLab faz parte, que é a Coalizão Direitos na Rede. Não falo em nome do fórum aqui, também não falo em nome da Coalizão Direitos na Rede; falo em nome do InternetLab. E também não estou aqui para tirar do chapéu uma solução mágica, nem para defender ferrenhamente algum caminho.

De toda sorte, esse tema é de enorme importância, porque, de fato, como o Marcelo colocou, há um valor social contido no jornalismo. É um valor, na minha opinião, maior do que um simples negócio. É aquela coisa: o jornalismo, o jornal não é uma padaria. Nada contra as padarias, mas eu acho que o jornal, os jornais, as organizações jornalísticas, digitais ou não, têm um valor social relevante, especialmente em regimes democráticos, em especial em momentos em que a gente passa por crises desses regimes democráticos.

Porém, nesse debate sobre remuneração, para não repetir - a Profa. Marisa fez uma exposição brilhante, e o Marcelo -, eu queria trazer um primeiro ponto aqui sobre diagnósticos e quais são os diagnósticos que estão fundando essa discussão de remuneração; em seguida, fazer um debate breve sobre como esses diagnósticos se conectam com eventuais soluções de política pública, de regulação; por fim, falar brevemente sobre temas específicos da regulação brasileira, que é um debate - estavam presentes, na discussão do PL 2.630 e dos outros PLs que apareceram -; por fim, um breve comentário sobre o futuro.

Indo diretamente para o diagnóstico, a despeito dos arranjos que já estariam sendo discutidos nesse projeto de lei, o que a Profa. Marisa já nos colocou aqui é que não há consenso político sobre qual é o diagnóstico, a descrição do que aconteceu exatamente com a digitalização. Diferentes enquadramentos para isso estão em disputa.

Então, por um lado, temos, por exemplo, um argumento que eu acho que já está, eu diria, um pouco empoeirado, que as plataformas digitais fazem, de que o que acontece com a digitalização é um processo de ganha-ganha, em que todo mundo ganha. Parece-me que esse enquadramento já está em desuso, já não tem aderência com a realidade, mas, contrapondo-se a esse enquadramento tem outros; não tem só um. Por exemplo, há um enquadramento de que as plataformas digitais realizam uma espécie de conduta abusiva, de aproveitarem-se dos conteúdos alheios, quase como uma noção, uma narrativa de que há um roubo, uma apropriação de valor indevida amarrada com a ideia de uso desses conteúdos diretamente. Daí surgem as discussões; conecta-se a isso a discussão de uma barganha direta, de uma negociação direta, algo como: "Você está usando indevidamente; eu tenho direito de pedir uma remuneração sobre esse uso, que é um uso abusivo, um uso indevido, uma apropriação".

Mas eu diria que há outros diagnósticos, e, para isso, se torna importante a gente tentar perguntar ou buscar quem tem coletados dados ou sistematizado literatura a esse respeito.

Parece-me importante, por exemplo, citar a Nota Técnica 24, de 2023, elaborada pelo Departamento de Estudos Econômicos do Cade, lançada no final do ano passado. A nota, que acho que pode ser um material importante para um eventual relatório aqui do Conselho de Comunicação Social, não corrobora a hipótese de simples conduta abusiva. Ela fala que não há prática anticoncorrencial, porém, apesar de enxergar ganhos - vamos dizer assim - que as plataformas podem dar ao mercado jornalístico, não diz que a transformação é mil maravilhas, muito pelo contrário; ela fala que existem discussões de política pública muito relevantes porque, na prática, a transformação digital agravou crise de sustentabilidade desse mercado. Então, é quase como dizer que há outro diagnóstico pontuando que, apesar de eventualmente essa discussão sobre os usos nem sempre resolver o problema do ponto de vista de descrevê-lo, é possível entender que há uma desorganização, uma disrupção generalizada desse mercado, apontada pela digitalização, e que esse efeito foi destrutivo sim, gerou riqueza para apenas determinados *players* sim, criou dificuldades para quem produz conteúdo jornalístico sim e, por consequência, há necessidade de intervenção, há necessidade de criação de algum tipo de regulação para resolver esse problema.

Eu não estou aqui para também aderir a uma dessas narrativas ou a algum desses diagnósticos, mas na prática eles estão sendo discutidos. Não há, na literatura, por exemplo, um diagnóstico que prevaleceu. Existem - vamos dizer assim - jeitos de contar essa história. Eu acho que este Conselho e a sociedade brasileira também não precisam se apropriar de uma descrição só. A gente tem que pegar um pouco de cada parte, de cada descrição para construir o arranjo normativo que pareça mais justo, porque pode ser verdade que determinados usos do conteúdo jornalístico mereçam uma negociação direta e outras partes do mercado precisem ser tratadas de outra forma, pensando, por exemplo, na hipótese do classificado. O classificado dos jornais, que era uma fonte de receita possível dos jornais, esse recurso foi para onde, na digitalização, por exemplo? Ele está sendo apropriado por quem? Ele está sendo apropriado, por exemplo, pelo mecanismo de busca? Talvez. Mas ele também pode estar sendo apropriado pelas empresas de *e-commerce*, que são *marketplaces*; que estão se abrindo na internet para receber anúncios de pessoas físicas que querem vender uma roupa, que querem vender qualquer coisa que seja, que você venderia antes por um classificado.

Bom, com base nisso, qual é a primeira questão que eu queria trazer sobre essas soluções da barganha direta, do fundo, da tributação e por aí vai?

Incluir a hipótese de negociação direta resolve? Bom parece-me que essa é uma solução que decorre diretamente de um desses diagnósticos e que não olha para o problema de uma forma holística. Isso porque esse pagamento pelo uso tem algumas consequências e incentivos que precisam ser pensados; eles podem acarretar concentração ou ainda outras coisas.

Então, vou trazer o tema do deserto de notícias, por exemplo. Marcelo disse que esse é um problema grave; eu tenho acordo com isso. Mas se, por exemplo, a gente faz uma negociação direta que decorre do uso, se não existe uso - vamos dizer assim -, se não existe audiência nenhuma, como você resolve o problema do deserto de notícias? No deserto de notícias, não há notícia; se não há notícia, não há uso; se não há uso, não há remuneração. Então, como você vai transferir recurso para uma organização que sequer existe?

Então, este é o ponto: se a gente for apenas pelo caminho da barganha direta, a gente não resolve esse problema, ou, ainda, dependendo da barganha direta que a gente constrói - certo? -, porque depende do parâmetro ao qual ela vai estar ligada.

E ainda... Dessa forma, talvez faça sentido delimitar esse pagamento por negociação direta - aí é mais a minha opinião; não é nem a de outros pesquisadores do InternetLab -, talvez faça sentido delimitar esse pagamento para produtos ou serviços das plataformas nas quais a curadoria de conteúdo pareça mais evidente ou fique mais evidente. Então, eu não acho que é irrazoável pensar em algum tipo de negociação, mas também pensar em outras soluções, em médio e longo prazo - na linha do que o Marcelo nos traz -, que podem envolver tributação, que podem envolver a construção de um fundo com todas as questões que o Marcelo trouxe aqui, por exemplo, sobre independência de fundo, sobre eventualmente se aumentar quem pode ser obrigado a pagar esse tributo, tendo em vista que, por exemplo, esse impacto, do ponto de vista econômico, não é só realizado pelas duas ou três empresas que as legislações têm comumente discutido. Certo?

Bom, então me parece existir um cenário que clama por uma intervenção mais abrangente, mais estratégica, mais de longo prazo, e não só essa transferência obrigatória, uma verdadeira política de Estado. Mas, no Brasil, a gente tem abordado a negociação direta como tema principal, e, em razão disso, vale a pena comentar especificamente sobre a estruturação desse tipo de legislação.

Em primeiro lugar, acho que a ideia de discussão mais profunda de um fato gerador é interessante. Por quê? Nas últimas versões - isso foi apontado por um texto da Coalizão Direitos na Rede, acho que vale a pena citar -, nas últimas versões, há ainda confusão sobre o que exatamente é o fato gerador da remuneração.

Tal uso é o quê? O uso é quando um usuário de uma rede social posta o conteúdo noticioso, isso é um uso. Isso é um uso feito pelo usuário ou isso é um uso feito pela plataforma? Em que medida isso se diferencia de um produto como o Google Notícias, que faz a curadoria ativa, ou ainda outros produtos das plataformas que listam ali, a partir de uma equipe da própria plataforma, quais são as notícias relevantes do dia? No que uma coisa se diferencia da outra? No que um mecanismo de busca se diferencia de uma rede social? Então, esse ponto para mim - e acho que esse texto da Coalizão aponta bem isso - não está 100% pacificado. As pessoas estão entendendo esse texto de uma forma diferente. Então, talvez faça sentido para o Conselho até apontar uma tipologia para que a sociedade brasileira decida onde é o uso que pode gerar e onde é o uso que não pode gerar a remuneração.

Ainda: quem recebe? Eu acho que, nesse ponto de quem recebe, a parametrização precisa discutir ou incluir, na medida do possível, quais são os critérios. Essa discussão de critérios - o Marcelo trouxe isso; eu queria estressar um pouco esse ponto aqui, porque eu considero isso muito importante - precisa vir internamente da comunidade do jornalismo. Não dá para a gente virar as costas para que determinados critérios, como, por exemplo, ter uma empresa baseada no Brasil, ou ainda outros, gerem incentivos para quem vai receber.

Ainda, a gente tem que também saber onde a discussão de direito autoral vai ser equacionada, porque a gente viu, no ano passado, durante o processo de discussão do 2.630, a discussão de direito autoral e de remuneração de cantores, de atores e de outros profissionais colar na discussão de remuneração de conteúdo jornalístico, e me parece que fazendo uma equalização que não necessariamente é benéfica do ponto de vista de se considerarem as especificidades do jornalismo. Porque, quando a gente fala de música, a gente fala de qual música foi mais ouvida. Mas, quando a gente fala de jornalismo, a gente está querendo necessariamente remunerar qual é a notícia que é mais lida? Talvez sim, talvez não, mas talvez, como disse a Marisa, a notícia que é mais lida talvez seja notícia sobre celebridades. E aí a gente vai fazer algum corte do que é interesse público, do que é jornalismo ou não?

Eu não estou respondendo a essas perguntas, estou colocando essas perguntas. Eu acho que essas perguntas são importantes para se refletir. Porque, no limite, se a gente chega à conclusão de que as grandes matérias mais lidas do Brasil são as matérias sobre BBB, por exemplo, a gente vai construir uma legislação que tem como principal resultado remunerar quem escreve sobre BBB? Talvez seja uma solução, mas eu não considero que seja solução que protege o interesse público e o jornalismo e que tem valor social para a democracia. Então, a gente tem que pensar nessa solução para além da audiência, mesmo que a audiência seja um critério relevante. E também não dá para virar as costas para a audiência, também não dá para virar as costas para considerar esse tipo de critério.

E me parece que a Profa. Marisa traz uma questão fundamental, que é a questão da transparência. Esse é um ponto em que eu acho que avançar é muito importante, porque a transparência sobre os acordos é fundamental, em especial para munir as organizações menores para que elas consigam entender melhor o processo de negociação que as maiores estão fazendo, por exemplo, e para a sociedade entender como o processo está funcionando. Então, eu defendo a transparência sobre esses acordos, pensando no valor social do jornalismo. Mas me parece que o tema que é menos discutido no PL 2.630 e que precisa ser incluído enquanto ponto relevante é a transparência e o acesso a dados das plataformas por parte de organizações de jornalismo, para municiar essas organizações a pensarem seus modelos de negócio, a pensarem seus sistemas de sustentabilidade.

Com isso, encerro dizendo que, de fato, o futuro vem aí. A questão da inteligência artificial traz a questão do licenciamento de forma muito forte. E termino aqui pensando que talvez a gente precise de uma solução de curto prazo e de uma solução de uma política de Estado de longo prazo. E a gente tem que entender como a gente determina esse jogo: aprovando alguma coisa que pode resolver e atacar a crise imediatamente, mas não largando mão de pensar que o futuro vai nos trazer desafios muito importantes.

Muito obrigado. É um prazer estar aqui, e estou ansioso para poder discutir com todos.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Francisco, muito obrigada. Acho que são questões muito relevantes, também, pensar em curto, médio e longo prazos como política de Estado mesmo. Acho que é uma visão interessante mesmo do problema que a gente tem, o problema pontual de hoje e o de médio e longo prazos na construção de um ambiente informacional mais saudável, em que a gente consiga ter um jornalismo forte e com a percepção do público sobre a importância desse jornalismo. Acho que aqui a gente também tem que discutir um pouco a criação de audiências críticas para que considerem o jornalismo como uma informação relevante de interesse público que ajuda na própria sociedade, na própria manutenção da democracia.

Então, eu queria agradecer demais aos três palestrantes e saudar os expositores, com muita alegria de contar com apresentações tão robustas e tão importantes para a nossa discussão aqui.

E já abro, então, a inscrição dos Conselheiros que queiram fazer uso da palavra, lembrando que agora nós iniciaremos um formato de conversa mesmo, de perguntas e respostas, para que a gente possa aprofundar o máximo possível e não ficar restrito àquela questão do tempo, a uma coisa muito engessada. Então a gente buscou inovar um pouquinho no formato.

Temos aqui... Como? *(Pausa.)*

Sim, vou passar para ela.

Só queria dizer que o nosso tempo limite é 11h30. Então a gente tem aqui uma hora para essa conversa, em tendo tempo para a gente falar.

Queria já passar a palavra para a Conselheira Bia Barbosa, que está remota.

Bia, é um prazer vê-la aqui. A palavra é sua, por favor.

A SRA. BIA BARBOSA *(Por videoconferência.)* - Bom dia, Patricia Vocês me escutam?

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Sim, tudo certo.

A SRA. BIA BARBOSA *(Por videoconferência.)* - Obrigada.

Bom, primeiro, Francisco, Marcelo e Marisa, superobrigada pelas riquíssimas contribuições. É muito bom revê-los. Obrigada por atenderem ao convite aqui do nosso Conselho para aprofundar essa discussão, considerando que essa já é a segunda audiência pública que a gente faz sobre esse tema.

Eu tinha organizado aqui a minha entrevista, dialogando, coincidentemente, com a última frase do Chico. Eu acho que a gente precisa de diferentes saídas e a gente precisa construir essas saídas de maneira paralela. O Chico tratou isso como de curto prazo e médio prazo, mas assim, na semana passada, eu trabalho na Repórter sem Fronteiras, e a gente teve a oportunidade de lançar um relatório, que eu, inclusive, espero conseguir levar hoje fisicamente para vocês aí no Conselho, mas já vou mandar eletronicamente, que é um relatório que fala sobre o marco normativo e as políticas públicas sobre a atividade jornalística no Brasil. E um dos eixos que a gente analisa nesse relatório é justamente a questão do fomento e sustentabilidade. A Patricia, inclusive, esteve com a gente no seminário de lançamento desse relatório na semana passada aqui em Brasília. A gente analisa tanto projetos de lei como políticas públicas.

A gente está nesta audiência aqui obviamente olhando, de alguma maneira, para a atribuição que a gente tem no Conselho de Comunicação Social, que é subsidiar o Congresso com temas que são objeto de discussão pelo Parlamento - e a gente tem projetos de lei que tratam desse tema -, mas eu acho que a gente tem um desafio muito mais amplo porque, quando a gente olha inclusive para as políticas públicas que existem no Brasil. Para além de leis específicas que não temos nesse campo, o Brasil é totalmente insuficiente do ponto de vista de um olhar que fomenta e impulsiona um ecossistema jornalístico plural, diverso, de confiança, de interesse público.

No relatório, a gente olha inclusive para outras medidas, por exemplo, sobre o financiamento da comunicação pública, sobre o financiamento da radiodifusão comunitária, que são outros temas que a gente não está tratando aqui, mas eu acho que a gente, nesse caso específico da taxaço ou cobrança ou barganha das plataformas de redes sociais e ferramentas de busca para a reversão desses recursos para o ecossistema jornalístico, vai precisar avançar necessariamente em dois caminhos. Um é a gente destravar os textos que estão sendo discutidos. E aí eu queria ouvir de vocês, Marisa, Francisco e Marcelo, o que a gente pode concretamente ou, na avaliação de vocês, concretamente como que a gente poderia destravar e conseguir avançar nessa questão dos projetos de lei.

O Francisco trouxe muito bem que a questão dos direitos autorais dos artistas, dos músicos acabou emperrando muitas vezes a discussão da remuneração do jornalismo, mas eu acho que tem entraves ainda na questão do jornalismo. A gente, no relatório, por exemplo, apontou sobre o problema de a remuneração não considerar veículos e iniciativas jornalísticas sem fins lucrativos. Ela não olha para isso do ponto de vista da distribuição dos recursos. Então tem questões a serem resolvidas ainda nos próprios projetos de lei que a gente tem, mesmo se a gente considerar que o modelo de barganha não é um modelo que dê conta de todo o problema.

E eu acho que a gente - aí dialogando com os meus colegas do Conselho - poderia, no nosso relatório que a gente vai formular sobre a questão da remuneração do conteúdo jornalístico, apontar para esse desafio mais amplo que o Brasil tem sobre o fomento de um ecossistema plural, diverso, de confiança baseado no interesse público e que é um fomento que passa por uma ferramenta de remuneração do jornalismo, a partir dos recursos das plataformas digitais.

E eu também concordo com a fala do Marcelo: acho que uma parte desses recursos tem que vir, independentemente do uso do conteúdo, independentemente da quantidade, de haver agregadores de notícias ou não, da taxaço de um mercado para a sustentabilidade de outro mercado, que é algo que existe na administração pública brasileira, em vários setores,

para várias questões. A própria questão da radiodifusão pública no Brasil hoje tem uma contribuição para o orçamento da radiodifusão que vem da concessão das operadoras de telecomunicações. Então são serviços diferentes que se cruzam para subsidiar mercados que precisam de apoio. Mas eu acho que a gente tem um desafio maior e acho que o Conselho pode ter um papel importante nesse sentido de alertar o Parlamento, que é colocar esse tema como uma prioridade do Brasil hoje. Esse tema não é prioritário, esse tema é pautado e empurrado pelas organizações que defendem o jornalismo, pelas associações empresariais, pelos meios de comunicação e por organizações de pesquisa. O CGI eu acho que fez uma excelente contribuição ao provocar esse estudo, mas ele não é prioridade no nosso Parlamento e ele é uma prioridade muito lateral para algumas pastas do Governo Federal.

Eu acho que a gente pode tentar - e eu concludo com isso, pedindo desculpa à Patricia por ter me alongado -, enquanto Conselho de Comunicação Social, fazer um chamamento um pouco mais firme para o Parlamento brasileiro, mas também para o Executivo, que tem prerrogativas de enviar projetos de lei para o Congresso Nacional, para que essa agenda entre na prioridade de 2024, sob o risco de a gente aumentar os desertos de notícias, que já foram mencionados aqui, e precarizar ainda mais a condição dos trabalhadores e das trabalhadoras da comunicação.

Então, ouvir de vocês como que a gente destrava pelo menos esses projetos que já estão tramitando para que a gente possa dar um primeiro passo nisso e, a partir daí, tentar construir uma perspectiva um pouco mais holística do enfrentamento desse problema.

Obrigada.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Obrigada, Bia. Eu acho que são questões bem relevantes, ótima ponderação. Tem mais dois Conselheiros inscritos nessa primeira rodada. Eu vou passar, então, para a Maria José, depois para o João Camilo e depois a gente volta para os nossos participantes aqui, o.k.?

Maria José, por favor.

A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA - Novamente, bom dia a todos e todas. Muito obrigada aos nossos convidados, à Profa. Marisa, Marcelo e Francisco.

Mais uma vez, a gente produz aqui no Conselho um debate a partir de contribuições muito relevantes que esses convidados nos trazem. Então mostra aí que a nossa dinâmica de fazer audiências públicas realmente tem contribuído para que este Conselho produza, vamos dizer assim, conhecimento e produza sugestões políticas para o Congresso, que são sugestões políticas para o Brasil.

Eu queria começar ressaltando algo que já foi dito aqui, que é o valor social do jornalismo. Então, não faz nenhum sentido discutirmos a importância da sustentabilidade do jornalismo, se não tivermos o consenso - e esse consenso tem que chegar para a sociedade - do valor social do jornalismo, da informação jornalística que chega para constituir cidadania. E é essa a principal definição da informação jornalística. E não tem dificuldade nisso.

Às vezes vem o debate, "ah, mas como é que se vai definir conteúdo jornalístico?". Conteúdo jornalístico é o conteúdo de interesse público - de interesse público - que constitui a cidadania. Então, tem uma gama de assuntos que cabem no jornalismo, inclusive o esporte, que é aí uma área do jornalismo, inclusive, muitíssimo vigorosa e uma das, vamos dizer assim, menos atingidas pela crise do modelo de negócio. E é jornalismo sim!

Acontece que no Brasil - e aí há uma responsabilidade das empresas de jornalismo sim - há uma confusão proposital entre jornalismo e entretenimento, que, para nós profissionais jornalistas, não se dá: uma coisa é jornalismo, outra coisa é entretenimento. Mas, infelizmente, a gente vê isso ser fomentado no Brasil, especialmente nas últimas duas décadas, fazendo uma equiparação desnecessária e prejudicial com o conteúdo que circula pelas redes sociais, pela internet. Jornalismo é mais do que isso. E aí, volto a dizer, é o interesse público voltado para a produção de conhecimento imediato da realidade e para a ação cidadã. Então, nós profissionais jornalistas não temos dúvida.

E, ao defendermos o jornalismo, nós defendemos a sustentabilidade do jornalismo por diversas formas, inclusive recursos públicos. Então, no Brasil há um receio permanente de falar de políticas públicas, políticas de Estado para o fomento do jornalismo. E, ao discutir a questão da crise do modelo de negócios, muito provocada pela migração da publicidade para as grandes plataformas digitais, veio aí no bojo a discussão do financiamento público para a produção jornalística - e, para nós, muito nos interessa.

O que me chamou muito a atenção, me deixou particularmente muito satisfeita com as exposições que nós tivemos aqui, é que se apontam os problemas, não se aponta uma solução única e se aponta para a construção de mais de uma alternativa. E é isto que a Federação Nacional dos Jornalistas vem falando há décadas: que nós precisamos de mais de uma alternativa para o financiamento, a sustentabilidade e a diversidade do jornalismo no Brasil.

E eu não posso deixar de dizer que, há mais de um ano, a Federação Nacional dos Jornalistas lançou uma proposta, uma proposta muitíssimo concreta, já bastante estudada, mas que, obviamente, está aberta à sua melhoria, que é a proposta da taxação das plataformas digitais por meio da criação de uma Cide. E nós estudamos bastante para chegar a essa indicação da Cide. E por que a Cide? Cide é um dispositivo tributário constitucional que não é um imposto, mas é um tributo, e que incide sobre setores da economia que interferem em outros setores da economia. Então, nós ouvimos aqui e nós sabemos que as plataformas digitais provocaram, inclusive, uma desorganização e uma, vamos dizer assim, decadência mesmo, por questões financeiras, do jornalismo no Brasil. Então, mais do que justo que haja uma reorganização do sistema financeiro.

Então, nós propomos a taxação das plataformas por meio de uma Cide e que os recursos arrecadados sejam destinados, sim, a um fundo público de apoio e fomento ao jornalismo. Fundo público significa um fundo gerido publicamente, com transparência, tanto na gestão quanto na destinação desses recursos, com critérios bastante estabelecidos, mas, obviamente, um fundo público tem a obrigação de fomentar a diversidade e a pluralidade do jornalismo, ou seja, nós não podemos ter um fundo público para fortalecer oligopólios. Nós precisamos ter fundo público para que haja, sim, mais diversidade, mais pluralidade no jornalismo e que, com isso, a gente efetivamente cumpra o papel social que é de levar conhecimento imediato da realidade para o cidadão e para a cidadã.

Nesse sentido, a gente acredita que o fundo público pode ser uma discussão imediata. Já tem um projeto de lei tramitando, mas, no Congresso Nacional, a gente sabe como funciona, às vezes os acordos permitem substitutivos que surgem com muita rapidez e são votados com muita rapidez. E o fundo público, apesar de ser uma política de Estado, e, portanto, uma política de médio e longo prazo, pode ser também uma política - vamos dizer assim - de curto prazo para os padrões do Congresso Nacional, se isso realmente for vontade política da maioria.

Mas, também, o fundo público não elimina a remuneração da utilização do conteúdo pelas plataformas. Então, a gente acha que é devido. Se eu fiz um trabalho e alguém está usando esse meu trabalho para ganhar mais dinheiro, ou seja, para obter lucros, então eu, por direito, tenho de ficar com, pelo menos, um pequeno percentual desse lucro que está sendo gerado com o meu trabalho. E isso vale para as empresas jornalísticas e vale também para as outras organizações que produzem jornalismo, inclusive as que não têm fins lucrativos, inclusive os coletivos de jornalismo, inclusive as cooperativas de jornalismo e - vamos dizer assim - os diversos meios de produção que nós temos hoje, inclusive de organizações não governamentais, organizações sindicais. A transparência dos dados permite chegar a essa utilização e permite chegar à remuneração. Parece difícil, mas, com tanta tecnologia, não é impossível. Então, aí a gente tem que criar os mecanismos para ter acesso aos dados e, a partir dos dados, discutir, sim, como é que pode se dar essa remuneração e como é que a remuneração chega lá na ponta em quem está produzindo o conteúdo jornalístico para ser difundido. Não vou entrar aqui na discussão do direito autoral de artista, que não é o nosso objetivo. Eles já estão fazendo a discussão deles e têm força para fazer a discussão deles até muito mais que nós, jornalistas e organizações de jornalismo. Por último, eu queria só enfatizar que a questão do valor social do jornalismo tem que perpassar todas as discussões e tem que perpassar a partir do conceito de jornalismo. Eu queria reforçar isso, porque parece que todo o conteúdo é jornalismo, e não! Há uma longa formulação, com muita contribuição brasileira, que, vamos dizer assim, destaca o jornalismo da comunicação social e com critérios muitíssimo relevantes e muitíssimo claros do que é a produção jornalística, e isso é perfeitamente possível, isso é perfeitamente viável tanto para os grandes quanto para os pequenos e até mesmo para os individuais que produzem jornalismo.

Muito obrigada.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Obrigada, Conselheira Maria José.

Nessa linha também da sua última colocação, nós recebemos aqui inúmeras contribuições e perguntas vindas pelo e-Cidadania.

Obrigada, agradeço a todos que enviaram perguntas.

Há justamente uma pergunta sobre a diferenciação: como diferenciar o conteúdo jornalístico do conteúdo produzido por influenciadores digitais, por comunicadores de canais que não têm exatamente a atribuição jornalística propriamente dita, mas que hoje fazem parte do ecossistema informacional?

Então, eu queria, João, passar a palavra para você, e depois a gente volta para os nossos expositores aqui.

Obrigada.

O SR. JOÃO CAMILO JÚNIOR - Bom dia, Presidente. Bom dia a todos os nossos expositores, à nossa Professora aqui, presencialmente. Foram brilhantes as explicações.

Eu só queria pontuar duas questões específicas: uma de ordem prática e uma de ordem conceitual.

A prática é uma preocupação muito grande que eu tenho, como setor, em relação à questão do *timing*. Eu sou muito a favor da questão da discussão, do debate dos temas. Acho que falta muito debate, falta muita discussão exatamente para a gente dirimir esses pontos ou, como a Professora bem colocou, desatar todos esses nós que foram estabelecidos aqui hoje - uns, inclusive, que eu não tinha na minha cabeça e passei a ter com a sua exposição e com a exposição dos nossos dois especialistas que também falaram *online*.

Eu tenho uma preocupação muito grande - e queria ouvi-los em relação a isso - com relação ao *timing* das propostas. Eu acho que, no ano passado, nós tivemos uma chance muito grande de aprovar algo, de aprovar uma regulamentação e nós não conseguimos fazê-lo exatamente pela demanda de discussão e pelas demandas de polêmicas que continham no texto, seja ele, pura e simplesmente, junto ali com o Relator Orlando, seja, depois, juntando os temas de direito autoral com remuneração do conteúdo jornalístico.

Essa minha preocupação é exatamente porque, quanto mais nós ficamos, de alguma forma, pontuando coisas em relação ao projeto, a gente também abre espaço para que aqueles que não querem a regulamentação consigam também achar algum tipo de pelo em ovo para continuar sem essa devida regulamentação. Essa é a minha preocupação.

Eu sei que o projeto de lei tal como está, seja pura e simplesmente de remuneração de conteúdo jornalístico, seja dentro do escopo geral da Lei de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, que é o 2.630, infelizmente famigerado como PL da fake news, independentemente de qualquer coisa, estabelece princípios basilares. Ele é principiologicamente. Ele estabelece, na parte que nós estamos debatendo hoje de remuneração do conteúdo jornalístico, o direito. Existe o direito à remuneração. Ele reconhece isso. Ele vai avançar em algumas outras questões específicas, alguns detalhes exatamente para tentar abranger um público maior do que só as empresas jornalísticas, que, de repente, têm algum tipo de proeminência, de estrutura. Ou seja, ele até avançou um pouco em relação a isso.

Aqui, no sentido de ordem prática, na dinâmica do Congresso Nacional, a gente costuma dizer que não existe proposta de lei perfeita, existe proposta de lei possível.

Então, eu só queria expor e ouvir de vocês em relação a esse temor, porque talvez nós estejamos também caminhando para discutir cada vez mais, o que não é ruim, o que é importante, mas perdendo de vista o *timing* necessário da aprovação.

Este ano, por exemplo, nós temos eleições municipais. E a gente vai sentir, mais do que nós sentimos nas eleições anteriores, a ausência de regulamentação para esses *players* de redes sociais, sejam plataformas, sejam intermediadores de notícias, esses conceitos que foram espalhados pelo mundo. Então, eu tenho essa preocupação muito grande. Que a gente discuta, sim, mas nós precisamos sair do campo da discussão e nós precisamos aprovar, inclusive com o seguinte conceito na cabeça: nós precisamos entender que não existe uma legislação que será perfeita, existe uma legislação que será possível. Então, dentro do possível, a gente conseguiria ajustar alguma coisa e aprovar essa legislação já este ano? Eu acho que seria um dos caminhos que a gente precisa pensar.

A segunda preocupação é exatamente a preocupação contextual, conceitual. E aí eu me dirijo também aos meus colegas de Conselho para que a gente nunca perca de vista a remuneração por remuneração, porque a gente vai cair nesse monte de dúvida que nós temos aqui, inclusive como fato gerador da remuneração.

Eu acho que a gente precisa ter o exemplo da compensação de carbono da desinformação muito claro nas nossas mentes, não é? A remuneração não se dá só pelo fato de estar se usurpando um conteúdo que nós empresas de comunicação ou os profissionais de comunicação gastamos tanto tempo para produzir e fazemos com tanto esmero. Essa remuneração é necessária também para que a gente possa diminuir essa poluição, como bem colocou o Marcelo em relação à questão do que a gente está vivendo hoje. Então, que a gente não perca de vista isso quando a gente for produzir o relatório. Nós não estamos falando só de remunerar as empresas ou remunerar os profissionais para valorizar o jornalismo. Nós estamos também falando de cuidar do consumo de informação da sociedade por meio de um consumo que seja alimentado por aquilo que, de repente, a gente vai receber de remuneração, seja das plataformas, seja das redes sociais, para que a informação que venha seja de maior qualidade.

Por último, eu queria falar um pouquinho sobre a questão do deserto de notícias. Não é porque, naquele local, não tem uma informação que a gente vai deixar de investir para que, de repente, a gente possa levar notícias para o deserto de notícias. Este seria o grande sonho: que aos lugares em que hoje não tem informação a gente consiga levar a informação. Mas eu acho que a nossa maior preocupação hoje é não aumentar o deserto de notícias; é fazer com que, em outros lugares em que hoje tem informação, não deixe de ter porque vai se fechar.

Então, eu entendo a provocação que o Professor do InternetLab fez ao final, mas ficou um pouco confuso para mim, porque eu acredito que hoje a nossa maior urgência é não deixar que novos desertos de notícias surjam, e não trazer uma

confusão conceitual sobre remunerar ou não para evitar... ou, se não existe notícia, para quem eu vou remunerar? Eu acho que essa não é a preocupação. A preocupação é que não se aumentem os desertos.

É isso.

Muito obrigado, mais uma vez, pela paciência de me ouvir, de nos ouvir, mas principalmente por dedicar esse tempo aqui a nós.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Obrigada, João.

Eu queria, então, já, voltando aos nossos expositores, começar com a Profa. Marisa - se puder responder às três perguntas no bloco - e, depois, o Marcelo e o Francisco.

Por favor, Professora.

A SRA. MARISA VON BÜLOW - Muito obrigada.

Gostei muito, como sempre, de escutar o Marcelo e o Chico, e de escutar também as Conselheiras, o Conselheiro. Muito obrigada pelas considerações de vocês.

Ficou, eu acho, bem claro que não há solução mágica e também não há solução única, e eu não tenho a pretensão aqui de oferecer. Eu acho que, como a Maria José e a Fenaj mencionavam, precisamos de mais de uma alternativa. Tem razão que a Fenaj tem tido um papel muito importante nessas discussões, mas é um quebra-cabeça - é um quebra-cabeça porque tem várias questões que estão sendo misturadas. E talvez esse Conselho possa contribuir com ajudar a gente a entender melhor o meio de campo, organizar melhor a discussão.

Por exemplo, aí retomando a ideia do Chico dos diagnósticos, acho que ele tem toda a razão: para a gente pensar de maneira mais sistemática, tem que ter o diagnóstico mais claro.

Tem uma questão de direito autoral? Tem. E, agora, com a questão da inteligência artificial, me parece que se fortalece isto: a necessidade de dar uma resposta ao uso de conteúdo sem autorização. Isso é resolvido com um fundo? Deu-me a impressão - e aqui, gente, eu estou colocando realmente como algo para ser discutido -, dá-me a impressão, escutando o Marcelo, concordando com a Bia também, que o fundo se torna essencial, mas não é suficiente, porque o diagnóstico aponta que não é só uma questão de recursos para o jornalismo, mas também de como as plataformas estão funcionando, como elas estão difundindo, distribuindo conteúdo, usando o conteúdo. Então, não me parece que seja suficiente uma taxa das plataformas para a constituição de um fundo - essencial sim, mas insuficiente - se, no nosso diagnóstico, estão entrando também as questões que têm a ver com o uso dessas ferramentas digitais, com como o conteúdo jornalístico é acessado, é distribuído ou não, e que conteúdo é esse.

E aí a gente entra em toda uma discussão sobre regulação das plataformas que, obviamente, vai muito além da discussão sobre remuneração do jornalismo, mas que é fundamental, porque os dados estão mostrando para a gente que é fundamental. As plataformas se tornaram portas de acesso inevitáveis para o fluxo de notícias. Então, a gente tem os dados sobre como é cada vez maior o acesso de notícias via plataformas, sobre a importância de serviços de mensageria como o WhatsApp também para a circulação de notícias. O que a gente vai fazer sobre isso não me parece que esteja nada claro. Há uma queda, ao mesmo tempo, de confiança em empresas do jornalismo - isso tem que ser enfrentado também. Então, realmente essa questão do diagnóstico me parece fundamental para a gente pensar não em uma solução, mas em como organizar o debate em torno da necessidade de várias soluções.

E aí, considerando o que a Bia falava da simultaneidade e o que o João falava também da urgência, efetivamente, a cada ciclo eleitoral, por exemplo - o João mencionava eleições -, a gente vê os impactos extremamente negativos dessa desordem informacional que a gente está vivendo, e a discussão que a gente está fazendo hoje é fundamental para enfrentar isso.

Vou finalizar só dizendo que eu acho que o Brasil, o Congresso Nacional, a gente tem uma oportunidade muito importante. Sobre o que o Marcelo falava do que a gente já sabe sobre as experiências de outros países, eu acho que a gente tem uma oportunidade muito interessante, a partir dessas deficiências, a partir, de novo, de um diagnóstico mais apurado, de a gente fazer propostas que podem ter um impacto enorme no sul global, nos países em desenvolvimento e em nível global mesmo também, porque essa é uma discussão que não vai embora, é uma discussão que a gente vai fazer pelos próximos anos.

Obrigada.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Obrigada, Professora.

Eu queria passar a palavra para o Marcelo, já tendo a possibilidade de incluir uma pergunta adicional. Você falou também sobre a criação... Comparou aquela coisa da compensação da poluição informacional. O Conselheiro João também colocou que, já que há poluição, se crie um fundo de compensação para a emissão desse conteúdo desinformativo. Nas suas andanças aí, na sua participação nas entidades internacionais, essa discussão do fundo global, vamos dizer assim, como o

fundo de mudanças climáticas, para o ambiente informativo acontece? Como que você vê isso também não só no Brasil, mas também no resto do mundo?

O SR. MARCELO RECH (*Por videoconferência.*) - Patricia, obrigado pela pergunta.

De fato, eu tenho feito discussões, apresentações e artigos aí, principalmente fora do Brasil, defendendo um pacto global contra a desinformação que passa pela remuneração da atividade jornalística. Nós não temos uma articulação suficiente até hoje. Eu acho que, inclusive, deveria ser liderado pelas Nações Unidas esse pacto global, com medidas concretas, palpáveis, conferências em que os países assumissem compromissos, etc., mas nós não temos, infelizmente, essa articulação, pelo menos na intensidade necessária - e aí a parte legítima seria a Unesco, que tem tangenciado essa discussão -, de liderar uma discussão mundial e efetiva com um pacto que independa de decisões de cada Parlamento, de cada país, porque as grandes plataformas trabalham país a país. Elas tentam impedir as legislações, derrubar as legislações ou atrasar, procrastinar o máximo possível país a país. E isso é improdutivo.

É inevitável, de um lado, vai ter que ter no mundo, de alguma forma, no mundo pensante, antes que a gente vá para o cataclismo de proporções impensáveis, um reerguimento nem só do jornalismo; da verdade, da busca da verdade, dos retratos de realidade, sobretudo com o avanço da inteligência artificial, ou vamos viver num mundo paralelo que vai nos levar para um abismo informacional, um apocalipse informacional, em que vai ser um deus nos acuda, cada um por si, levando, inclusive, à possibilidade até de um apocalipse nuclear. Nós temos visto aí a Rússia, um país que não tem nenhuma liberdade de imprensa hoje, fazendo ameaças concretas de desencadear uma guerra nuclear sem, praticamente, nenhuma oposição visível, o que sufoca a imprensa de uma forma absurda. Então, esse é o risco que nós estamos vivendo, concreto.

Nós temos que, realmente, buscar um pacto global. Enquanto isso não acontece, e não acontece também por interesse de alguns governos que se valem da desinformação e do combate à própria imprensa para se manter no poder... Eu citei aqui, especificamente, o caso da Rússia, e poderia desfiar 20, 30 países com alguma relevância que fazem do sufocamento da imprensa parte da sua estratégia, como o Governo passado do Brasil e, nós também conhecemos aqui, a Venezuela, a Nicarágua, aqui na América Latina, e tantos outros países que fazem o mesmo processo. Enquanto isto não acontece, um pacto global que valorize a imprensa e o jornalismo profissional, para destravar - eu acho que a questão foi muito bem levantada pela Bia -, nós temos algumas iniciativas no Congresso, todas meritórias - todas meritórias -, que demandaram grandes envolvimento nas discussões.

Eu queria aqui também, publicamente, saudar o Deputado Orlando Silva, que carregou essa bandeira, vem carregando essa bandeira do combate às *fake news*, com o Projeto 2.630, sendo o Relator. Faz todo sentido a remuneração da atividade jornalística, porque o jornalismo profissional é o grande antídoto para *fake news*, e isso está dentro do projeto. Infelizmente, numa associação entre as plataformas e grupos extremistas no Brasil, conseguiram carimbar o projeto de *fake news* como projeto de restrição à liberdade de expressão, etc., ou seja, fizeram *fake news* com o projeto das *fake news*, quer dizer, é quase uma jabuticaba brasileira.

O fato concreto é que nós não temos visto, em nenhuma parte do mundo onde avançou alguma legislação, como a Austrália, em que avançou, com a iniciativa de um Primeiro-Ministro, John Morrison, de centro-direita... No Canadá, com uma iniciativa, com o apoio decisivo do Pierre Trudeau, de centro-esquerda, nenhuma legislação avançou; na França, com o Macron, etc., nenhuma avançou sem o apoio decisivo do Executivo. A Indonésia recentemente aprovou uma legislação, um decreto, por parte do Presidente. Não acho que seja o ideal, porque pode criar uma dependência desse ecossistema jornalístico da boa vontade presidencial. Também acho isso sempre um tanto perigoso, porque bordejamos, digamos, com o oficialismo, e isso nunca foi positivo para o jornalismo.

Eu acho que, nessas discussões todas, nós temos que, agora, já mais maduros, já vendo o que funciona e o que não funciona em outros países, fugir de quatro ou cinco armadilhas, como a armadilha de uma discussão interminável do uso da notícia pela plataforma: "Eu uso, não uso, uso tampas". Tem que sair fora dessa discussão. Não está aqui se valorizando, se ela usa ou não uso notícia; está-se pagando uma taxa - deve pagar -, uma compensação pela poluição social que ela, involuntariamente, muitas vezes, produz, para que esse ecossistema seja reparado ou seja limpo. O outro é discutir o valor da notícia pela publicidade. Simplesmente, eles fecham a torneira da notícia; a publicidade que sobrou no noticiário passa a ter muito menos valor, e, portanto, é uma discussão interminável que pode ser contraproducente. Aliás, é contraproducente ficar discutindo valor de notícia pela publicidade afixada nela. Basta eles tirarem a notícia de visibilidade. Um outro aspecto é se focar só em duas empresas, em Google e Meta. O Google até tem esforços adicionais muito mais visíveis de apoio a ecossistema do que outras organizações. Enquanto há novas organizações, grandes plataformas, como o TikTok, por exemplo, para ele não existe esse assunto, que ameaça, inclusive, a hegemonia da Meta em algumas plataformas, crescendo enormemente em todo o mundo e que está fora dessa discussão. Não é questão de A, B ou C; é: toda plataforma produz um resíduo tóxico e deve fazer uma remuneração para limpar esse ecossistema que ela ajuda a poluir. Por fim, uma outra armadilha com que a gente tem que também tomar muito cuidado, que já foi mencionada muito corretamente

pelo Francisco Brito Cruz, é a questão da audiência. A audiência não é sinônimo de qualidade. Eu acho que não dá para desprezar integralmente a audiência, mas, se fossem fazer uma cesta de compensação, ela teria um peso mínimo, talvez de 5%, 10%, não mais do que isso, porque o objetivo não é gerar conteúdos que gerem audiência apenas. Bote uma sequência de bizarrices, que a gente sabe aqui - 40 anos de redação - que um conteúdo bizarro qualquer vai ter uma audiência enorme, mas não é isso. É exatamente o oposto disso que nós estamos buscando em uma lei de preservação e revitalização do jornalismo. Acho, sim, que um pedaço desse recurso tem que ir para a inovação e que todas as organizações, empresas pequenas, médias e grandes poderiam se candidatar a um pedaço dessa verba para modelos, projetos de inovação que ampliassem, digamos, renovação e a diversidade do ecossistema. Por fim, só queria lembrar também o seguinte. A legislação brasileira, o Projeto 2.630 foi sábio em impedir a retirada dos conteúdos jornalísticos das plataformas, para efeitos de aplicação dessa lei, não para outros efeitos, porque têm direito de fazer a sua autogestão de conteúdos, mas, para efeito de aplicação da lei, não podem retirar.

Esse foi um antídoto que o projeto brasileiro previu, exatamente para evitar o que aconteceu no Canadá: eles simplesmente tiraram visibilidade dos conteúdos. Na Indonésia, adicionalmente, agora, a nova legislação prevê - isso é uma questão, um novo dilema talvez - que a visibilidade de fontes jornalísticas confiáveis deve ser priorizada pelas plataformas. Então, assim como, em vez de estabelecer um controle, uma censura sobre conteúdos, o que é sempre arriscado e perigoso, ela amplifica a visibilidade sobre fontes confiáveis, de credibilidade. É claro, sempre tem que ter uma discussão sobre o que são essas fontes de credibilidade. Eu sugeriria um caminho inicial, pelo menos, por aquelas que já fazem parte de entidades que já existem há muito tempo e são reconhecidas por fazerem uma verificação, obviamente, sobre seus associados, e assim por diante.

Em tese, esses associados já passaram por um critério de existência, de credibilidade, e assim por diante.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Muito obrigada, Marcelo.

Eu queria então já passar para o Francisco, incluindo também uma questão sobre... Voltando a uma pergunta que a Bia deixou aqui para a gente, que era a questão de qual projeto de lei... Ou como a gente pode avançar na discussão de um ato normativo que consiga dar a resposta a esse problema tão complexo? É via uma proposta nova oriunda do Executivo? É usando alguns projetos que já estão em tramitação no Congresso? Como você vê isso? Eu só queria que a gente pudesse se aprofundar um pouquinho nessa questão. Você que vem do mundo jurídico também, que traz esses dois mundos, o que você daria de recomendação para a gente?

Obrigada.

O SR. FRANCISCO BRITO CRUZ (Por videoconferência.) - Perfeito. Começo por essa questão, então.

Do jeito que vejo, projetos de lei são veículos para a gente conseguir discutir esse ou aquele assunto. E a gente olhando todos os projetos de lei que estão na mesa, o 2.630, a própria reforma da Lei de Direitos Autorais ou ainda outros projetos derivados, o que a gente observa? Bom, a gente observa que o texto tem sido basicamente o mesmo, aparecendo em projetos diferentes. Então me parece que há mais uma dúvida sobre o veículo do que uma dúvida sobre o texto, nesse ponto de vista. Eu tenho dúvida sobre o texto? Tenho. Mas não me parece que sejam três disputas diferentes, é uma disputa só, a gente só tem que entender onde ela acontecer.

Aí, com isso, talvez um dos pontos para começar a responder a Bia... Enfim, eu compartilho das suas perguntas, Bia. Como destravar, eu acho que não tenho as instruções para desarmar a bomba, mas o que eu diria é que uma das questões importantes seria sinalizar que as discussões sobre a remuneração, sobre qualquer criação de conteúdo nas redes sociais deva seguir um caminho diferente e separado da discussão sobre o fomento do jornalismo.

Eu estou querendo dizer o seguinte: as questões sobre direito autoral, especificamente, andarem junto com o jornalismo não ajudou a absorção do jornalismo acontecer, em 2023. Acho que a gente teve dificuldade de puxar os temas e discutir os temas em profundidade, ao mesmo tempo de ter que discutir as questões específicas sobre direito autoral de cantores, direitos conexos de músicos e outras questões.

Então, a gente tem que entender e organizar um pouco as questões, para entender onde as disputas vão acontecer. Talvez separar as discussões seja inteligente, sem prejuízo de garantir que essa discussão sobre direitos autorais aconteça também. Parece-me que existem questões relevantes a serem tratadas. A Lei de Direitos Autorais precisa de reforma. O Parlamento sabe disso, porque essa reforma de direito autoral está reaparecendo de tempos em tempos. Mas, enfim, essa é a primeira coisa.

Agora eu queria sinalizar outros pontos que são de entrave. Primeiro, a questão do remédio para enfrentar a tática das plataformas de evitar a circulação de conteúdo noticioso para não pagar.

Por um lado, eu me sensibilizo com a intenção dessa norma, porque de fato é uma lástima que a opção escolhida por essa plataforma seja simplesmente alijar esse ambiente de notícias para não remunerar organizações jornalísticas. Então, assim, simpatizo com a finalidade. Agora, não podemos desprezar que, a depender de como a gente desenha essa norma, isso pode gerar problemas do ponto de vista de - em vez de garantir a finalidade que a gente quer - poder embarçar a operação de moderação de conteúdo das plataformas que a gente considera positiva, porque as plataformas também são responsáveis, na minha opinião, por remover determinada poluição que tem ali. Como a gente está usando a linguagem da poluição, vou trazer a linguagem aqui também.

E o que é essa poluição? São os conteúdos que precisam ser moderados pelas plataformas, muitas vezes conteúdos que fingem que são noticiosos, mas são simplesmente violentos, são simplesmente contra direitos humanos, são simplesmente *fake news*, por exemplo, desinformação pura e simples que ataca instituições, que ataca o processo eleitoral. E a gente tem que garantir que a atividade de moderação de conteúdo consiga acontecer e que não haja dúvida, na hora em que a gente falar... Você não pode mexer no conteúdo noticioso. Que não haja dúvida por parte de quem vai executar essa norma do que fazer em face de conteúdos que nitidamente são problemáticos ou violentos etc. Essa é uma preocupação que me parece mais de desenho da norma do que exatamente de finalidade.

E aí a gente vai ter que entrar numa discussão sobre em que medida essa norma tem que obrigar as plataformas a carregar alguma coisa, a carregar um conteúdo. Quais plataformas são obrigadas a carregar conteúdo noticioso? Tem diferença entre aquelas que, por exemplo, oferecem mecanismos de busca e aquelas que oferecem rede social? Algumas devem ser mais obrigadas a carregar conteúdos do que outras? O que vai decidir o que é um conteúdo noticioso ou o que não vai decidir? Será que a gente não pode adotar outros caminhos, por exemplo, garantir que organizações jornalísticas consigam discutir essa moderação de conteúdo e, enfim, criar regimes específicos para essas organizações? Se a gente for fazer isso, como a gente vai delimitar quais são as organizações jornalísticas ou não?

Então, isso para mim gera uma série de discussões. E aí eu acho que isso é um ponto de entrave, talvez gerar algum ajuste, criar algum ajuste na proposta que inclusive tenha como inspiração as discussões sobre legislação de mercados digitais, pensando que essas plataformas são *gatekeepers*, vamos dizer assim, e precisam ter algumas obrigações nessa condição, mas, enfim, essa é uma questão que já gera dúvida.

A outra questão que gera dúvida é a questão que eu disse sobre o fato gerador. E aí, na questão do fato gerador, talvez o melhor caminho que a gente possa ter seja tentar diferenciar funções e produtos, ou comportamentos específicos das plataformas, e tentar entender e fazer uma conversa um a um. Então, se a plataforma faz isso, isso deveria gerar remuneração? Ah, sim; não. Ou, se a plataforma faz aquilo, isso deveria gerar remuneração? Sim; não. Num esquema de esquadrihar esses comportamentos e ter conversas sobre cada um deles, porque fazer uma regra guarda-chuva e jogar para a interpretação depois: ou a gente vai depender muito de uma regulamentação do Executivo, ou a gente vai depender muito do Judiciário. Nos dois casos, eu acho que seria bom a lei trazer um pouco mais de instrumentos para enfrentar isso.

E, no caso das definições, me parece necessário que o campo do jornalismo produza definições de jornalismo de interesse público, produza definições de ética, produza parâmetros, e que a legislação empodere o campo do jornalismo para fazer isso. Porque, enfim, é um problema que uma legislação crie uma obrigação de remuneração e que o resultado disso, uma hipótese de essas definições não existirem, sejam organizações que não são jornalísticas a receber esse dinheiro. Então, para prevenir isso, boas definições têm que estar em jogo, boas delimitações têm que estar em jogo.

E aí, para terminar, para responder ao Conselheiro João, sobre o *timing*, que me parece que... Bom, concordo, a gente precisa entender que há uma necessidade de curto prazo; ao mesmo tempo, há que se admitir o que é que uma lei que a gente vai conseguir discutir em três, quatro, seis meses consegue resolver. E para o que a gente vai precisar de mais tempo de discutir? E apostar em dois caminhos, apostar num caminho em paralelo.

E aí, só para terminar, eu acho que não se tratava de confusão conceitual quando eu estava falando sobre a questão dos desertos de notícia, pois se trata de uma preocupação concreta com a estruturação dos parâmetros que vão estar expressos na legislação. Então, se a gente considera que desertos de notícia são problema - e eles são um problema no presente e no futuro -, faz sentido que a legislação incida sobre esses dois problemas. Então, prevenir que desertos não apareçam, mas tratar os desertos que existem. Se essa legislação apenas carrega a ideia da compensação pelo uso, ela não irá resolver o problema dos desertos que já existem, ela vai só resolver os problemas dos desertos que passariam a existir. Ou seja, as duas coisas são importantes: de um lado, precisa garantir que os desertos não apareçam; do outro, a gente precisa de algum nível de intervenção de política de Estado para garantir que os locais que já têm ou já estão desertificados, de uma certa forma, consigam acessar algum tipo de recurso ou de mecanismo de sustentabilidade para alavancar a produção de notícia naquelas realidades, naqueles contextos.

Lembro que desertos de notícia podem ser territoriais, mas também podem ser transversais do ponto de vista de determinadas comunidades. Acho que é importante a gente pensar nesse sentido. Não só determinados lugares, territórios têm problema de desertos de notícias, mas determinadas comunidades têm déficit de informações produzidas a seu respeito e gostariam de ter e de acessar recursos para conseguir produzir informação de qualidade sobre suas realidades.

É isso.

Muito obrigado. É um enorme prazer estar aqui. Estou sempre à disposição do Conselho para contribuir da melhor forma possível.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Obrigada, Chico.

Eu acho que essa definição e essa sua ponderação sobre a questão dos desertos de notícias é muito importante, até para a gente ter em mente que não é só a questão do território, mas também a dos públicos, que muitas vezes não são informados ou também não são noticiados - há um silenciamento de algumas comunidades.

Então, a gente precisa pensar também em formatos de como fomentar que mais informação de interesse público seja feita, para que esses públicos também estejam dentro desse ecossistema informacional, a partir de informações de qualidade.

Eu vou passar aqui rapidamente às perguntas do e-Cidadania, porque eu acho que é muito importante que a gente ressalte, reforce que a participação popular aqui no Conselho é muito bem-vinda, agradecendo novamente a todas essas pessoas que mandaram perguntas.

Eu vou falar primeiro. Depois eu queria também que os expositores, se vocês quiserem, comentem qualquer uma delas. Por favor, fiquem à vontade para que a gente faça esse diálogo com quem nos mandou perguntas.

Primeiro, o Rafael, de Goiás: "Porque as plataformas digitais, que já disponibilizam o acesso a elas de forma gratuita, precisam remunerar conteúdo jornalístico?"

Nessa mesma linha, a Isa, de São Paulo, disse: "Sou contra a remuneração do conteúdo jornalístico pelas plataformas digitais, uma vez que as redes sociais são meios de comunicação livre".

E também, nessa mesma linha, o Diógenes, do Rio Grande do Sul, pergunta: "[...] as plataformas digitais e os criadores de mídia social também [serão] remunerados por conteúdo original vinculado na mídia formal, oficial?"

Então são as questões que eu trago aqui.

Voltando, para o João, do Distrito Federal: "[Em] se tratando de plataformas digitais, creio que a remuneração deve ser medida pelo alcance e relevância do seu conteúdo". Acho que aqui dialoga muito com a questão que foi colocada sobre olhar a audiência, mas não só a audiência.

Agui, de São Paulo: "É justo que jornalistas profissionais e de veículos reconhecidamente democráticos sejam remunerados pelas plataformas digitais".

Luiz, também de São Paulo: "Além de pensar em remuneração, é necessário [...] um jornalista responsável pelos veículos, sites e redes sociais que publicam notícias".

Eduardo, do Rio de Janeiro: "A remuneração do noticiário das plataformas digitais deve ser equiparada a das agências noticiosas, incluindo o pagamento [...] [aos] jornalistas".

Luiz, de São Paulo: "Sou a favor. Os portais que possuem redações e jornalistas responsáveis geram empregos e precisam ser remunerados pelo trabalho".

Eduardo, também de São Paulo: "Como equilibrar a necessidade de remunerar os produtores de conteúdo sem [...] [desestimular] as plataformas de divulgarem o conteúdo informativo?". Eu acho que isso está dentro do que o Marcelo colocou, dos desincentivos para que as plataformas parem de dar destaque ao conteúdo noticioso.

Bruno, de Rondônia: "Qual o impacto da remuneração do conteúdo jornalístico pelas plataformas digitais a partir da sustentabilidade financeira do jornalismo?". Acho que esse é um ponto que a gente está tentando discutir aqui.

Heloísa, de Santa Catarina: "Como [devemos] apoiar e incentivar [o trabalho] de criadores de conteúdo digital sem descredibilizar o conteúdo jornalístico [...]?"

André, do Tocantins: "Os jornais ganham audiência com a divulgação dos *links* pelos usuários nas redes sociais. Por que isso não é suficiente para os jornais?"

Por fim, a Emanuely, de Minas Gerais: "As grandes empresas deveriam se preocupar com a disseminação das *fake news* e espalhar conteúdo jornalístico verídico".

Então agradeço a todos que mandaram perguntas e já passo a palavra para, se possível, responder a algumas delas. Acho que muitas delas já foram respondidas na exposição de todos vocês. E, não havendo mais nenhum escrito, já peço as suas considerações finais, Profa. Marisa; depois o Marcelo e depois o Francisco.

Obrigada.

A SRA. MARISA VON BÜLOW - Obrigada. Nossa, quantas perguntas interessantes e difíceis também! Eu não tenho a pretensão de responder a todas, mas essa pergunta sobre o porquê. Já que as plataformas digitais possibilitam um acesso de forma gratuita e encaminham acesso para jornais, canais, etc., por que, então, elas precisam remunerar? Essa foi uma pergunta feita por vários dos usuários do e-Cidadania. Essa é uma pergunta, obviamente, extremamente importante.

A minha resposta seria a seguinte: as plataformas já remuneram. A discussão, então, eu acho que não é tanto sobre se precisam ou não remunerar, mas como isso deve ser feito de uma maneira mais adequada, porque elas remuneram pouco, de forma bastante opaca e com critérios que elas mesmas determinam. Como é que isso é feito? Isso é feito através de publicidade, da publicidade digital que os produtores de conteúdo jornalístico conseguem, e isso é feito também através de acordos pontuais, muitas vezes a partir de critérios que são bastante polêmicos, como o Chico mencionava, como a questão do engajamento, ou também critérios como a quantidade de conteúdo produzido, e nenhum dos dois tem uma relação direta, óbvia, com a qualidade. Nem a quantidade de engajamento e nem a quantidade de conteúdo necessariamente significam que é um produto, que é um conteúdo de qualidade.

Então, essa é a questão que está sendo discutida aqui; não se remunera ou não, mas como melhorar e tornar essa remuneração mais justa do ponto de vista de um ecossistema jornalístico de qualidade. E essa é uma questão que está diretamente relacionada à questão da censura, que é outra questão que aparece bastante como uma oposição a esse tipo de iniciativa de remuneração. E aí eu acho também que é uma discussão que a gente tem que superar, porque ela parte de uma visão de que hoje a distribuição de conteúdo é neutra, e ela não é, e ela nunca foi. De novo, ela é opaca, ela não é transparente. Então, não se trata - acho que isso é superimportante de a gente reforçar - de um ataque a qualquer tipo de liberdade, à internet livre aberta. Numa entrevista que eu fiz com uma liderança do Google, ainda no contexto das negociações no Canadá, ele falava: "É uma legislação que vai quebrar a internet". É uma declaração bastante forte e, no final das contas, a gente viu que houve um acordo, que não vai quebrar a internet e que é possível chegar a um acordo.

Então, acho que é isso, acho que o debate tem avançado bastante, mas a gente ainda tem algumas questões que a gente precisa esclarecer com relação a qual é, afinal de contas, o papel das plataformas digitais e como a sua atuação vem mudando ao longo do tempo.

Só mais um comentário, rapidamente. O Marcelo mencionou que algumas iniciativas têm conseguido cruzar barreiras ideológicas e isolar alguns setores mais, digamos, extremistas, contrários à regulação de plataforma e à remuneração dos jornalistas. Isso já foi possível fazer em vários países, e acho também que é possível fazer no Brasil. Acho que iniciativas como a de hoje contribuem muito nesse sentido, para deixar mais claro quais são, afinal de contas, as discordâncias e como a gente pode avançar.

Então, agradeço nesse sentido, mais uma vez, a possibilidade e a oportunidade de escutar todo o mundo hoje, os Conselheiros Marcelo e também o Chico.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Obrigada, professora. Já estamos curiosos aqui para a atualização do estudo que a senhora já está tocando. Então, assim que estiver o estudo pronto, gostaríamos muito aqui, em nome do Conselho, de receber esse estudo para que a gente possa também agregá-lo às discussões que a gente está tendo.

Marcelo, por favor.

O SR. MARCELO RECH (*Por videoconferência.*) - Muito obrigado pelos comentários aí da audiência. Acho que a Profa. Marisa respondeu já brilhantemente, de uma forma ampla, boa parte das questões.

Só queria reforçar que, em nenhum país onde já existe a remuneração negociada e acertada da atividade jornalística, algum usuário está pagando alguma coisa por isso. Não há nenhuma cobrança das plataformas para o uso do usuário. Continua tudo como sempre foi, sempre lembrando que elas são de "graça", entre aspas, porque o produto, o custo que a gente paga é a nossa informação, a nossa privacidade, que nós, muitas vezes sem nos darmos conta, oferecemos para as plataformas. Este é o produto delas: é a privacidade nossa, são as informações nossas, que nós, voluntariamente, muitas vezes sem nos darmos conta, acabamos cedendo para elas, para que elas possam, então, fazer a comercialização dessas informações e obter os seus lucros.

Os recursos utilizados na remuneração da atividade jornalística vêm, assim como o das muitas aplicadas por práticas anticompetitivas das grandes plataformas, dos lucros exorbitantes que elas têm no mundo todo. Então, é daí que sai o recurso; não é de nenhum usuário, não tem cobrança nenhuma, o usuário não vai pagar nada a mais, além daquilo que eu

já mencionei, que é sua informação pessoal, que ele transfere voluntariamente, muitas vezes sem se dar conta, às grandes plataformas.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Ótimo, Marcelo. Muito obrigada.

Acho que esse ponto é bem importante deixar registrado, deixar claro. Quero dizer também que entendo que, se houver mais documentação, mais estudos que possam nos apoiar, por favor, a gente está aqui abertos e sedentos por informações que sejam de interesse, para que a gente possa construir um relatório aqui no âmbito do Conselho; um relatório preciso e que possa, de fato, ajudar na construção de uma política pública de fomento ao jornalismo e ao ecossistema da informação. Francisco, é com você, por favor.

O SR. FRANCISCO BRITO CRUZ (Por videoconferência.) - Obrigado.

Bom, eu vou fazer só um ponto antes de terminar, porque acho que apareceu muito, de fato, essa questão de por que pagar. A Profa. Marisa já comentou esse ponto, mas eu queria avançar e colocar mais algumas coisinhas sobre isso antes de terminar.

Eu acho que a gente precisa diferenciar dois tipos de porquês, não é? Em primeiro lugar, é possível fazer o argumento de que remunerar o jornalismo é necessário porque o jornalismo possui um valor social. Assim como existe um valor social em se ter uma ponte em cima de um rio - a sociedade precisa passar por essa ponte para chegar ao outro lado do rio, e essa ponte, vamos dizer assim, é um bem público daquela sociedade para que ela consiga transitar entre um lado e outro do rio -, é possível fazer o argumento de que o jornalismo é, vamos dizer assim, uma espécie de bem público de que a gente precisa chegar ao outro lado de algum rio, não é? Qual é esse rio? O rio do conhecimento, o rio de enfrentar as questões e entender o que está acontecendo na sociedade para poder tomar decisões, para conseguir entender e ter visão crítica sobre os nossos governos e exercer a nossa cidadania, não é? Então, em razão desse valor social do jornalismo, é necessário criar arranjos e intervenções que o sustentem.

Isso é uma coisa; a outra coisa é discutir arranjos de remuneração para qualquer criador de conteúdo e garantir que as plataformas não exerçam um poder econômico derivado, de uma concentração de mercado, derivado do funcionamento desse mercado, que seja exacerbado ou abusivo em relação aos outros atores de mercado. Essa é uma perspectiva que... Bom, não estou discutindo aqui qual é o bem público, qual é o interesse público, qual é o valor social; estou discutindo os direitos das partes envolvidas, sejam elas as plataformas, sejam elas as usuárias das plataformas.

Por que eu estou fazendo essa diferenciação? Porque, se a gente discute sobre o valor social, é daí que vem a ideia de você, por exemplo, fazer algum tipo de regulação de remuneração do jornalismo em específico, porque o jornalismo não é qualquer tipo de conteúdo, e a gente precisa garantir que o jornalismo no Brasil tenha sustentabilidade. E, nesse caso, essa regulação pode vir por negociação direta, partindo do pressuposto de que o jornalismo agrega esse valor social às plataformas e deve ser compensado por isso. É daí que nasce, na minha opinião, do ponto de vista normativo, a ideia de uma negociação direta. O que você está querendo dizer com isso? Bom, é que o jornalismo, por estar sendo vinculado às plataformas, está dando para as plataformas esse valor dentro do seu produto. Então, não é qualquer tipo de conteúdo que pode fazer isso; é só o conteúdo que tem valor social de jornalismo, porque informa as pessoas, porque é produzido conforme protocolos éticos e protocolos de apuração de fatos que não estão presentes em outros tipos de conteúdo. Ou, lógico, pode ser outro tipo de legislação, como, por exemplo, uma tributação que direcione recursos para um fundo, um programa, até trazendo como exemplo a cultura. Existe legislação e existe regulação que tenta sustentar a cultura do ponto de vista do seu valor social e transferir recursos para isso, assim como outras prestações do Estado para a manutenção de bens comuns. É dever do Estado, por exemplo, fazer a manutenção da ponte de que eu falei, garantir que ela esteja funcionando, como eu falei; então, seria dever do Estado garantir que o jornalismo funcionasse de alguma forma, sem intervir na sua independência.

E, do outro lado, há os arranjos de remuneração para qualquer criador de conteúdo. Eu sou a favor de a gente ter essa discussão. E aí a gente vai discutir os programas de monetização que as plataformas têm, como é que a gente leva isso em conta, como os usuários interagem com as plataformas. Mas isso me parece que adentra questões de regulação de mercados digitais, partindo dessa discussão da posição que cada um tem. A plataforma, será que ela é um *gatekeeper*? Será que ela controla a atuação dos outros atores econômicos? Como regular esse poder? Aí a gente não está necessariamente discutindo só o valor social do conteúdo, esse ou aquele, do jornalismo; a gente está discutindo qualquer conteúdo, e a gente está discutindo a relação entre esses agentes econômicos.

Desculpa eu me alongar nessa última parte, mas é que, como essa pergunta apareceu várias vezes, eu acho que a gente precisava delimitar aqui que a gente está falando de jornalismo, e que jornalismo, especificamente, é uma atividade onde existe um interesse público específico, conectado com a democracia, conectado com os princípios democráticos.

Muito obrigado. É um prazer estar aqui. Sempre à disposição. Um abraço a todos.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Obrigada, Francisco.

Acho que é muito relevante essa sua ponderação final, até para separar mesmo. Adorei a analogia da ponte, do valor social, de levar a informação para os diversos públicos, e é essa questão do bem público mesmo.

Agradeço, mais uma vez, a sua participação.

Um ponto de que todos os nossos expositores falaram - e aqui falo para os Conselheiros... Acho que a gente tem um desafio muito grande, e talvez o começo desse nosso desafio seja listar perguntas. Acho que todas as questões... O Chico colocou muitas perguntas, e a gente precisa listá-las para ir respondendo uma a uma, tendo, como meta, essa elaboração do relatório aqui para encaminhar como contribuição desta gestão do Conselho de Comunicação Social.

Então, agradeço, Profa. Marisa, pela presença. Muito obrigada pela excelente explicação.

Marcelo, obrigada por estar aí do Rio Grande do Sul falando com a gente.

Chico, de São Paulo, também conosco, muito obrigada.

Assim que tiver também mais contribuições, por favor, a gente vai bater na porta de vocês três para que a gente consiga avançar nessa discussão tão relevante para a nossa sociedade.

Aos Conselheiros, a todos que nos acompanham e também àqueles que participaram pelo e-Cidadania, muito obrigada.

Eu declaro, agora, suspensa a reunião, já convocando os membros do Conselho, porque, a partir das 14h, retornaremos a esta sala para a segunda parte da nossa reunião, a reunião ordinária do Conselho de Comunicação Social.

Agradeço a todos. Muito obrigada, e até as 14h.

Obrigada.

(Suspensa às 11 horas e 35 minutos, a reunião é reaberta às 14 horas e 05 minutos.)

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Declaro reaberta a 2ª Reunião de 2024 do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional, que, segundo o art. 39, §6º do Regimento Interno, será dividida em cinco fases:

I - Leitura do Expediente;

II - Ordem do Dia;

Item 1 - Relatório sobre a proposta de reformulação da Lei 8.389, de 1991, da comissão de relatoria formada pelos Conselheiros Valdez Donzelli, Maria José Braga e Davi Emerich.

Informes sobre a programação do seminário sobre Educação Midiática.

Proposta de realização de audiência pública sobre regulação de serviços de *streaming*, feito pela Conselheira Sonia Santana.

III - Relatório de andamento dos trabalhos das Comissões, a ser proferido pelos coordenadores;

Comunicações dos Conselheiros;

E, por último, participação da sociedade civil.

Esta reunião será realizada em caráter interativo, com a possibilidade de participação popular. Para isso, as pessoas que tenham interesse em participar com comentários ou perguntas podem fazê-lo por meio do Portal e-Cidadania, www.senado.leg.br/ecidadania, ou pelo Alô Senado, pelo telefone 0800 0612211.

Só para deixar registrado, o Presidente teve um contratempo, não pôde participar, por isso coube a mim presidir esta reunião, está cabendo a mim presidir esta reunião.

Comunico aos Srs. e Sras. Conselheiras que temos sobre a mesa da Presidência, para apreciação, a Ata da 1ª Reunião de 2024, enviada com antecedência por *e-mail*.

Não havendo objeção, proponho a dispensa da leitura e discussão da ata.

As Sras. e os Srs. Conselheiros que a aprovam permaneçam como se encontram. *(Pausa.)*

Comunico que não há expediente a ser lido uma vez que não houve recebimento de ofícios desde a última reunião.

Passamos, então, à Ordem do Dia.

Item 1 - Relatório sobre a proposta de reformulação da Lei 8.389, de 1991, da comissão de relatoria formada pelos Conselheiros Valdez Donzelli, Maria José Braga e Davi Emerich.

Passo a palavra para a comissão de relatoria, formada pelos Conselheiros Valderez Donzelli, Maria José Braga e Davi Emerich, para considerações sobre o relatório acerca da proposta de reformulação, após o prazo de recebimento de sugestões dos demais Conselheiros.

Queria saber se alguém tem algum informe e também passar aqui... A pedido do Presidente, a Secretaria fez uma planilha, uma tabela bem interessante que mostra a lei atual e as alterações propostas pelo relatório. Acho que é uma forma visual mais fácil para a gente verificar as alterações propostas no texto.

Então, com a palavra, a comissão de relatoria.

A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA - Obrigada, Presidenta.

Como eu já falei na sessão passada, nós já apresentamos o relatório. O objetivo foi trazer ao debate questões em que, no decorrer do funcionamento do Conselho de Comunicação Social, nós sentimos que havia lacunas na própria lei, algumas delas suprimidas no Regimento Interno, mas, obviamente, o Regimento Interno tem de se submeter à lei, não é? Por isso, as alterações que a gente propõe.

O trabalho da Secretaria, como sempre, facilita aí a visualização do que é a lei hoje e do que está sendo proposto para que os Conselheiros e Conselheiras tenham uma visão comparativa do que nós estamos propondo mudar.

Nós recebemos uma contribuição do Conselheiro Daniel, que está aqui, e a comissão de relatoria acatou a contribuição, uma contribuição pontual em relação à representação do setor de publicidade e propaganda dentro do Conselho. Então, essa recomendação foi acatada pela comissão, mas, obviamente, a gente tem espaço para novas contribuições, já que não existe uma urgência para a gente fazer essa proposição ao Congresso Nacional, uma vez que qualquer mudança na lei terá que ser por meio de um projeto de lei a ser votado pelo Congresso Nacional.

Então, em resumo - e aí essa planilha ajuda todo mundo a ver -, a gente sanou a lacuna que a gente percebeu e que foi resolvida, entre aspas, no Regimento Interno, que é, dentro da lei, o Conselho ter a autonomia para se pautar, porque, da forma como está na lei atual, está dito que o Conselho tem como atribuições a realização de estudos, pareceres, recomendações, que lhe forem encaminhados pelo Congresso Nacional. E nós estamos ampliando, dizendo que, além das atribuições que lhe forem encaminhadas pelo Congresso Nacional, o Conselho também pode e deve, do mesmo jeito, se pronunciar sobre questões encaminhadas pelos próprios Conselheiros, pelos seus membros e também por entidades da sociedade civil, que é o que nós conseguimos consignar no Regimento Interno.

Também como essência das alterações, nós estamos propondo uma ampliação da composição do Conselho para contemplar segmentos da comunicação que não foram contemplados na lei aprovada lá no início da década de 90 e, obviamente, para manter a paridade, já que esse Conselho é um conselho tripartite, que tem paridade entre representantes de empresas, representantes de trabalhadores e com participação majoritária da sociedade civil. Então, ao ampliar a representação dos segmentos da comunicação, a gente também propõe a ampliação da representação da sociedade civil, para que prevaleça a proposição inicial de funcionamento do Conselho, que é a sociedade civil sendo o fiel na balança quando há disputas. Então, a gente propõe, do mesmo jeito, a ampliação da representação da sociedade civil.

Também colocamos, já na lei, algo que nós já tínhamos aprovado em recomendação para a Mesa do Congresso Nacional, que são os critérios para as eleições dos Conselheiros. E, ao longo do funcionamento do Conselho de Comunicação Social, nós percebemos - quem acompanhou e quem participou diretamente dos processos - que em mais de uma ocasião houve, sim, uma deficiência, vou chamar assim, da indicação de representantes da sociedade civil. Praticamente nunca tivemos problemas com os representantes tanto das empresas de comunicação quanto das categorias de trabalhadores de comunicação, mas já tivemos, sim, eu diria, indicações que não contemplavam a objetividade de ter representantes da sociedade civil por meio de indicações de pessoas ligadas a um ou a outro setor da área da comunicação. Então, a gente propõe que já fique consignada em lei a questão dos critérios para as eleições e também das normas para o processo eleitoral.

Nas normas para o processo eleitoral, qual é o objetivo? O principal objetivo é que não haja descontinuidade do funcionamento do Conselho de Comunicação Social. Também já tivemos, no passado recente, o Conselho de Comunicação Social não funcionando, porque simplesmente não houve posse dos Conselheiros eleitos ou porque não houve eleição dos Conselheiros para consequente posse e funcionamento do Conselho. Então, a gente propõe critério para o processo eleitoral, e o principal deles é que haja prazos para as eleições, prazos para a posse.

E também a gente está propondo um protagonismo do próprio Conselho de Comunicação Social na sua constituição, prevendo que o CCS se encarregue de fazer a consulta às entidades representativas do segmento empresarial e do segmento de trabalhadores, mas também na questão da sociedade civil para que a gente possa fazer a indicação dos candidatos a serem eleitos pelo Congresso Nacional.

São essas as alterações que estamos propondo e que devem ser objetos do nosso debate.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Ótimo, Conselheira Maria José. Muito obrigada pelo relato.

Eu acho que, com esta tabela - agradeço à Secretária por colocar dessa forma -, visualmente fica realmente muito mais fácil a gente analisar quais são as alterações.

Pergunto se algum Conselheiro... Conselheiro Daniel, gostaria de fazer... E outros também. Depois, o Conselheiro Fabio... Então, começamos com o Conselheiro Daniel, por favor.

O SR. DANIEL JOSÉ QUEIROZ FERREIRA - É apenas um registro. Eu folheei aqui este caderno, em que está, inclusive, como Patricia falou, bem fácil identificar as mudanças, e eu não estou conseguindo achar, Conselheira Maria José, onde está o ajuste da nossa indicação da inclusão do setor de propaganda. Você consegue identificar aí com facilidade? *(Pausa.)*

Faltou também o inciso do representante da telecom, não é isso, Walmar? O da propaganda ainda não está porque não estava no relatório anterior, foi colocado depois. Então, vai ser nessa tabela que vai ter a sistematização. *(Pausa.)*

Isso, exatamente, do relatório inicial.

O SR. DANIEL JOSÉ QUEIROZ FERREIRA - É mais para o registro.

Obrigado.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Ótimo, obrigado.

Conselheiro Fabio.

O SR. FABIO ANDRADE - Boa tarde.

Primeiramente, gostaria de fazer só uma observação sobre o relatório, porque eu tenho medo de que as coisas não andem paralelamente. Eu vi que foi criada uma certa dificuldade, um certo maior critério para a entrada de membros como os da sociedade civil. Ao mesmo tempo, você está, no seu relatório, propondo que sejam feitas inclusões de empresas de telecomunicações que hoje em dia são quase a base da telecomunicação moderna. Este Conselho não previa, no ato da sua criação, não existia a tecnologia e as empresas de tecnologia, de telecomunicações, provendo quase a maior parte das telecomunicações no Brasil hoje, junto com a televisão aberta. Então, o meu medo, e eu queria deixar essa minha inquietude, é o seguinte: vai que a gente consegue dificultar um pouco ou deixar com maior critério as indicações da sociedade civil e, por algum motivo ou qualquer coisa paralela, essas indicações das empresas de telecomunicações não sejam aprovadas, então, a gente fica limitado em relação à única possibilidade de as empresas de telecomunicações participarem do Conselho, porque a gente dificultou o outro lado.

Então eu queria, Relatora, só a sua atenção para que, no momento em que você descobrisse um pé, você também cobrisse o outro, entendeu? que tentasse fazer com que o cobertor se ajustasse para os dois lados para a gente não perder a oportunidade de empresas de telecomunicações e o setor de telecomunicações estarem no Conselho de Comunicação Social.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Obrigada, Conselheiro Fabio.

Acho que é importante a preocupação de que os setores que aqui já estão não fiquem descobertos, eu concordo, mas acho que esta discussão ampliada dessa proposta de alteração da lei é justamente para isto: para que a gente possa chegar no melhor projeto possível de alteração, considerando questões de melhoria da governança e também da atuação do próprio Conselho. Então, o que eu vejo é que o que nós estamos propondo aqui, o que vamos propor a partir da aprovação de um relatório que altere a lei de composição do Conselho visa justamente a uma melhoria da atuação do próprio Conselho, fazendo com que ele se torne ainda mais atuante ou mais atuante, pensando na melhor execução, inclusive, dos recursos públicos que fazem com que a gente esteja aqui reunido.

Acho que o momento, inclusive, é para que a gente possa analisar: já que nós não temos a premência do tempo, que a gente possa fazer de fato uma discussão ampliada e que a gente consiga ter uma proposta de alteração de lei que contemple a realidade da sociedade hoje, trazendo as preocupações que você bem colocou.

Acho que talvez o que a gente possa fazer, Conselheira Maria José, Valdez - o Conselheiro Davi não está aqui hoje conosco -, de novo, como a gente não vai aprovar esse relatório hoje, que a gente tenha de fato uma contribuição daqueles que queiram ajudar na redação desse projeto para que a gente possa, na próxima reunião, já, pelo menos, analisar um pouco mais a fundo os impactos da aprovação desse relatório.

Não sei se é o caso, Conselheiro Fabio, de mandar, enviar, como o Conselheiro Daniel fez, contribuições para a redação desse texto. Então, acho que ainda há tempo para isso.

Então, eu gostaria de abrir essa possibilidade.

O SR. FABIO ANDRADE - Vou encaminhar um tipo de contribuição bastante sucinta, só para não deixar uma coisa andar, a outra ficar parada, e aí o setor ficar de fora.

A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA - Ao contrário da questão (*Fora do microfone.*) das agências de publicidade, que foi uma sugestão do Conselheiro Daniel, no relatório inicial tem, sim, a questão de um representante das entidades representativas das empresas de telecomunicações.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - É, mas, no quadro comparativo, ficou faltando a citação aqui - no quadro comparativo.

A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA - Pois é, mas está...

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Mas está no projeto.

A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA - Conselheiro Fabio, está na proposta. Na hora de transportar para o quadro comparativo...

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - É que não apareceu.

A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA - ... é que não apareceu.

O SR. FABIO ANDRADE - Está bom.

A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA - Está bom?

O SR. FABIO ANDRADE - Vou dar uma olhada no quadro.

A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA - Já está na proposta.

O SR. FABIO ANDRADE - Vou dar uma olhada aqui.

A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA - É, está faltando aqui, no quadro comparativo.

O SR. FABIO ANDRADE - Está bom.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - O ponto que eu coloquei, Maria José, é que, se houver qualquer outra sugestão, que isso seja feito neste momento. Nós estamos com o prazo aberto para que isso aconteça.

Lembrando só que nós não partimos ainda para a análise e a votação do relatório ou a aprovação do relatório devido ao fato de que nós ainda estamos com a composição do Conselho muito prejudicada. Nós temos seis cadeiras ainda em aberto. Então, faltam Conselheiros de setores que não estão representados pelo Conselho, e isso pode gerar questionamentos em relação à aprovação de um projeto que vise à alteração da própria lei que compõe o Conselho.

A nossa recomendação é de que a avaliação desse relatório - e isso foi acordado na última reunião - se dê a partir do momento em que nós tenhamos a composição completa do Conselho, para que todos os setores aqui representados possam, de fato, validar esse relatório.

Então, por isso estamos ainda com o prazo em aberto, aguardando a Mesa do Congresso, que possa já encaminhar a aprovação dos nomes faltantes e que, com isso, a gente consiga ter a composição plena do Conselho.

Então, eu só queria deixar isso bem claro e também solicitar, se fosse possível, que realmente nós tivéssemos a composição do Conselho para a próxima reunião. Seria ótimo para que os trabalhos fossem encaminhados de uma maneira mais célere e, com isso, com uma resposta efetiva deste Conselho para as demandas da comunicação, que são infinitas, como vimos hoje de manhã, na audiência pública. (*Pausa.*)

Não havendo mais quem queira discutir, então, coloco...

Bom, não teremos a votação do requerimento. Fica adiada, então, a votação, com prazo ainda para o encaminhamento de sugestões para a comissão de relatoria.

Item 2 da pauta.

Informe sobre a programação do seminário sobre educação midiática.

Então, conforme deliberado na primeira reunião de 2024, iremos realizar um seminário sobre educação midiática no dia 8 de abril de 2024, das 10h às 17h, no Senado Federal.

Informo que foram expedidos ofícios para as autoridades da Casa, para a realização do evento.

O Auditório Antonio Carlos Magalhães, no Interlegis, foi reservado, e obtivemos autorização para emissão de até cinco passagens aéreas para expositores do seminário.

Com isso, eu queria já colocar algumas questões sobre o seminário. A gente distribuiu para todos a proposta de programação que eu tinha apresentado na reunião passada e já colocando e ponderando algumas alterações que eu queria trazer aqui para vocês. A gente incluiu aqui o que é a educação midiática, sua importância e os cenários políticos, de políticas públicas, e também trocou aqui: o João Alegria passou para impactos e exemplos, ele passa aqui para o de baixo; e foi indicada também, pelo Conselho Renato Godoy - desculpa; me deu um branco total aqui, desculpa -, a participação do Cetic e CGI, do Fábio Senne. Ele é pesquisador, e eles que tocam aquela pesquisa anual que o Cetic faz, de TIC Kids Online e TIC Educação, que fala sobre o impacto das tecnologias e do uso de mídias por alunos, e ele viria sem a necessidade de o Conselho pagar a passagem. Então, a gente o incluiria aqui.

E uma outra ponderação que eu queria fazer para vocês é que nós diminuíssemos um pouco, reduzíssemos um pouco o número de palestrantes, para que a gente tivesse mais tempo de fala com os palestrantes que vierem.

A primeira alteração na mesa de abertura seria para substituição da Deputada Tabata Amaral, que deixou a Presidência da Frente Parlamentar de Educação, e agora é o Deputado Rafael... Agora me deu... Gente, desculpa, depois do almoço a minha cabeça já... Efeito covid. Brincadeira. É falha de memória mesmo. Então, já substituindo a Deputada Tabata pelo Deputado Rafael, novo Presidente da Frente Parlamentar de Educação.

No Painel 1, como a gente terá a participação da...

Rafael Brito. Obrigada.

A gente terá a participação de representantes da Unesco, da representante da Coordenação-Geral de Educação Midiática da Secretaria de Políticas Digitais e a gente deixaria em *standby* um palestrante que exigiria passagem, no caso, o Prof. Ismar, para que a gente abrisse espaço para as pessoas que estão aqui em Brasília, isso facilitando, inclusive, a vinda dessas pessoas e diminuindo, então, o custo de emissão de passagens.

Então, na educação midiática, na prática, a gente colocaria um estudante, que eu acho que é importante - a proposta inicial eram dois estudantes; eu acho que seria bom a gente trazer um pelo menos, para ter uma visão -, um estudante, um professor e o João Alegria e o Fábio Senne, do Cetic.

E na última mesa, a gente reduziria também uma das palestrantes de fora, escolhendo, optando ou pela Nina Santos ou pela Cíntia Gomes, uma ou outra, porque a gente teria então, também, essa redução caindo para quatro passagens de palestrantes de fora, de São Paulo.

Só recapitulando, o objetivo desse seminário é discutir a importância, a necessidade e a urgência da educação midiática para o cenário atual do ecossistema informacional de combate à desinformação, combate ao discurso de ódio, a necessidade de formar cidadãos que possam interpretar corretamente as informações e também em face de um novo desafio, que é a chegada das ferramentas de inteligência artificial. Recentemente mesmo, agora dia 14 de fevereiro, a Unesco lançou um documento - um *policy brief*, como eles chamam -, mostrando a importância de incluir a educação midiática para empoderar o cidadão em face do uso da inteligência artificial. É um documento que depois eu vou fazer circular. É muito interessante, porque ele já traz essa questão da necessidade de desenvolvimento da análise crítica, de saber reconhecer conteúdos, reconhecer ferramentas. Então, eu julgo que a realização desse seminário será muito importante.

Preocupações que o Presidente tinha deixado na reunião passada, com as quais eu volto aqui: precisamos que esse seminário repercuta, que tenha público, que a gente consiga realmente mobilizar não só os palestrantes, mas também mobilizar a sociedade para que preste atenção nesse tema. Então, caberá a nós do Conselho - e aí eu gostaria de solicitar o apoio de todos os participantes, todos os Conselheiros -, na medida em que nós tenhamos a confirmação do evento, fazer um esforço de comunicação entre os nossos associados, junto das nossas comunidades, vamos dizer assim, para que a gente leve, de fato, um número interessante de participantes. O Interlegis tem um número, eu acho, de 80 ou 100 lugares. Então, se a gente tiver lá participantes fisicamente, mas também será transmitido... Mas que a gente consiga, de fato, dar uma repercussão de peso para que esse seminário tenha a função de marcar mesmo um tema que é tão pertinente para os dias atuais.

Conselheiro João Camilo.

O SR. JOÃO CAMILO JÚNIOR - Presidente Patricia, consulto a senhora e a secretaria se existe uma forma de produzir uma arte, produzir um *flyer*, um convite, para que a gente pudesse fazer esse trabalho de divulgação.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Sim, o Walmar estava me informando que será solicitado.

O SR. JOÃO CAMILO JÚNIOR - Perfeito.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - E até - não é, Walmar? -, na reunião passada, foi... Eu acho que já está dentro do ofício que foi enviado para o Interlegis também uma solicitação de apoio para o Departamento de Relações Públicas do Senado, para nos apoiar, inclusive, na emissão dos convites e na divulgação desse material e também desse *card*, *flyer* ou desse material de divulgação, para que a gente possa dar ampla repercussão ao evento.

O SR. JOÃO CAMILO JÚNIOR - Perfeito.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Conselheira Maria José.

A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA - Eu creio que já tinha sugerido isso na nossa reunião passada, mas que a gente pudesse fazer alguns convites dirigidos. Entre esses convites dirigidos, eu acho que o Conselho Nacional de Educação; como nós estamos no Distrito Federal e o seminário vai acontecer no Distrito Federal, eu acho que o Conselho de Educação do Distrito Federal, porque você tem uma dinâmica de Conselheiros que estão em contato com as questões da educação local; e, também pela questão da localidade, eu acho que a gente deveria se dirigir à Secretaria de Educação do Distrito Federal.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Ótimo!

Obrigada.

Nós já tínhamos incluído também, para a divulgação e para o convite, o Conselho de Secretários de Educação estaduais, o Consed, e também os representantes do MEC e de outros ministérios que estão de alguma forma olhando para a temática da educação midiática. Então, ótimo.

Mas eu acho que o importante mesmo é que a gente faça um barulho - usando aqui o jargão de comunicação -, que a gente realmente faça um barulho e que consiga trazer uma representatividade de público e de participantes e de discussão, até de pessoas que não possam estar presentes, mas que acompanhem remotamente. Hoje de manhã, na audiência pública, nós tivemos mais de 20 participações de pessoas, de cidadãos no Brasil inteiro; tinha pessoas de quase todos os estados. Então foi muito importante. Eu acho que essa abertura a gente precisa ter também, e dar bastante divulgação mesmo a esse tema. Então, mais algum Conselheiro gostaria de comentar, sugerir algum participante? Temos tempo. Precisamos começar a emitir os convites hoje - agora, já. (*Pausa.*)

Então, o.k.

Obrigada. Então, aqui não havendo mais sugestões, passo para...

Pois não.

A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA - Não é uma sugestão. É só para eu anotar, Conselheira e Presidenta. Desculpe-me, mas é Fábio...?

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Fábio Senne.

A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA - Senne?

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Com dois "n", isso. Ele é do CGI e Cetic, do...

A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA - O.k. Obrigada.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Imagine.

Bom, item 3 da pauta: proposta de realização...

Só uma palavra anterior: assim que a gente... Depois circulará no grupo a programação final aprovada e com os nomes, depois dessas alterações propostas.

Bom, item 3 da pauta: realização de audiência pública sobre regulação de serviços de *streaming*, feito pela Conselheira Sonia Santana. Na primeira reunião, de 2024, a Conselheira Sonia propôs a realização de audiência pública sobre a realização de serviços de *streaming*. A próxima data disponível é 6 de maio, na 4ª Reunião, de 2024.

Então, eu passo a palavra à Conselheira Sonia Santana, para apresentação da proposta.

A SRA. SONIA SANTANA - Muito boa tarde.

Muito obrigada pela palavra.

A intenção dessa audiência é realmente debater a regulação do *streaming*, que já está há bastante tempo sendo debatida em todas as esferas, e não se chega a um consenso. Existe um Relator, que é o Senador Eduardo Gomes, que seria de fundamental importância. Aliás, ele está relatando dois projetos que são caros à Casa também - ele também relata o projeto da inteligência artificial, que é outro ponto que também nos interessa muito como profissionais do audiovisual. Então, seria muito importante a gente trazer o Senador, principalmente, porque há uma série de pontos que não estão claros nessa luta de regulação, de busca dessa regulação, e há alguns mal-entendidos - vamos chamar assim -, principalmente em relação aos valores da Condecine. A Condecine é a taxa que sustenta o audiovisual, o Fundo Setorial do Audiovisual é mantido pela Condecine, da qual o Conselheiro Fabio aqui também é um grande apoiador e financiador também da taxa de Condecine, que vem das teles.

Então seria muito importante a gente realmente trazer isso aqui para a gente acelerar o processo de regulação. O Brasil está muito atrasado nesse processo, estamos perdendo espaço sem essa regulação e, principalmente, deixando de movimentar o fundo setorial, que é a base da Condecine - que usa a Condecine como base, ao contrário.

Então agradeço a oportunidade. Realmente gostaria de a gente fazer essa audiência nesse 6 de maio agora.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Eu acredito que realmente seja muito importante esse debate, a gente trazê-lo aqui para o Conselho.

Quero abrir a palavra, se todos os Conselheiros concordam com a sugestão. Em concordando, que a gente abra um prazo para a indicação de participantes, também convidando o Senador Eduardo Gomes, para que ele possa participar e falar também sobre esse projeto. Gostaria de consultar se algum Conselheiro quer se manifestar a respeito.

Conselheiro Fabio.

O SR. FABIO ANDRADE - Eu gostaria, primeiro, de parabenizar a Conselheira pela iniciativa. Eu gostaria de frisar que tão importante quanto o Senador Eduardo seria a gente convidar a Ancine, porque os projetos estão parados hoje, todos os projetos que tratam sobre o tema, porque estão aguardando uma posição da Ancine definindo o que é, como que ela vê cada setor, cada *player*, para ela definir, porque aí, em cima dessa morfologia de que ela vai falar, os projetos poderão seguir. E o Senador Eduardo está esperando essa resposta.

A SRA. SONIA SANTANA - Bom, também aproveitando, em cima da colocação do Conselheiro Fabio, a presença da Ancine é de fundamental importância porque, como a Condecine realmente é a base do fundo setorial, a gente também tem essa necessidade de entender a Ancine nesse momento.

E também existem diversos Parlamentares que também estão envolvidos, eles fazem... Para a gente é muito importante... Principalmente em um Congresso que não tem uma visão tão ampla da atividade do audiovisual, existe a frente parlamentar, que é composta de vários Deputados e vários Senadores também que colaboram com o apoio às entidades do audiovisual, que mantém uma luta constante aqui no Congresso, no Senado, em apoio, em defesa da Condecine. Também acho importante chamar o ator principal, que seria provavelmente uma Netflix, como outro lado, para poder entender o ponto de vista deles e por que a resistência em abrir, em contribuir. Já contribuem bastante com a qualidade do trabalho, com o movimento do trabalho audiovisual, mas tem muitas questões de direitos, muitas questões que são importantes para o setor debater. E seria de grande importância, um grande momento aqui poder trazer esse debate no alto nível que se teria aqui. Muito obrigada.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Está ótimo, Conselheira Sonia. Obrigada.

Eu acho que a gente já poderia fixar um prazo para encaminhamento de sugestão de nomes, para que a gente possa... Como é só em maio, a gente ainda tem um tempinho, mas eu acho que quanto antes a gente... Teremos feriado, teremos outras coisas; então, quanto antes a gente conseguir ter a lista de indicados, seria importante.

Então, acredito que até dia 30 de março a gente possa ter as indicações.

A SRA. SONIA SANTANA - Perfeito.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Maravilha.

Bom, há um item que eu queria trazer como proposta também para a reunião do dia 6 de maio. Eu já tinha comentado, na reunião passada, que dia 3 de maio é o Dia Mundial da Liberdade de Imprensa, é uma data comemorada mundialmente, liderada pela Unesco, e este ano o evento, a conferência do dia mundial será em Santiago do Chile, do dia 2 ao dia 4 de maio. E gostaria de propor como encaminhamento que o Conselho também pudesse fazer uma comemoração ou pelo menos uma lembrança da comemoração do Dia Mundial da Liberdade de Imprensa, uma conversa, um convite para representantes que possam trazer essa... representantes da Unesco ou também de outras entidades que possam trazer uma

perspectiva sobre a importância dessa data, principalmente para combater violência contra jornalistas, todos os tipos de ameaças que os jornalistas e a imprensa acabam sofrendo e têm sofrido ao longo do tempo.

Então, eu gostaria de propor, como teremos a audiência pública de *streaming* na parte da manhã, que nós tenhamos, já que na pauta do Conselho tem sobrado um pouco de tempo, das 2h às 5h, que a gente tenha, durante a reunião, um item da pauta com a participação de convidados que possam falar sobre a importância dessa data. Inclusive, seria importante que nós tivéssemos condições de localizar um Senador e um Deputado para chamá-los, a fim de reforçarmos trazendo Parlamentares para a comemoração dessa data que é tão importante para a nossa sociedade.

Então, coloco isso em discussão, também já solicitando indicação de nomes.

Todos estão de acordo com essa inclusão como item da nossa reunião ordinária de maio?

Conselheira Maria José.

A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA - Bom, corroborando a sugestão, acho que que é importante, é uma data que a Unesco fixou e que ainda está sendo consolidada no Brasil e no mundo. No Brasil, algumas entidades é que se encarregam de lembrar essa data. E aí, por isso, queria sugerir que a Fenaj estivesse entre os convidados, porque, efetivamente, é a entidade representativa da categoria dos jornalistas e faz um trabalho cotidiano de defesa da liberdade de imprensa, não só do ponto de vista do acompanhamento, monitoramento e denúncia dos casos de violações à liberdade de imprensa, mas também no debate público sobre a importância da liberdade de imprensa para a constituição da democracia.

Então, queria sugerir que a Fenaj estivesse entre as convidadas.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Está ótimo. Obrigada. Alguém mais?

Eu queria lembrar a Senadora Eliziane Gama, que é Presidente também da Comissão de Defesa da Democracia daqui do Senado. Seria uma Senadora importante para nós convidarmos. Devemos pensar também num Deputado, numa Deputada que possa trazer a voz e também em outras entidades que possam participar.

Então vou deixar também... Olha, acabei de falar da Senadora Eliziane Gama e você apareceu! (*Risos.*)

Muito bom. Bem-vindo, Conselheiro Davi.

Então, como é dia 6 de maio, vamos manter o mesmo prazo de indicação de participantes do dia 30 de março, além dos que já foram indicados aqui.

Conselheiro João, por favor.

O SR. JOÃO CAMILO JÚNIOR - Só pensando no Deputado. Talvez até lá, como é em maio ainda, a gente já tenha eleito o Presidente da Comissão de Comunicação de lá da Câmara. E eu acho que poderia ser um nome importante para gente falar a respeito da questão da liberdade de imprensa, mas também, para a gente falar sobre outros temas, fazer essa aproximação. Eu acho que pode ser um nome interessante.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Ótima sugestão, obrigada.

Lembro que essa era uma ideia que nós tivemos no final do ano passado, acho que na última reunião do ano passado, de termos uma maior interação com os Parlamentares; sempre que possível trazer Parlamentares, convidá-los para contarem a respeito das suas atividades, de projetos de lei que possam ter impacto na área da comunicação como um todo e que nós também possamos abrir esse canal de comunicação com Deputados e Senadores, Deputadas e Senadoras.

Então, com isso, fica aprovada, para a reunião do dia 6 de maio, na parte da manhã, a audiência pública sobre *streaming* e, na parte da tarde, durante a reunião ordinária, uma comemoração ao Dia Mundial da Liberdade de Imprensa, com alguns convidados.

Bom, encerrando esse item, está encerrada a ordem do dia da presente reunião.

O item dois... O item três é o relatório do andamento dos trabalhos das Comissões Temáticas.

Consulto se os membros das Comissões Temáticas de Publicidade e Propaganda - Conselheiro João Camilo, Maria José, Valderez Donzelli, Daniel Queiroz e eu; e de Liberdade de Expressão e de Imprensa, Conselheiros Maria José, Flavio Lara Resende e José Antônio, gostariam de se manifestar sobre o andamento dos trabalhos dos Colegiados. (*Pausa.*)

Ótimo.

Passando para o item seguinte, pergunto aos Conselheiros, agora, na Comunicação, se algum Conselheiro gostaria, de acordo com o art. 39, §6º, do inciso IV do nosso Regimento Interno, de fazer uso da palavra para comunicações diversas ou sugestões de pauta para as próximas reuniões.

Conselheira Sonia, por favor.

A SRA. SONIA SANTANA - Bom, são duas coisas.

Hoje está começando a Conferência Nacional de Cultura, que é um evento muito importante, que vai unir cerca de 3 mil profissionais da cultura do Brasil inteiro, buscando uma unidade em termos de um Plano Nacional de Cultura. Isso acontece hoje.

Para a próxima audiência, eu gostaria de já sugerir o tema novamente da inteligência artificial. Ela vem vindo num progresso. Existe uma Comissão provisória que está trabalhando e que pediu uma prorrogação. O próprio Senador Eduardo Gomes também é o Relator desta Comissão, e a inteligência artificial está caminhando de uma forma muito célere e precisa realmente envolver tanto o Conselho Superior do Cinema como também a Secretaria de Direitos Autorais, para gente começar a ter um olhar mais profundo. A gente não pode perder esse bonde que está passando. Ele vai virar um bonde, se nós não nos atentarmos à velocidade que essa inteligência está tomando. Então, eu gostaria de propor uma outra audiência pública sobre inteligência, trazendo o Senador e trazendo os que estão na relatoria desta Comissão provisória.

Seria importante também a gente entender que, nos pontos do projeto de lei do Senador Rodrigo Pacheco que fala da inteligência artificial, não tem menção ao audiovisual, não tem menção à cultura de forma geral. Eu não sei quem a gente poderia trazer para buscar esse olhar dentro da inteligência, que são setores que vão sofrer com essa... Vão sofrer ou vão ser felizes, não é? A gente não sabe exatamente o que pode acontecer daqui por diante. Também um representante do Ministério do Trabalho, para a gente ter uma visão um pouco maior do que pode acontecer, se ele já tem um pensamento a respeito de processos de trabalho que serão extintos, se tem uma visão macro do Governo do Estado - é realmente uma política de Estado aí - na preservação de trabalhos, na condição de sobrevivência de quem não puder realmente entrar dentro da inteligência artificial.

Então, é uma divisão de águas que a gente está tendo muito séria, isso é em nível mundial, e a gente precisa entender que boia nós vamos segurar para poder proteger seja o trabalhador, seja o conteúdo, sejam as artes em geral. Sabemos que todos seremos atingidos. Então, eu pediria um olhar para essa audiência pública.

Obrigada.

A SRA. PRESIDENTE (Patricia Blanco) - Obrigada, Conselheira.

Nós tínhamos ficado, inclusive, de retomar esse assunto mesmo. Fizemos a primeira audiência pública em junho... Foi em junho, não é? (*Pausa.*) Em junho do ano passado. Talvez fosse realmente o momento de retomarmos esse tema.

Eu gostaria de consultar se todos estão de acordo e, estando, a gente, então, deixaria pré-marcada para a audiência pública na reunião de junho, 3 de junho - 3 de junho. (*Pausa.*)

Isso. O.k.

Alguém mais gostaria de se pronunciar? (*Pausa.*)

Obrigada.

Bom, gostaria de consultar se alguma pessoa da sociedade civil presente à reunião gostaria de se manifestar. (*Pausa.*)

Não vejo... Não sei se temos participação *online* agora. (*Pausa.*)

Ah, já li de manhã. Fiquei tão feliz com aquele monte de pessoas participando de manhã que li tudo de uma vez.

Então, gostaria de agradecer a todos que mandaram as manifestações. Acho que são sempre muito pertinentes.

Com isso, eu gostaria de consultar se algum Conselheiro tem mais alguma informação. (*Pausa.*)

Atendidas as finalidades da pauta, declaro encerrados os trabalhos da 2ª Reunião, de 2024, do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional, já convocando a próxima reunião, que será o seminário sobre educação midiática, no dia 8 de abril - não será dia 1º, será na segunda semana de abril, dia 8 -, às 10h, no auditório que fica no Interlegis, ali do outro lado da rua.

Agradecendo a participação de todos, está encerrada a reunião.

Muito obrigada.

(Iniciada às 9 horas e 33 minutos, a reunião é encerrada às 14 horas e 52 minutos.)