

Maio/2024

Internet Society - Capítulo Brasil

**Remuneração de conteúdos  
jornalísticos por plataformas digitais**

**DOCUMENTO COMPARATIVO**

Proposta de substitutivo do PL 1354/2021 e PL 2370/2019 - Brasil

&

News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code (NMBC) - Austrália



**Internet Society**  
Capítulo Brasil

*Esse documento foi desenvolvido pelo Capítulo Brasileiro da Internet Society*

## **Pesquisadoras/es**

Juliana Fonteles da Silveira

Maria Eduarda Fonseca de Oliveira

Pedro de Perdigão Lana (coord.)

## **SUMÁRIO**

1. Introdução	3
2. Legislações sobre remuneração de jornalismo existentes	5
3. Mapa comparativo sintético	21
4. Conclusão	28
Anexo - Mapa comparativo textual	32

## 1. Introdução

A remuneração de jornalismo por plataformas digitais tem ocupado centralidade nas discussões globais sobre regulação de plataformas desde 2019 e, no Brasil, representou um impasse de disputas de forças e interesses no debate acerca do Projeto de Lei 2630/2020 (Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, que ficou popularmente conhecida como “Lei das Fake News”<sup>1</sup>), adicionando mais um ponto de atenção ao projeto, o que impactou fortemente sua tramitação. Antes de entrar no cerne deste relatório, é importante descrever brevemente o histórico legislativo da proposta de remuneração do jornalismo, pois isso ajuda a compreender o nível de controvérsia em torno da ideia e a etapa inicial dos debates em que ela se encontra, assim como a transformação de sua natureza à medida que ela foi se desenvolvendo e a variedade de atores e interesses envolvidos.

A discussão legislativa sobre remuneração do jornalismo pelas plataformas surge com maior intensidade no Poder Legislativo brasileiro a partir de 2020, por meio do então relator no Senado Federal do Projeto de Lei 2630/2020, Sen. Angelo Coronel<sup>2</sup> - que recuou da proposta pouco depois de aventá-la<sup>3</sup>.

Na Câmara de Deputados, o dispositivo foi reinserido no Projeto de Lei 2630/2020 em 2022, na proposta de substitutivo que estava sendo discutida com forte influência das eleições daquele ano<sup>4</sup>, passando a prever, no artigo 38, uma remuneração de conteúdo jornalístico pelos provedores de aplicação de internet, com natureza de direito autoral. Em 2023, na consolidação da redação que iria a votação no Plenário sob regime de urgência<sup>5</sup>, o dispositivo passou por importante alteração que separou a matéria sobre remuneração de jornalismo da remuneração de direitos autorais - respectivamente, os artigos 32 e 31 daquela redação.

Diante da instável base do governo no Legislativo e da forte campanha envolvendo diversos atores, especialmente os contrários ao Projeto de Lei 2630/2020 na forma que foi colocado em votação, observou-se um acordo político para “fatiar” o referido projeto. Essa separação decidiu por

---

<sup>1</sup> Brasil. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei 2630/2020. <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2256735>

<sup>2</sup> Associação Nacional de Jornais. (29.03.2021). *Senador defende remuneração de veículos de imprensa por empresas de internet*. <https://www.anj.org.br/senador-defende-remuneracao-de-veiculos-de-imprensa-por-empresas-de-internet/>

<sup>3</sup> Weterman, D. (30.06.2021). *Relator recua de propor remuneração de conteúdo no projeto das fake news*. Estadão. <https://www.estadao.com.br/politica/relator-recua-de-propor-remuneracao-de-conteudo-no-projeto-das-fake-news/>

<sup>4</sup> Brasil. Câmara dos Deputados. Substitutivo ao Projeto de Lei 2630/2020. <https://www.camara.leg.br/midias/file/2022/03/fake.pdf>

<sup>5</sup> Brasil. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei 2630/2020. Parecer Preliminar de Plenário 1. <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2358879>

enviar esses dois dispositivos, que por si só já eram altamente controversos e que tinham um propósito bastante distinto do resto da proposta, para o Projeto de Lei 2370/2019, na forma de diferentes substitutivos que circularam a partir de Maio<sup>6</sup> de 2023.

O Projeto de Lei 2370/2019 tinha originalmente como escopo uma reforma ampla da Lei de Direitos Autorais; no entanto, o texto atual tem como foco apenas a remuneração de titulares de direitos autorais e empresas de jornalismo na Internet, excluindo de seu escopo outras discussões sobre direito do autor levadas a cabo na última década<sup>7</sup>. O texto parece ter se consolidado, até o presente momento e ainda passível de alterações na próxima rodada de negociações no Congresso sobre a regulação de plataforma, na versão oficialmente proposta ao Plenário pelo relator deputado Elmar Nascimento em 12 de Agosto de 2023<sup>8</sup>, marcada por um modelo de negociação direta, que optava pela arbitragem ou mediação em caso de descumprimento das obrigações de pagamento. No entanto, diversos conflitos entre os atores diretamente interessados, especialmente no campo do direito autoral, paralisaram a tramitação do projeto.

Isso fez com que a discussão fosse transposta, também na forma de um substitutivo apresentado em 25/09/2023, para outro Projeto de Lei que alterava o Marco Civil e instituíam obrigações de remuneração de conteúdo jornalístico para as plataformas: o Projeto de Lei 1354/2021, de autoria original do deputado Denis Bezerra, com relatoria na Comissão de Comunicação do dep. Gervásio Maia<sup>9</sup>. No Projeto de Lei 1354/2021, optou-se por excluir os trechos sobre remuneração de artistas e questões referentes à discussão sobre publicidade, com o propósito de, possivelmente, simplificar a agenda na tentativa de favorecer a aprovação, incorporando integralmente o modelo de negociação direta instituído pelo Projeto de Lei 2370/2019.

No entanto, após pressão e críticas das entidades e indivíduos do campo dos direitos autorais que tinham sido excluídos dessa nova proposta, o projeto acabou sendo retirado de pauta para ajustes antes do PL 1354/2021 ser colocado para discussão, e não ocorreram novos andamentos relevantes desde então.

---

<sup>6</sup> Coalizão Direitos na Rede. Por uma Lei de Direitos Autorais que afirme direitos digitais, pluralismo e democracia. Coalizão Direitos Na Rede. 05.12.2023.

<https://direitosnarede.org.br/2023/05/31/por-uma-lei-de-direitos-autorais-que-afirme-direitos-digitais-pluralismo-e-democracia/>

<sup>7</sup> Brasil. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei 2370/2019. <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2198534>

<sup>8</sup> Brasil. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei 2370/2019.

<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2378860>

<sup>9</sup> Brasil. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei 1354/2021. <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2277800>

Ambos os Projetos de Lei parecem ter perdido tração no Congresso e no Poder Executivo em 2024, com dificuldades para alcançar consensos entre as partes envolvidas e a aproximação do período eleitoral. Porém, a discussão sobre remuneração do jornalismo continua nesses poderes e, indiretamente, perpassa também outras discussões legislativas, como a de remuneração de conteúdos em razão do seu uso para treinamento de tecnologias de Inteligência Artificial que existe no Projeto de Lei 2338/2023.

## 2. Legislações sobre remuneração de jornalismo existentes

Embora existam diferentes modelos e discussões sobre a remuneração do jornalismo pelas plataformas sendo implementados ou propostos pelo mundo, dois deles assumiram destaque como principal base para elaboração das outras propostas domésticas. Trata-se do modelo da Austrália e da União Europeia, resumidos a seguir.

### 2.1. Austrália: News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code

O “News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code” (NMBC), que disciplina a remuneração de veículos jornalísticos pela disponibilização de conteúdo noticioso por plataformas digitais na Austrália, está em vigor desde março de 2021. A legislação é uma das pioneiras no debate global de regulação de plataformas digitais, diferenciando-se estruturalmente da opção pelos direitos autorais que a antecederam, e busca endereçar as assimetrias de poder de mercado entre as grandes empresas de tecnologia e as empresas de mídia<sup>10</sup>.

Convém notar que tal debate no país se insere em um contexto semelhante ao brasileiro no que se refere à indústria jornalística. Assim como no Brasil, a indústria é marcada pela concentração de empresas de mídia, com baixa diversidade de atores entre os mais consumidos pelo público, notadamente quatro empresas, que são proprietárias de 90% dos jornais na Austrália<sup>11</sup>. Não à toa, os grandes grupos de mídia representaram uma força relevante neste debate e conduziram forte engajamento em termos econômicos e de campanhas de comunicação<sup>12</sup>. A rejeição de se

---

<sup>10</sup> Australian Communications and Media Authority. News media bargaining code. <https://www.acma.gov.au/news-media-bargaining-code#our-role>

<sup>11</sup> Neilson, T., & Heylen, K. (2023). Journalism unions and digital platform regulation: a critical discourse analysis of submissions to Australia’s News Media Bargaining Code. *Media International Australia*.

<sup>12</sup> Meese, J., & Hurcombe, E. (2022). Global Platforms and Local Networks: An institutional account of the Australian news media bargaining Code. In *Palgrave global media policy and business* (pp. 151–172).

estabelecer uma regulação específica para o setor midiático também é característica desse setor no país e elemento de aproximação ao cenário brasileiro.

Tal contexto nos compele a uma análise comparativa da proposta brasileira com o NMBC, uma vez que a semelhança de interesses, demandas e atores envolvidos e diferentes pressões ou capital político que esses atores exercem podem elucidar potenciais efeitos na proposta final brasileira, a partir de um espelhamento crítico da influência desses elementos na regulação australiana, sem desconsiderar, contudo, as limitações comparativas decorrentes de incontestáveis diferenças sociais, jurídicas e institucionais.

Ressalta-se que o NMBC tem natureza eminentemente concorrencial e determina que o pagamento pela veiculação de conteúdos jornalísticos deve ser realizado segundo os critérios estabelecidos livremente entre as partes, em acordos individuais ou coletivos, de modo que o cálculo do valor pago aos veículos não observa uma regra geral fixada em lei.

Para se submeterem a tal diploma legal, as plataformas digitais devem ser designadas pelo Ministro (“Treasurer”), que considerará eventual desequilíbrio no poder de negociação entre tais plataformas e as empresas jornalísticas. Além de possíveis contribuições efetivas das plataformas para o setor de notícias australiano (Section 52E). Quanto às empresas jornalísticas, para que sejam contempladas pelo Código, devem ser registradas pela ACMA (“Australian Communications and Media Authority”), cumprindo requisitos relativos à conteúdo, audiência, padrões profissionais e, nos casos de veículos jornalísticos atrelados a corporações, receitas auferidas (Section 52G, 52M, 52N, 52O e 52P). Em relação ao conteúdo, as notícias devem tratar de eventos capazes de engajar os australianos no debate público e informar a tomada de decisão democrática ou de temas de relevância pública. O código determina que a o valor da remuneração deverá considerar a quantidade de conteúdo de tal caráter criado pela empresa, a frequência com que a empresa cria este tipo de conteúdo e o grau de destaque atribuído a este conteúdo comparado ao grau de destaque de demais conteúdos produzidos pela empresa. Considera-se também a predominância da empresa na Austrália e de seu propósito de servir o público australiano, os padrões de profissionalismo avaliados de acordo com os códigos setoriais, bem como a independência editorial. Além disso, a empresa jornalística deve ter uma receita mínima anual de AUS\$ 150.000. Tais critérios também podem ser observados na proposta brasileira do Projeto de Lei 1354/2021, que determina, em seu art. 21-B, que o volume do conteúdo, audiência dos conteúdos jornalísticos e o investimento em jornalismo serão considerados nos acordos.

A legislação australiana explicita que as plataformas não poderão exercer qualquer tipo de diferenciação entre empresas jornalísticas - sejam elas parte de acordo com as plataformas ou não - quanto ao oferecimento dos serviços de busca, indexação, disponibilidade e distribuição.

Ainda, a regulação busca enfrentar potenciais arbitrariedades e ingerências das plataformas sobre a distribuição de notícias mediante o uso de algoritmos. O código australiano enfoca-se na transparência e *accountability* de eventual alteração nos algoritmos e determina que tais alterações e aquelas que impactam o tráfego para o conteúdo noticioso devem ser notificadas às empresas de notícias pelas plataformas digitais em 28 dias. No caso de alterações que impactam conteúdos de assuntos públicos urgentes, a notificação deve ser realizada em até 48 horas. Ademais, a legislação cria obrigações de informação para as plataformas designadas, que devem informar a respeito da interação de seus usuários com os conteúdos noticiosos (Section 52R). Isto permite que as empresas de notícias tenham conhecimento sobre sua audiência, possibilitando que moderem seu poder de barganha nos acordos com as empresas de plataformas digitais, o que tem sido uma demanda central das empresas de mídia neste debate. Por outro lado, a transparência não é regra no que diz respeito aos termos dos acordos firmados entre plataformas e empresas jornalísticas, que são resguardados pela confidencialidade.

Da mesma forma que prevê o Projeto de Lei 2370/2019 e o 1354/2021, adota-se o modelo de resolução de conflitos por composição e oferta à preço final, de modo que a inobservância de suas cláusulas deve ser submetida à mediação e a um painel de árbitros designados no âmbito de atuação da ACMA (“Australian Communications and Media Authority”), que indicará o mediador responsável (Section 52ZIA). Caso as partes não consigam celebrar acordos quanto à remuneração em sede de mediação, um painel arbitral fixará valores válidos pelo prazo de 2 (dois) anos a partir das ofertas a preço fixo realizadas por cada uma das partes .

Apesar dos 36 acordos firmados entre Google e Meta e empresas australianas que somam AU\$200 milhões<sup>13</sup>, cumprindo em tese o objetivo de fortalecer o jornalismo no país, o modelo adotado não é isento de críticas. Dentre essas críticas, destacam-se as que apontam que o Código (i) adota definições e critérios de empresas de mídia e conteúdo noticioso que não comportam a diversidade do ecossistema de mídia e deixam de fora pequenas empresas e trabalhadores autônomos, a exemplo do critério de receita anual e de conteúdo; (ii) cria uma assimetria de poder

---

<sup>13</sup> Treasury. (01.12.2022). News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code - The Code’s first year of operation | Treasury.gov.au. <https://treasury.gov.au/publication/p2022-343549>

econômico entre empresas de jornalismo dentro do setor e reforça a concentração do setor, deixando as empresas que não são beneficiadas pelos acordos em desvantagem competitiva em relação às empresas remuneradas neste âmbito; (iii) não estabelece deveres de transparência quanto ao conteúdo dos contratos, o que têm abrido margem para a imposição de custos adicionais às empresas de notícias e remunerações desproporcionais entre distintos meios, desfavorecendo empresas menores<sup>14</sup>; (iv) falha em criar outros mecanismos mais amplos de financiamento do jornalismo, como fundos públicos.

Em sua avaliação sobre o primeiro ano de efeitos da regulação, o ministério responsável pela regulação (“Treasurer”) reconhece tais críticas e rechaça seu efeito sobre o sucesso da regulação. O órgão argumenta que o código “não foi concebido para redistribuir recursos entre o setor de mídia ou para garantir que todas as empresas noticiosas recebam financiamento, mas sim para abordar os desequilíbrios de poder de negociação, de modo a garantir que as empresas de notícias recebam uma remuneração justa das plataformas digitais pelo valor que o seu conteúdo gera”<sup>15</sup>, embora a autoridade concorrencial afirme que o endereçamento de tais desequilíbrios de poder é essencial para apoiar a sustentabilidade do jornalismo<sup>16</sup> e o texto da lei considere entre seus critérios para impor obrigações de pagamento às plataformas a contribuição à sustentabilidade do jornalismo (52E(3) (b)). A avaliação do regulador parece sinalizar, portanto, que os problemas históricos da indústria de mídia, relacionados ao apoio às pequenas empresas, a distribuição de recursos no setor e o investimento em jornalismo de interesse público não serão necessariamente afetados porque extrapola os objetivos da legislação, o que parece dissociar-se da discussão regulatória ao longo do

---

<sup>14</sup> Lee, K., & Sacha M.. (2021). The Australian News Media Bargaining Code: Lessons for the UK, EU, and beyond. *Journal of Media Law*, 13(1): 36–53. Ver também Bossio, D., & Belinda B. (2023). The News Media Bargaining Code: Impacts on Australian journalism one year on. *Policy & Internet* 15(4), 611-626; Dwyer, T. & Flew, T. & Wilding, D. (2023). Where to next with Australia’s News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code?. *Communications*, 48(3).

<sup>15</sup> Treasury. (01.12.2022). News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code - The Code’s first year of operation | Treasury.gov.au. <https://treasury.gov.au/publication/p2022-343549>

<sup>16</sup> Australian Competition and Consumer Commission. (02.05.2021). *News media bargaining code*. <https://www.accc.gov.au/by-industry/digital-platforms-and-services/news-media-bargaining-code/news-media-bargainin-g-code>



processo legislativo, bem como do debate realizado por setores acadêmicos<sup>17</sup>, da sociedade civil<sup>18</sup> e de pequenos grupos de mídia<sup>19</sup>.

## 2.2 União Europeia - Diretiva (UE) 2019/790 sobre direitos de autor e direitos conexos no mercado único digital

Na Europa, a temática reveste-se de natureza de direito autoral. No continente, embates entre empresas jornalísticas e plataformas digitais remontam aos meados dos anos 2000, com destaque ao ano de 2006 quando, na Bélgica, a associação Copiepresse processou o Google por supostas violações a direitos autorais, após o lançamento do serviço “Google News” no país<sup>20</sup>. A questão foi introduzida no cenário legislativo apenas em 2013, na Alemanha, quando, com a alteração da Lei de Direitos Autorais nacional, o país passou a atribuir direitos conexos a editores jornalísticos, deixando de lado, enquanto fatos ensejadores de remuneração, os links e os excertos de notícias<sup>21</sup>.

Em 2014, a matéria também avançou na Espanha. O parlamento espanhol estabeleceu que as plataformas digitais que compartilhassem links ou trechos de notícias provenientes de veículos jornalísticos deveriam remunerar a “Asociación de Editores de Diarios Españoles”. Esta entidade ficaria responsável por distribuir o montante arrecadado aos respectivos editores. A celebração de acordos privados era vedada e todos os atores deveriam ser submetidos à estrutura de gestão coletiva<sup>22</sup>. Diante dessa normativa, o Google encerrou os serviços de agregação de notícias no país por 7 (sete) anos, retornando em 2022<sup>23</sup>, quando ocorreu a internalização da Diretiva 2019/790 relativa aos direitos de autor e direitos conexos no mercado único digital pela Espanha.

<sup>17</sup> Bossio, D., & Barnet, B. (2023). The News Media Bargaining Code: Impacts on Australian journalism one year on. *Policy & Internet*, 15(4), 611–626. <https://doi.org/10.1002/poi3.361>

<sup>18</sup> Digital Rights Watch. (28.01.2021) *Submission: News Media Bargaining Code*.

<https://digitalrightswatch.org.au/2021/01/28/submission-news-media-bargaining-code/>

<sup>19</sup> Lee, K., & Molitorisz, S. (2021). The Australian News Media Bargaining Code: lessons for the UK, EU and beyond. *Journal of Media Law*, 13(1), 36–53. <https://doi.org/10.1080/17577632.2021.1963585>

<sup>20</sup> Copiepresse. Google. <https://www.copiepresse.be/judiciaire.php?classement=03>

<sup>21</sup> Von Bülow, M. (2023). *Remuneração do jornalismo pelas plataformas digitais*, Câmara de Conteudos e Bens Culturais, CGI.br, p. 33.

[https://cgi.br/media/docs/publicacoes/1/20230517100031/Estudo\\_Remuneracao\\_Jornalismo\\_pelas\\_Plataformas\\_Digitais.pdf](https://cgi.br/media/docs/publicacoes/1/20230517100031/Estudo_Remuneracao_Jornalismo_pelas_Plataformas_Digitais.pdf)

<sup>22</sup> Calzada, J., & Gil, R. (2020). What Do News Aggregators Do? Evidence from Google News in Spain and Germany. *Marketing Science*, 39(1), 134–167.

<sup>23</sup> Clemares, F. (03.11.2021). *Google News to return to Spain*. Google. <https://blog.google/around-the-globe/google-europe/google-news-in-spain>

A referida Diretiva, datada de 2019, incorporou a questão da remuneração de conteúdos jornalísticos por plataformas digitais ao direito comunitário. Tal diploma legal estabelece que deve ser atribuído a editores de veículos de imprensa estabelecidos nos Estados-Membro o direito de autorizar e proibir a reprodução e comunicação ao público, quando da utilização online das suas publicações por “prestadores de serviços da sociedade da informação”, isto é, qualquer serviço prestado normalmente por remuneração, à distância, por via eletrônica e sob demanda dos destinatários (Artigo 15). Os direitos expiram dois anos após a publicação na imprensa (contado a partir de 1 de janeiro do ano seguinte à data da publicação). A regra não se aplica à: (a) utilização privada ou não comercial de publicações na imprensa por usuários individuais; (b) hiperlinks; (c) utilização de extratos muito curtos de publicações de imprensa<sup>24</sup>. Diversos países do bloco não cumpriram o prazo de transposição da diretiva em 2021, conforme determina o seu Artigo 29, fazendo com que, no início de 2023, a Comissão Europeia entrasse com um requerimento no Tribunal de Justiça da União Europeia (TJUE) pelo descumprimento da obrigação de transposição.

O primeiro país a incorporar tais normas ao direito interno foi a França, onde o tema foi levado ao escrutínio da “Autorité de la Concurrence” por associações representantes de empresas jornalísticas francesas, que denunciavam práticas de abuso de posição dominante por parte do Google. Em resposta à internalização da Diretiva na legislação nacional, a plataforma digital optou por deixar de apresentar excertos de artigos, fotografias e vídeos em seus serviços na França, salvo se os editores lhe concedessem licenças gratuitas. Em 2020, a autoridade concorrencial julgou procedente as demandas das empresas jornalísticas, estabelecendo que a *big tech* fosse obrigada a negociar de boa-fé valores de remuneração pela utilização de conteúdos jornalísticos<sup>25</sup>. Em 2021, a empresa foi então multada em 500 milhões de euros, devido ao descumprimento das determinações de 2020<sup>26</sup>. Visando a ajustar sua conduta, o Google se propôs a negociar valores com

---

<sup>24</sup> Parlamento Europeu. Diretiva (UE) 2019/790 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de abril de 2019, relativa aos direitos de autor e direitos conexos no mercado único digital e que altera as Diretivas 96/9/CE e 2001/29/CE.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A32019L0790>

<sup>25</sup> França. (09.04.2020). *Décision 20-MC-01 du 09 avril 2020*. Autorité De La Concurrence.

<https://www.autoritedelaconcurrence.fr/fr/decision/relative-des-demandes-de-mesures-conservatoires-presentees-pour-le-syndicat-des-editeurs-de>

<sup>26</sup> França. *Communiqués de presse | Autorité de la concurrence*.

<https://www.autoritedelaconcurrence.fr/fr/communiqués-de-presse/remuneration%20des-droits-voisins-lautorite-sanctionne-google-hauteur-de-500>

mídias jornalísticas do país e arcar com as despesas relativas a procedimentos arbitrais privados, caso as partes não acordassem<sup>27</sup>.

O modelo adotado na União Europeia é centrado na atribuição de direitos a editores de veículos de imprensa relativos a autorizar e proibir a reprodução e comunicação ao público de seus conteúdos por parte de plataformas digitais, em uma forma assemelhada ao funcionamento dos direitos exclusivos autorais, ainda que seja questionável se esse direito conexo tenha de fato uma natureza de proteção de obras intelectuais<sup>28</sup>. Diferentemente da Austrália, cujo foco da regulação está no desequilíbrio do poder de barganha desses atores, o tema na União Europeia é baseado nas formas de utilização de materiais jornalísticos, buscando aumentar o controle de editores sobre os materiais que produzem (e, conseqüentemente, a possibilidade de ser remunerado por eles).

### 2.3 Outros modelos emergentes

Para além dos dois grandes modelos fundamentais da Austrália (de natureza concorrencial) e da União Europeia (de natureza jusautorais), algumas outras propostas ganharam destaques nas discussões sobre a remuneração de jornalismo por plataformas digitais. Os motivos dessa proeminência variam, podendo estar relacionados à importância econômica do país, aspectos inovadores (inclusive com tentativas de correções de aspectos criticados nos dois modelos mais conhecidos), reações das empresas de tecnologia, pioneirismo na região, dentre outros.

#### 2.3.1 Canadá

Em abril de 2022, foi apresentado no Congresso canadense (mais especificamente, na “House of Commons”) o “Bill C-18”, referente ao “Online News Act”, projeto de lei que visava sanar desequilíbrios nas dinâmicas entre plataformas digitais e empresas jornalísticas<sup>29</sup>. A proposta era deliberadamente inspirada na legislação australiana e estipulava a obrigatoriedade de negociação

---

<sup>27</sup> França. (15.12.2021). *Dans le cadre de l’instruction au fond du dossier sur les droits voisins, Google propose des engagements. L’Autorité les soumet à consultation publique* | Autorité de la concurrence.. Autorité De La Concurrence. <https://www.autoritedelaconcurrence.fr/fr/communiqués-de-presse/dans-le-cadre-de-l-instruction-au-fond-du-dossier-sur-les-droits-voisins>

<sup>28</sup> Moscon, V. (2019), Neighbouring Rights: In Search of a Dogmatic Foundation. The Press Publishers’ Case. In: T. Pihlajarinne, J. T. Vesala, O. Honkkila (eds.), *Online Distribution of Content*, Cheltenham, Elgar, pp. 40-61

<sup>29</sup> Canada. *Legislative Summary for Bill C-18, Online News Act*. (n.d.). [https://lop.parl.ca/sites/PublicWebsite/default/en\\_CA/ResearchPublications/LegislativeSummaries/441C18E](https://lop.parl.ca/sites/PublicWebsite/default/en_CA/ResearchPublications/LegislativeSummaries/441C18E)

entre empresas jornalísticas e plataformas digitais<sup>30</sup>. O processo legislativo foi conturbado e alvo de outros tipos de críticas, inclusive referentes à possível fragmentação da Internet<sup>31</sup>.

O projeto de lei foi aprovado em junho de 2023. Em face ao novo conjunto de disposições, a Meta — empresa controladora das redes sociais “Facebook” e “Instagram” — bloqueou o acesso e compartilhamento de conteúdos jornalísticos em suas estruturas. O ministro canadense Pascale St-Onge chamou a medida de “irresponsável”<sup>32</sup>. A controvérsia recebeu ainda mais holofotes quando vítimas de incêndios florestais na remota cidade de Yellowknife, ao norte, queixaram-se de que a proibição dificultava o compartilhamento dados importantes sobre a tragédia ambiental<sup>33</sup>. A decisão afetou especialmente pequenos produtores de notícias, que tinham grande parte da audiência proveniente dessas redes sociais<sup>34</sup>. Com o aumento das tensões, o governo canadense se comprometeu a especificar, em regulamento, exceções na aplicação da lei para as plataformas digitais que colaborassem voluntariamente com o setor de notícias canadense, buscando um caminho de maior alinhamento a solicitações feitas pelas grandes empresas de tecnologia<sup>35</sup>.

Logo antes do prazo de entrada em vigor da legislação e sua regulamentação em dezembro de 2023, após *vacatio legis* de 180 (cento e oitenta) dias<sup>36</sup>, a Google, que tinha também afirmado que não mais prestaria serviços de notícias no país, chegou a um acordo com o governo canadense,

---

<sup>30</sup> Canada. (30.03.2023). *Questions & Answers on the Online News Act*.

<https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/corporate/transparency/open-government/standing-committee/pablo-rodriquez-bill-c18/questions-answers.html>

<sup>31</sup> Sullivan, A., Campbell, N. (30.03.2023). *Internet Impact Brief: How Canada’s Online News Act will harm the internet*. Internet Society.

<https://www.internetsociety.org/resources/doc/2023/internet-impact-brief-how-canadas-online-news-act-will-harm-the-internet-restricting-innovation-security-and-growth-of-the-digital-economy>

<sup>32</sup> Reuters. (01.08.2023). *Meta starts blocking news in Canada over law on paying publishers*.

<https://www.reuters.com/technology/meta-starts-process-end-news-availability-canada-2023-08-01>

<sup>33</sup> Ljunggren, D. (18.08.2023). *Canada demands Meta lift news ban to allow wildfire info sharing*. Reuters.

<https://www.reuters.com/technology/canada-demands-meta-lift-ban-news-allow-fires-info-be-shared-2023-08-18>

<sup>34</sup> Kahn, G. *In Canada’s battle with Big Tech, smaller publishers are caught in the crossfire*. Reuters Institute for the Study of Journalism. (07. 11.2023).

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/canadas-battle-big-tech-smaller-publishers-are-caught-crossfire>

<sup>35</sup> Por ex., Walker, K. (29.06.2023). *An update on Canada’s Bill C-18 and our Search and News products*. Google.

<https://blog.google/intl/en-ca/company-news/outreach-initiatives/an-update-on-canadas-bill-c-18-and-our-search-and-news-products/>

<sup>36</sup> Canadian Heritage. (10/07/2023). *The Online News Act: next steps*. Canada.ca.

<https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/news/2023/07/the-online-news-act-next-steps.html>

pagando 100 milhões de dólares canadense anuais a um único meio que representaria todos os veículos jornalísticos legalmente habilitados a receber a remuneração no Canadá<sup>37</sup>.

O Online News Act dispõe que as plataformas digitais (“digital news intermediaries”, nos termos da lei) serão submetidas ao regramento caso cumpram requisitos referentes a tamanho e poder de mercado. Em sede de regulamentação, foi definido que as plataformas digitais contempladas são (i) mecanismos de busca que, durante o ano anterior, tiveram média de pelo menos 20 milhões de visitantes únicos por mês no Canadá e (ii) serviços de redes sociais que, durante o ano anterior, tiveram média de pelo menos 20 milhões de usuários ativos por mês no Canadá. Além disso, as receitas totais do ano anterior devem ser superiores a 1 bilhão de dólares (Section 6 da Lei c/c Section 2 da Regulamentação<sup>38</sup>). A *Canadian Radio-television and Telecommunications Commission* (“CRTC”) deve manter atualizada a lista desses atores (Section 8 da Lei).

As empresas jornalísticas elegíveis à remuneração são aquelas que (i) operam no Canadá; (ii) regularmente empregam dois ou mais jornalistas; (iii) são membros de alguma associação jornalística, seguem códigos de ética de alguma dessas associações ou mantêm seu próprio código de ética, incluindo princípios da atividade jornalística como independência e rigor; e (iv) produzem conteúdo jornalístico de interesse público, focado principalmente em eventos da atualidade, incluindo cobertura de instituições e processos democráticos. Ao designar a elegibilidade, a lei também remete às definições presentes na “Income Tax Act” (“qualified Canadian journalism organization”) e no “Broadcasting Act” (“campus station”, “community station” ou “native station”). São excluídas as empresas cujo conteúdo é centrado em temáticas como esportes, lazer, artes, estilo de vida ou entretenimento. Além disso, veículos de notícias operados por povos indígenas são explicitamente indicados como passíveis de serem contemplados pela lei (Section 27 da Lei).

Em consonância com o Código australiano, o processo de barganha canadense consiste em sessões de negociações entre plataformas digitais e empresas jornalísticas por um período de até 90 dias. Em seguida, caso acordos não sejam firmados, ocorrem sessões de mediação por até 120 dias. Caso as partes ainda não sejam capazes de chegar a um consenso, e pelo menos uma delas

---

<sup>37</sup> Reuters (29.11.2023). *Google chega a acordo com Canadá e pagará R\$ 360 milhões por ano a empresas jornalísticas do país*. G1 Tecnologia.

<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2023/11/29/google-chega-a-acordo-com-canada-e-pagara-r-360-milhoes-por-ano-a-empresas-jornalisticas-do-pais.ghtml>

<sup>38</sup> Canada. (15.12.2023). Online News Act Application and Exemption Regulations.

<https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/SOR-2023-276/page-1.html#h-1434394>

tenha interesse, dá-se início ao processo de arbitragem por ofertas finais com prazo de 45 dias (Section 19 da Lei).

No entanto, caso as plataformas digitais celebrem acordos privados satisfatórios com empresas jornalísticas, ainda que cumpram os requisitos legais, poderão ser excepcionadas do escopo de aplicação da lei. Para tal, a Comissão deve entender que os acordos firmados (i) fornecem compensação justa às empresas jornalísticas; (ii) garantem que as verbas sejam utilizadas para auxiliar a produção de conteúdo jornalístico local, regional e nacional - sendo parte delas destinadas a produtores locais independentes; (iii) salvaguardam a liberdade de imprensa, proibindo qualquer tipo de influência editorial; e (iv) atentam à diversidade, tanto social quanto linguística (Section 11 da Lei). Em sede de regulamentação, foi determinado que, antes de solicitar a exceção, as plataformas digitais devem abrir uma chamada pública pelo período mínimo de 60 dias e, em seguida, publicar em seus *websites* a lista de empresas que responderam à chamada (Section 4 da Regulamentação).

### 2.3.2 Estados Unidos

Nos Estados Unidos, tramitam dois projetos de lei sobre o tema: (i) o Journalism Competition and Preservation Act (“JCPA”), a nível federal, introduzido no Congresso Nacional em 2021<sup>39</sup> e (ii) o California Journalism Preservation Act (“CJPA”), a nível estadual, apresentado à Assembleia da Califórnia em 2023<sup>40</sup>.

Com inspiração australiana, o JCPA é apoiado por congressistas bipartidários e visa a promover negociações coletivas entre plataformas digitais e empresas jornalísticas em conformidade com leis federais antitruste. Uma vez em vigor, seria exigido que o Government Accountability Office (“GAO”) analisasse os impactos da legislação no curso de cinco anos. A lei automaticamente perderia os efeitos dentro de seis anos da publicação<sup>41</sup>. O CJPA, por sua vez, determina que certas plataformas digitais negociem o pagamento de taxas (“fees”) a organizações

---

<sup>39</sup> United States. S.673 - Journalism Competition and Preservation Act of 2022.

<https://www.congress.gov/bill/117th-congress/senate-bill/673/all-actions>

<sup>40</sup> California. AB-886 California Journalism Preservation Act. Legislative Counsel’s Digest. 03.07.2023.

[https://leginfo.legislature.ca.gov/faces/billTextClient.xhtml?bill\\_id=202320240AB886](https://leginfo.legislature.ca.gov/faces/billTextClient.xhtml?bill_id=202320240AB886)

<sup>41</sup> United States. (09.08.2023). Congressional Budget Office. S. 1094, Journalism Competition and Preservation Act of 2023.

<https://www.cbo.gov/publication/59467>

jornalísticas para compensar os usos de seus conteúdos por plataformas digitais<sup>42</sup>. O projeto foi aprovado na Assembleia e atualmente tramita no Senado estadual.

### 2.3.3 As investigações na África do Sul

No continente africano, destaca-se o inquérito instaurado pela Comissão de Concorrência (em inglês, "Competition Commission") da África do Sul - Media and Digital Platforms Market Inquiry ("MDPMI") - em março de 2023 para investigar potenciais características de mercado de plataformas digitais na distribuição de conteúdos de meios de comunicação que possam impedir, distorcer ou restringir a concorrência e causar implicações adversas para o setor dos meios de comunicação da África do Sul. A investigação busca avaliar se a concorrência na distribuição, exibição e monetização de conteúdo noticioso online entre organizações de mídia é distorcida por funções como resultados pagos ou otimização de ferramentas de busca. O inquérito segue a esteira do movimento regulatório global em matéria de plataformas digitais e das autoridades concorrenciais a respeito da compensação de veículos de mídia pelo uso de seu conteúdo para gerar receitas de anúncios.

De acordo com a Comissão de Concorrência, o inquérito busca avaliar, ainda, a dependência dos veículos de notícias no tráfego das plataformas digitais e a possível assimetria de poder de barganha entre esses agentes no mercado, bem como a falta de disponibilidade de dados a respeito do uso de algoritmos na distribuição de conteúdo noticioso, o que pode dificultar que os veículos analisem a interação da audiência com seu conteúdo<sup>43</sup>. Além de investigar plataformas de redes sociais, ferramentas de busca, agregadores de notícias, ferramentas de anúncios e plataformas de compartilhamento de vídeos, a Comissão incluiu a Open AI na investigação para compreender como a inteligência artificial generativa utiliza conteúdos de notícias para gerar resultados.

A investigação tem previsão de duração de 18 meses e estabelece em seu escopo que irá determinar medidas necessárias para endereçar eventuais efeitos adversos na concorrência. Neste sentido, algumas associações de jornalismo do país têm defendido que as plataformas compensem os veículos de mídia por conteúdo noticioso e que o governo adote medidas para apoiar novos participantes no setor dos meios de comunicação social e nas indústrias tecnológicas, melhorando o

---

<sup>42</sup> California. (25.04.2023). Assembly Committee On Privacy And Consumer Protection. Assembly Bill Policy Committee Analysis.

[https://apcp.assembly.ca.gov/sites/privacypcp.assembly.ca.gov/files/AB%20886%20\(Wicks\)%20APCP%20analysis.pdf](https://apcp.assembly.ca.gov/sites/privacypcp.assembly.ca.gov/files/AB%20886%20(Wicks)%20APCP%20analysis.pdf)

<sup>43</sup> Competition Commission South Africa. Media and Digital Platforms Market Inquiry.

<https://www.compcom.co.za/media-and-digital-platforms-market-inquiry/>

seu acesso ao capital e às capacidades tecnológicas, de modo a proporcionar um ambiente de conteúdos mais pluralista e diversificado para a África do Sul<sup>44</sup>. Vale ressaltar que, embora exista um modelo de taxação das plataformas digitais neste país, seu propósito não é apoiar a indústria de mídia<sup>45</sup>.

### 2.3.4 Indonésia

Na Ásia, após três anos de discussão, o governo indonésio editou o Decreto Presidencial 32/2024, em 20 de fevereiro de 2024, acerca dos direitos dos editores para regular a responsabilidade de plataformas digitais de apoiar o jornalismo de qualidade (em inglês, “Regulation on the Responsibilities of Digital Platform Companies to Support Quality Journalism” ou “Presidential Regulation on Publisher Rights”)<sup>46</sup>. A proposta é justificada pelas autoridades como mecanismo para corrigir as assimetrias nas receitas plataformas digitais e veículos de mídia no mercado de anúncios, uma vez que os produtores de notícias estariam submetidos a um lucro desproporcionalmente reduzido nesse ecossistema e que aproximadamente 60% das receitas de anúncios no país seriam dominados por plataformas digitais estrangeiras<sup>47</sup>.

O texto inclui uma proposição de pagamento dos veículos de comunicação pelas plataformas digitais e agregadores de informação beneficiárias de conteúdo jornalístico disponibilizado online, excluindo criadores de conteúdo do ônus de pagamento. Nesse sentido, determina que as plataformas conduzam acordos com os veículos de notícias para compensá-los através de licenças ou de compartilhamento de dados<sup>48</sup>. Entre as disposições, inclui-se a obrigação de que as plataformas desenhem algoritmos de distribuição de notícias que apoiem a realização de

---

<sup>44</sup> Competition Commission South Africa. Media and Digital Platforms Market Inquiry. Stakeholder Submissions on Statement of Issues. Arena Holdings Submission.

<https://www.compcom.co.za/wp-content/uploads/2023/11/Arena-Holdings-Response-to-Statement-of-Issue.pdf>

<sup>45</sup> Radsch, C. C. (2022). Making big tech pay for the news they use. *Social Science Research Network*.

<sup>46</sup> Cabinet Secretariat of the Republic of Indonesia. *President Jokowi Signs Presidential Regulation on Publisher Rights for Quality Journalism*.

<https://setkab.go.id/en/president-jokowi-signs-presidential-decree-on-publisher-rights-for-quality-journalism/#:~:text=President%20Joko%20%E2%80%9CJokowi%E2%80%9D%20Widodo%20had,Presidential%20Decree%20on%20Publisher%20Rights>

<sup>47</sup> Reuters. (09.02.2023). *Indonesia drafts law enabling media to receive payments from digital platforms for content*.

<https://www.reuters.com/world/asia-pacific/indonesia-drafts-law-enabling-media-receive-payments-digital-platforms-content-2023-02-09/>

<sup>48</sup> Reuters. (20.02.2024). *Indonesia issues regulations requiring digital platforms to pay media for content*.

<https://www.reuters.com/business/media-telecom/indonesia-issues-regulations-requiring-digital-platforms-pay-media-content-2024-02-20/>



jornalismo de qualidade alinhado aos valores democráticos e à diversidade, que dispensem tratamento justo a todas as empresas de mídia e que ofereçam programas de formação para um jornalismo responsável<sup>49</sup>. O decreto estabelece que o Conselho de Imprensa irá criar um comitê independente de supervisão para acompanhar o cumprimento das obrigações das plataformas<sup>50</sup>.

### 2.3.5 Iniciativas de autorregulação ao redor do globo

Além da ascensão de modelos regulatórios no que concerne à remuneração de conteúdos jornalísticos no ambiente digital, em algumas jurisdições, é também percebida a tendência de apresentar propostas de autorregulação por parte de plataformas digitais, aprofundando iniciativas já existentes e mitigando o ímpeto regulatório que surgiu em diferentes países. O exemplo mais notável é o do Google, ator empresarial central na discussão, que, através do Google News Initiative, vem implementando diversos programas de apoio financeiro à indústria jornalística, como o Fundo de Equidade para o Jornalismo, iniciativa transnacional<sup>51</sup>, e o Fundo de Inovação Contra a Desinformação, recentemente lançado no Brasil em parceria com a Projor<sup>52</sup>.

Na seara de parcerias com entidades públicas, se observa o caso do Taiwan, em que o Google, em parceria com Ministério de Digital Affairs do país<sup>53</sup>, lançou o “News Digital Co-prosperity Fund”. Dentro de três anos, serão destinados aproximadamente 9.8 milhões de dólares para fundo de auxílio à transformação digital de empresas jornalísticas<sup>54</sup>. Os recursos são geridos e distribuídos de forma independente pela “Digital Transformation Association” (DTA). Para consulta e tomada de decisões sobre os programas, a associação conta com comitês, formados por especialistas e

---

<sup>49</sup> Digital Policy Alert. *Indonesia: Implemented Presidential Regulation on Digital Platform Companies' Responsibility to Support Quality Journalism including content moderation regulation.*

<https://digitalpolicyalert.org/event/17758-implemented-presidential-regulation-on-digital-platform-companies-responsibility-to-support-quality-journalism-including-content-moderation-regulation>

<sup>50</sup> Judith, M. P. (23.02.2024). *The Presidential Decree on "Publisher Rights" Can Keep the Indonesian People Away from 'Clickbait'.* Kompas.

[https://www.kompas.id/baca/english/2024/02/23/en-perpres-publisher-rights-dapat-jauhkan-rakyat-indonesia-dari-clickbait?open\\_from=English\\_Page](https://www.kompas.id/baca/english/2024/02/23/en-perpres-publisher-rights-dapat-jauhkan-rakyat-indonesia-dari-clickbait?open_from=English_Page)

<sup>51</sup> Google. Fundo de Equidade para o Jornalismo. <https://newsinitiative.withgoogle.com/pt-br/news-equity-fund/>

<sup>52</sup> Codesinfo. Fundo de Inovação Contra a Desinformação. <https://codesinfo.com.br>

<sup>53</sup> Beddoe, K. (08.03.2023). *A new fund supporting digital transformation in Taiwan's news industry.* Google.

<https://blog.google/around-the-globe/google-asia/a-new-fund-supporting-digital-transformation-in-taiwans-news-industry>

<sup>54</sup> Reuters. (08.03.2023). *Google to launch fund to support Taiwan's media outlets.*

<https://www.reuters.com/business/media-telecom/google-launch-fund-support-taiwans-media-outlets-2023-03-08>

acadêmicos em diversas áreas, bem como associações públicas e representantes da sociedade civil<sup>55</sup>.

## 2.4 Modelos aventados no Brasil: uma análise dos dispositivos dos Projetos de Lei em tramitação

É importante, para concluir este capítulo do relatório, fazer uma breve síntese da evolução do modelo brasileiro durante o desenvolvimento legislativo dos dispositivos sobre remuneração de jornalismo por plataformas digitais, tendo como escopo inicial o PL 2630/2020, seu fatiamento para o PL 2370/2019 e sua diminuição para o PL 1354/2021. Com isso passa a ser possível sublinhar as diferentes abordagens no contexto nacional, seguindo as experiências internacionais e resultando em um formato com algumas particularidades.

Em um primeiro momento de positivação, no substitutivo de 2022 do PL 2630/2020, a previsão de remuneração do jornalismo incluída no art. 38 tinha uma clara natureza de direito autoral. A visível diferença desse momento para os que se seguiram recomenda que seja exposta aqui a íntegra do dispositivo:

Art. 38 Os conteúdos jornalísticos utilizados pelos provedores produzidos em quaisquer formatos, que inclua texto, vídeo, áudio ou imagem, **ensejarão remuneração às empresas jornalísticas de direitos de autor**, na forma de regulamentação, que disporá sobre os critérios, forma para aferição dos valores, negociação, resolução de conflitos, transparência e a valorização do jornalismo profissional nacional, regional, local e independente.

§ 1º Fica ressalvado do disposto no caput o compartilhamento pelo usuário de Localizador Padrão de Recurso (URL), o uso de hiperlinks para conteúdo jornalístico original e os usos permitidos por limitações e exceções ao direito de autor.

§ 2º Farão jus à remuneração prevista no caput pessoa jurídica, mesmo individual, constituída há pelo menos 12 (doze) meses, contados a partir da data da publicação desta lei, que produza conteúdo jornalístico original de forma regular, organizada, profissionalmente e que mantenha endereço físico e editor responsável no Brasil.

§ 3º Fica garantida a negociação coletiva pelas pessoas jurídicas previstas no § 2º, inclusive as que integrem um mesmo grupo econômico, junto aos provedores quanto aos valores a serem praticados, o modelo e prazo da remuneração, observada a regulamentação.

<sup>55</sup> News Digital Transformation Program. 關於 | nDX數位創新獎助計劃 <https://ndx.dta.tw/aboutndx/about-ndx/>

No segundo substitutivo do PL 2630/2020, ocorreu uma alteração substancial, separando o mencionado art. 38 em dois - arts. 31 e 32<sup>56</sup>. O primeiro passou a abordar explicitamente os direitos autorais, enquanto o segundo tratava de conteúdos jornalísticos, sob uma abordagem tendencialmente concorrencial (inclusive passando a mencionar o Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE no §7)<sup>57</sup> e prevendo, genericamente, um mecanismo de arbitragem e uma alternativa de mediação por um órgão da Administração Pública Federal - muito provavelmente em razão da dificuldade de se justificar uma arbitragem compulsória no quadro legal brasileiro.

Fala-se em “tendencialmente” concorrencial porque, diferentemente do modelo australiano, não se percebe a inserção desses dispositivos em um quadro normativo maior desse campo. O objetivo das propostas também não parece se fundamentar primordialmente uma necessidade de regulamentação de “mercados de informação”. Por fim, e isso é importante, parte da linguagem característica das normas de direitos autorais permaneceu, a exemplo da menção a “texto, vídeo, áudio ou imagem”, bem como a exceção do §2, que eximia usuários sem fins econômicos da obrigação de remunerar.

É útil ressaltar que essa adoção de um modelo tendencialmente concorrencial, como o australiano, com “toques” de direito autoral, como o da União Europeia, pode ter reflexos problemáticos caso seja implementada quanto ao enquadramento dessas normas nas diferentes áreas do direito. Apesar de, em um primeiro momento, isso parecer uma questão meramente teórica, na prática a resolução de casos concretos comumente depende dos princípios aplicáveis em decorrência do enquadramento do dispositivo em determinado ramo jurídico - afinal, a lógica será da liberdade como padrão, como no sistema concorrencial (ou o subsistema de legislações de regulação do ambiente digital), ou da restrição em situações de dúvida, como no direito autoral? O significado de “fins econômicos” é alargado ou reduzido? Podem ser aplicadas para esse novo direito de remuneração das empresas jornalísticas as limitações e exceções características do jornalismo presentes no art. 46 da Lei de Direitos Autorais (Lei 9610/1998)?

Convém destacar que a versão discutida atualmente - desde o final do ano de 2023 - adquiriu um enfoque substantivo de direito concorrencial sob a influência das disputas políticas

---

<sup>56</sup> Brasil. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei 2630/2020.

[https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra?codteor=2265334&filename=PRLP%201%20=%3E%20PL%202630/2020](https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2265334&filename=PRLP%201%20=%3E%20PL%202630/2020)

<sup>57</sup> Câmara Dos Deputados. (26.04.2023). *Artistas pedem proteção a conteúdos jornalísticos e culturais no PL das Fake News*. <https://www.camara.leg.br/noticias/955964-artistas-pedem-protECAo-a-conteudos-jornalisticos-e-culturais-no-pl-das-fake-news/>

entre reguladores e plataformas no Brasil em 2023 e passou a se assemelhar aos critérios e formatos australiano. O impacto da utilização de plataformas digitais na distorção e esgarçamento de processos políticos brasileiros, a exemplo do ataque de 8 de janeiro de 2023 à sede dos três poderes, bem como a influência direta das grandes empresas de tecnologia na votação do PL 2630/2020<sup>58</sup>, inflamou o empenho do Poder Legislativo e Executivo e outras autoridades governamentais de levar a cabo legislações que limitem o poder das plataformas e aumentem a possibilidade de controle do Poder Público sobre suas práticas, inclusive sob uma ótica de bom funcionamento do mercado, de combate à desinformação e da relação dos atores eminentemente digitais com atores mais tradicionais.

Isso, além da já mencionada entrada na discussão de atores do setor cultural e das notícias sobre os resultados alcançados pela legislação australiana, parece ter influenciado no deslocamento da natureza do dispositivo para algo mais concorrencial, promovendo uma separação mais clara entre o que seria uma remuneração de direitos autorais na Internet (voltado para artistas e empresas de entretenimento, especialmente do setor audiovisual) e uma remuneração específica para empresas de jornalismo.

A proposta determina critérios de empresa jornalística a ser remunerada e parâmetros para a fixação de valores, como conteúdo, padrão editorial e audiência. Quanto à previsão de balizas para a fixação de valores, o NMBC se diferencia da proposta brasileira, pois não estabelece parâmetros e ainda prevê a confidencialidade dos acordos. Contudo, a proposta brasileira se inspira no código australiano em relação aos critérios de conteúdo, audiência e padrão editorial, exigidos para definir quem pode ser remunerado na Austrália. Diferentemente do NMBC, contudo, os projetos brasileiros deixam muito do necessário detalhamento para regulamentação infralegal posterior, dificultando uma maior previsibilidade sobre sua aplicação e permitindo, na forma atual, mais discricionariedade na negociação de acordos em razão da vagueza do texto, o que, se não for devidamente endereçado na mencionada regulamentação infralegal, possibilitaria a replicação da assimetria entre plataformas e empresas de notícias.

---

<sup>58</sup> Cunha, J. & Pupo, F. (02.05.2023). *Cade abre investigação sobre ações de Google e Meta contra PL das Fake News*. Folha de S. Paulo.

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/05/cade-vai-abrir-investigacao-sobre-acoes-de-google-e-meta-contra-pl-das-fake-news.shtml>

### 3. Mapa comparativo sintético

A seção anterior busca encontrar qual modelo melhor serviria de parâmetro para fazer um comparativo com a legislação brasileira. Nessa verificação, conclui-se que a legislação Australiana é a que está sendo usada como modelo e a que mais se aproxima até então ao modelo que está sendo proposto no Brasil e a principal referência no debate regulatório global. Não à toa, é essa a comparação mais comum que observamos nas matérias e notícias que tratam do tema, assim como a de atores diretamente envolvidos nas negociações do texto legal.

No entanto, é necessário perguntar - elas são realmente legislações similares?

Para responder essa pergunta, montamos um mapa que compara as “Divisões” (agrupamentos de artigos) do NMBC com os dispositivos propostos no substitutivo do PL 1354/2021:

	<b>News Media Bargaining Code</b>	<b>Projeto de Lei 1354/2021</b>
<b>Definição do que deve ser remunerado</b>	<p>52A: O código prevê que o principal propósito da empresa de notícias deve ser criar conteúdo que é “core news content”, isto é, que reporte, investigue ou explique:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• questões ou eventos que sejam relevantes para envolver os australianos no debate público e para informar a tomada de decisões democráticas ou;</li> <li>• questões atuais ou eventos de importância pública para os australianos em nível local, regional ou nacional.</li> </ul>	<p>21-A, caput c/c § 3º: O projeto determina que conteúdo jornalístico é o conteúdo que trata de fatos, opiniões, eventos e acontecimentos em geral de interesse público em qualquer formato e que observem os padrões éticos do jornalismo.</p> <p>Apesar de mais amplo, se percebe uma intenção similar do escopo não ser demasiadamente aberto para permitir, ao menos em tese, a exclusão de alguns tipos de materiais, como os de baixo valor informacional ou explicitamente desinformativo.</p>
<b>Definição de quem deve ser remunerado</b>	<p>Division 1, 52A c/c 52 M, N, O e P: as empresas jornalísticas devem se registrar no âmbito da Australian Communications and Media Authority (“ACMA”). A regulação estabelece critérios que definem quais empresas de notícias podem realizar acordos de remuneração com as plataformas. São eles: receita (52M), conteúdo (52N), audiência (52O) e profissionalismo da atividade (52P).</p> <p>O código ainda define empresa de notícias (“news business”) como qualquer meio entre os seguintes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(a) cabeçalho de jornal;</li> <li>(b) uma revista;</li> <li>(c) um programa ou canal de televisão;</li> <li>(d) um programa ou canal de rádio;</li> <li>(e) um site ou parte de um site;</li> <li>(f) um programa de conteúdo de áudio ou vídeo projetado para ser</li> </ol>	<p>Art. 21-A, § 2º: O texto estabelece que poderão ser remuneradas as pessoas jurídicas constituídas há pelo menos 12 (doze) meses, que produzam conteúdo jornalístico, de maneira original, regular, organizada e profissional, e que mantenham registro empresarial de pessoa jurídica, endereço físico e editor responsável no país.</p> <p>Esse dispositivo não faz quase nenhum tipo de delimitação de empresas jornalísticas, diferentemente do NMBC, que, apesar de bastante aberto, evita uma zona cinzenta tão grande quanto a brasileira, especialmente por meio de seu item 52N (3).</p> <p>No PL 1354/2019, se ultrapassado o critério relativo ao conteúdo, previsto no 21-A <i>caput</i> e §3º, não há qualquer tipo de balizador substancial referente a qual empresa jornalística poderá ser beneficiada. Isso gera um problema de forçar que as discussões sobre remuneração de conteúdo desinformativo</p>

<p><b>Definição de quem deve ser remunerado</b></p>	<p>distribuído pela Internet.</p> <p>Em relação ao teste de receita, o código estabelece que a empresa de mídia deve ter receitas anuais superiores a AUS\$ 150.000 para registrar-se e tornar-se elegível para acordos sob as regras do código, o que beneficiaria grandes produtores de conteúdo jornalístico.</p> <p>Quanto ao conteúdo, para definir se o propósito principal da empresa preenche os requisitos, as variáveis que devem ser analisadas são:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• a quantidade de “core news content” criado pela empresa;</li> <li>• a frequência com que a empresa cria este tipo de conteúdo;</li> <li>• e o grau de destaque atribuído a este conteúdo comparado ao grau de destaque de demais conteúdos.</li> </ul> <p>Em relação à audiência, as empresas devem operar predominantemente na Austrália com o propósito dominante de servir o público australiano.</p> <p>No que se refere aos padrões do jornalismo profissional australiano, as empresas devem se submeter a regras internas de padrão editorial, códigos de conduta do setor e independência editorial.</p>	<p>recaiam sobre o conteúdo em si, que é muito mais difícil, do que sobre as entidades que estão publicando e divulgando esse conteúdo, o que poderia ser facilitado pela identificação de comportamentos recorrentes.</p>
<p><b>Cálculo para a remuneração</b></p>	<p>52 ZG: O cálculo da remuneração é realizado por livre acordo entre as partes, que, por sua vez, é confidencial, de modo que os valores são variáveis e os critérios de cada acordo são desconhecidos. Os acordos firmados devem ser comunicados à Australian Competition and Consumer Commission (“ACC”).</p>	<p>Art. 21-A, § 5º c/c 21-B: O cálculo da remuneração é realizado por livre acordo entre as partes, assim como o prazo de pagamento. Não há um valor fixado no texto.</p> <p>O projeto estabelece que o cálculo da remuneração deverá considerar: (i) o volume do conteúdo, (ii) audiência dos conteúdos jornalísticos, e (iii) o</p>

<b>Cálculo para a remuneração</b>		<p>investimento em jornalismo aferido pelo número de profissionais do jornalismo regularmente contratados pela empresa.</p> <p>Neste aspecto, o projeto brasileiro se assemelha ao australiano, aprimorando-o ao menos a colocar alguns parâmetros, ainda que abertos, o que permite pelo menos balizas comparativas para evitar situações desproporcionais na remuneração de diferentes empresas jornalísticas. Porém, o maior problema apontado na lei australiana, que é a falta de transparência sobre valores e negociações, não é adequadamente endereçado.</p>
<b>Empresas que devem remunerar</b>	<p>52A: O código regula acordos comerciais entre empresas de mídia e “designated digital platform corporation”. As “designated digital platform corporation” são aquelas que o Ministério (“Treasure”) designa para se submeterem às obrigações do código. Ao tomar a decisão de designação, o ministro deve considerar (52E): (i) se existe um desequilíbrio significativo de poder de barganha entre as empresas de notícias australianas e o grupo composto pela corporação da plataforma digital; e (ii) se esse grupo realizou uma contribuição significativa para a sustentabilidade da indústria noticiosa australiana através de acordos.</p> <p>A vagueza de tais critérios possibilita que as plataformas digitais aleguem seu não enquadramento para fins de designação, argumentando, por exemplo, que contribuem significativamente para o jornalismo, o que permite que não sejam submetidas às obrigações de arbitragem definidas pelo código.</p>	<p>Art. 21-A, caput: Plataformas digitais de conteúdos de terceiros que tenham mais de 2 milhões de usuários no Brasil.</p> <p>O art. 5º, XI inclui na definição de “plataformas digitais de conteúdos de terceiros” redes sociais, serviço de mensageria, ferramenta de busca, inteligência artificial, indexadores de conteúdos informativos ou noticiosos de terceiros”.</p> <p>Percebe-se que a proposta de legislação brasileira busca ser bastante abrangente, utilizando, praticamente como único critério, a quantia de usuários, em um número que vai bem além das empresas de tecnologia mais conhecidas. Por exemplo, estimativas colocam o número de usuários no país do Whatsapp e Youtube em aproximadamente 150 milhões, mais de 70 vezes o piso elencado na lei<sup>59</sup>.</p> <p>Diferentemente da lei Australiana, o PL 1354/2021 estabelece um critério</p>

<sup>59</sup> A título de exemplo, a definição de “Very Large Online Platforms” (Plataformas Online Muito Grandes) no Digital Services Act da União Europeia, grupo com aproximadamente o dobro da população do Brasil, utiliza como parâmetro de usuários o número de 45 milhões.



<b>Empresas que devem remunerar</b>		absoluto que não leva em consideração critérios como um efetivo desequilíbrio de poder de barganha entre empresas de tecnologias e empresas jornalísticas, o que acaba abarcando também plataformas não comerciais como a Wikipedia, que chegou a ser expressamente excluída do âmbito de aplicação em redações anteriores, mas acaba sendo englobada pela atual redação.
<b>Obrigações a respeito da influência algorítmica sobre a distribuição de notícias</b>	<p>Division 4, 52 R: Abordagem procedimental focada em transparência e accountability.</p> <p>O código prevê que as alterações nos algoritmos que ensejam mudança na distribuição de conteúdo e impactam o tráfego para o conteúdo noticioso de uma empresa jornalística registrada devem ser notificadas em até 28 dias. Caso as alterações afetem assuntos de interesse público urgente, a notificação deve ser realizada em até 48 horas. A notificação informa a alteração e seu efeito.</p> <p>Não há obrigação de notificação da alteração dos algoritmos se esta compõe uma alteração regular para manter a eficiência ou rapidez (52V).</p> <p>Considera-se um impacto para o tráfego do conteúdo noticioso se é provável que haja uma variação significativa na quantidade de conteúdos noticiosos cobertos e disponibilizados (52W).</p>	<p>Não há equivalente. Na primeira versão do texto havia previsão para vedação.</p> <p>A versão anterior do projeto (PL 1354/2021) proibia a discriminação na distribuição de notícias por uma alteração que aumente o destaque do conteúdo ou por uma alteração que aumente ou diminua o destaque do conteúdo com o qual os usuários interagiram previamente ou de conteúdo criado por empresa que possui recursos para fazê-lo carregar de forma mais rápida. A proposta ainda veda a alteração que reduza o destaque de conteúdo criado por uma conta automatizada.</p> <p>Há alguma similaridade no objetivo, embora com funcionamento bastante distinto, no art. 21-B, II, quando se prescreve que devem ser desconsideradas as técnicas de manipulação artificial de métricas de aferição para quantificar o valor da remuneração, algo que, diferentemente da lei australiana, se estende para ambos os lados do acordo.</p> <p>Outro ponto que guarda alguma proximidade desse dispositivo, mas com outro escopo, é o Art. 21-A, §4º, que proíbe as plataformas de remover conteúdo com o objetivo de se eximir da obrigação de remuneração.</p>
<b>Acesso a dados</b>	Division 4, 52 R: As plataformas designadas devem fornecer informações a respeito da interação de seus usuários com os	Não há equivalente.

<b>Acesso a dados</b>	conteúdos noticiosos. Isto permite que as empresas de notícias tenham conhecimento sobre sua audiência, o que permite que moderem seu poder de barganha nos acordos com as empresas de plataformas digitais.	Esse é um ponto lacunoso importante de nossa legislação, porque não permite que a empresa jornalística possa quantificar a remuneração nos termos do art. 21-B sem uma ordem administrativa ou judicial que obrigue a plataforma a entregar as informações relevantes.
<b>Conteúdo postado por usuários</b>	Não há equivalente, mas o item 52C, que trata da interação com o conteúdo pelo usuário, mas não indica que esses atos ensejarão a remuneração das empresas jornalísticas.	<p>Art. 21-A, § 1º: O conteúdo compartilhado pelo usuário final sem fins econômicos não deve lhe onerar, e não ensejará pagamento caso a plataforma não o altere de alguma maneira (adicionando <i>thumbnails</i> e <i>snippets</i>, por exemplo) ou amplie o seu conteúdo.</p> <p>Isso gera um problema, inexistente na lei australiana, que é uma possibilidade, ao menos em tese, das plataformas terem um direito de regresso (ou algo similar) contra os usuários finais com fins econômicos que compartilhem conteúdo jornalístico no âmbito daquele ambiente digital.</p> <p>Nota-se, também, que o compartilhamento pelo usuário final com fins econômicos, conceito que pode ser interpretado de forma ampla (um perfil de um pequeno negócio unipessoal que seja também utilizado para fins pessoais, por exemplo), significa que existia um fato gerador da remuneração mesmo sem qualquer tipo de atuação sobre o conteúdo por parte da plataforma - ou seja, pelo mero compartilhamento do link. Esse dispositivo abre uma possibilidade daquilo que se convencionou chamar "taxa de link".</p>
<b>Resolução de conflitos no acordo</b>	52ZIA: Em caso de inviabilidade das negociações privadas, é previsto mecanismos de mediação ou, então, arbitragem com mediadores e árbitros registrados pela ACMA.	21-A, § 8º O projeto estabelece que a inviabilidade na negociação poderá ser endereçada por arbitragem perante Câmara Arbitral Privada ou junto a órgão da Administração Pública Federal para resoluções de conflitos.

<b>Repressão ao Controle de abuso de poder econômico</b>	<p>Uma vez que o NMBC resultou de um inquérito no seio da autoridade concorrencial australiana, a repressão ao abuso de poder econômico corresponde à justificativa subjacente de sua elaboração e promulgação, o que indiretamente perpassa por todos os seus dispositivos.</p> <p>A designação pelo Treasure de quais plataformas digitais são obrigadas a remunerar, que visa a corrigir desequilíbrios de poder econômico existentes, assim como a existência dos mecanismos de mediação e arbitragem, conduzidos por mediadores indicados e árbitros registrados pela ACMA, são exemplos de esforços sistêmicos para coibir abusos.</p>	Art. 21-C: O projeto prevê que qualquer abuso de poder econômico deverá ser coibido pela autoridade de concorrência (CADE).
--	--	---

#### 4. Conclusão

No debate de regulação de plataformas digitais, as autoridades australianas assumiram uma posição de vanguarda, dentro do modelo concorrencial, ao exigir das plataformas digitais uma compensação e a realização de acordos com objetivo declarado de contrabalancear os benefícios econômicos que receberiam a partir do uso de notícias produzidas por meios de comunicação. A busca global por abrandar os impactos de potenciais abusos de poder de mercado das plataformas no ecossistema da informação elevou esse modelo ao status de referência principal em matéria de remuneração do jornalismo.

Isso ocorreu em paralelo à existência de um modelo europeu, que por si só assume grande expressão nos debates regulatórios no mundo em razão do número de usuários nessa região, a capacidade econômica regional e, principalmente, a repercussão regulatória em demais jurisdições.

No Brasil, a escolha por se aproximar do modelo australiano, em detrimento de uma aparente preferência inicial pelo modelo europeu, indica uma conclusão dos atores políticos e dos atores empresariais envolvidos pela inadequação do modelo de direitos autorais. Indica também, ao menos em tese, uma intenção de abordar os riscos a mercados (no caso, de notícias) e o equilíbrio entre diferentes atores econômicos.

Sendo a Austrália pioneira nessa abordagem, foi também o modelo de referência para a discussão brasileira desde que ela assumiu caráter tendencialmente concorrencial, impulsionado também pelos fatos políticos ocorridos durante a tramitação. Muito embora se baseie no NMBC, o processo legislativo brasileiro não parece ter buscado lidar, neste momento, com as críticas decorrentes da implementação da legislação australianiana. Pelo contrário, parecer permeado por número maior de incertezas, ao ser visivelmente mais sucinta e deixar para uma regulamentação infralegal posterior a resolução de parte substancial dos detalhes (inclusive em alguns pontos fundamentais) de como esse modelo de remuneração seria implementado na prática.

Em uma retrospectiva das críticas voltadas ao NMBC após três anos de sua publicação, nos parecem particularmente importantes aquelas sobre as insuficiências relativas à promoção de maior diversidade na mídia australianiana e as dificuldades de grupos pequenos da mídia digital sobreviverem diante da competição desproporcional com atores maiores e beneficiários de maiores ganhos advindos dos acordos. Esses problemas, que ao menos tentaram ser endereçados em propostas como a canadense, também não são abordados na proposta de legislação brasileira,

como se observa inclusive pela negativa de incorporar emendas que buscavam garantir essa maior diversidade e um melhor direcionamento dos recursos em prol do interesse público<sup>60</sup>, evitando uma maior concentração em poucos atores que já dominam o mercado.

Vale, ainda, notar que o Brasil, diferentemente do Canadá e da Austrália, não dispõe de outras estruturas institucionais consolidadas no setor da mídia capazes de supervisionar o cumprimento de obrigações regulatórias, possivelmente exigindo a criação de um novo desenho institucional próprio e o desenvolvimento de capacidade institucional para efetivar a legislação de forma eficaz. Contudo, isso não está previsto, mesmo que de forma incipiente, nos textos propostos, com a exceção de um quadro normativo básico para o funcionamento do sistema de arbitragem (ou de mediação realizada por órgão público) e uma remissão a uma fiscalização de potenciais violações à ordem econômica pelo CADE.

A eficácia de uma proposta brasileira, conforme se depreende dessa análise preliminar, dependerá de maior detalhamento e esclarecimento dos critérios estabelecidos, assim como o cuidado para não prejudicar usuários nem causar externalidades, como um dano ao bom funcionamento da Internet. Um exemplo, de particular atenção para o capítulo brasileiro da Internet Society, é o risco de uma “taxa de link”, resultando em exigências indiretas às plataformas para que implementem mecanismos que ponham em risco aspectos técnicos fundamentais, como o sistema de linkagem baseado em URLs (“Uniform Resource Locators”, ou, em português, Localizador Uniforme de Recursos)<sup>61</sup>.

A preocupação com a vagueza da legislação não é simplesmente uma questão de segurança jurídica e expectativas comerciais, mas sim de se obter garantias contra efeitos não intencionais das novas normas contra atores e grupos de interesse que não estão bem representados ou participando ativamente das discussões legislativas. Nesse sentido, é um fator a mais de atenção a proposta ser acompanhada de um modelo de remuneração de direitos autorais no PL 2370/2019, além de preservar alguns pontos de contato com esse ramo jurídico, em razão do histórico

---

<sup>60</sup> Ver, em relação ao PL 1354/2021:

[https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop\\_emendas?idProposicao=2277800&subst=0](https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_emendas?idProposicao=2277800&subst=0). Destacam-se as emendas ESB 1/2023, 2/2023 e 3/2023 (CCOM), rejeitadas, junto com outras propostas de emendas, por meio do Parecer do Relator de 21/11/2023 (PES 2 CCOM - <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2405114>).

<sup>61</sup> Para mais informações sobre o risco ao sistema de URLs oriundos da regulação de remuneração de jornalismo, ver Sullivan, A., Campbell, N. (30.03.2023). *Internet Impact Brief: How Canada’s Online News Act will harm the internet*. Internet Society.

<https://www.internetsociety.org/resources/doc/2023/internet-impact-brief-how-canadas-online-news-act-will-harm-the-internet-restricting-innovation-security-and-growth-of-the-digital-economy>

conturbado da parte comercial dos direitos intelectuais com a Internet, com uma tendência de máxima proteção de interesses dos titulares em detrimento de usuários de serviços e produtos digitais<sup>62</sup>.

Não se ignora, por outro lado, a urgência em encontrar formas de preservar e fortalecer a atividade jornalística de interesse público e, especialmente, a diversidade dos atores que produzem esse conteúdo, assim como de se verificar, empiricamente, se está ocorrendo uma distribuição justa dos resultados econômicos, inclusive indiretos, resultantes desta atividade. O aprofundamento nesse equilíbrio difícil, contudo, vai além do escopo deste documento inaugural do projeto da ISOC Brasil, que será objeto de uma próxima publicação com as visões dos diferentes atores envolvidos na discussão, assim como uma síntese do que já foi estudado sobre o tema no Brasil e internacionalmente.

---

<sup>62</sup> ASCENSÃO, J. O. (2006). Propriedade intelectual e internet. In *Direito da sociedade da informação* v. VI. 1-15.





**Anexo - Mapa comparativo textual**

Neste mapa, indica-se o comparativo do texto do código australiano com o Projeto de Lei 1354/2021.

	<b>News Media Bargaining Code</b>	<b>Projeto de Lei 1354/2021</b>
<b>Definição do que deve ser remunerado</b>	<p>Section 52A: core news content means content that reports, investigates or explains:</p> <p>(a) issues or events that are relevant in engaging Australians in public debate and in informing democratic decision-making; or</p> <p>(b) current issues or events of public significance for Australians at a local, regional or national level.</p>	<p>Art. 21-A. Os conteúdos jornalísticos utilizados pelas plataformas digitais de conteúdos de terceiros que tenham mais de 2 (dois) milhões de usuários no Brasil, produzidos em quaisquer formatos, que incluam texto, vídeo, áudio ou imagem, ensejarão remuneração às pessoas jurídicas que produzem conteúdo jornalístico.</p> <p>§ 3º Para os fins previstos no § 2º, entende-se como jornalístico o conteúdo de cunho eminentemente informativo, que trata de fatos, opiniões, eventos e acontecimentos em geral de interesse público, independentemente do tipo ou formato, observados os princípios e padrões éticos de conduta no exercício da atividade de jornalismo</p>
<b>Definição de quem deve ser remunerado</b>	<p>Section 52A Definitions</p> <p>news business means: (a) a news source; or (b) a combination of news sources.</p> <p>news source means any of the following, if it produces, and publishes online,</p> <p>news content: (a) a newspaper masthead; (b) a magazine; (c) a television program or channel; (d) a radio program or channel; (e) a website or part of a website; (f) a program of audio or video content designed to be distributed over the internet.</p> <p>Section 52M</p>	<p>Art. 21-A, § 2º Farão jus à remuneração prevista no caput as pessoas jurídicas, mesmo individuais, constituídas há pelo menos 12 (doze) meses, que produzam conteúdo jornalístico, de maneira original, regular, organizada e profissional, e que mantenham registro empresarial de pessoa jurídica, endereço físico e editor responsável no país.</p>



<p><b>Definição de quem deve ser remunerado</b></p>	<p>For the purposes of this Division, the requirement is that the annual revenue of the corporation (or of a related body corporate of the corporation), as set out in the corporation's (or the related body corporate's) annual accounts prepared in accordance with generally accepted accounting principles, exceeds \$150,000: (a) for the most recent year for which there are such accounts; or (b) for at least 3 of the 5 most recent years for which there are such accounts. (2) Subsection (3) applies if: (a) the corporation (or the related body corporate) acquired a business; and (b) the business' annual revenue for a year starting before the acquisition is ascertainable from annual accounts prepared in accordance with generally accepted accounting principles.</p> <p>52N Content test</p> <p>(1) The requirement in this subsection is met in relation to a news business if the primary purpose of each news source covered by subsection (2) is to create content that is core news content.</p> <p>(3) For the purposes of subsection (1), in determining whether the primary purpose of a news source is to create content that is core news content, take into account the following matters:</p> <p>(a) the amount of core news content created by the news source;</p> <p>(b) the frequency with which the news source creates core news content;</p> <p>(c) the degree of prominence given to core news content created by the news source, compared with the degree of prominence given to other content created by the news source;</p> <p>(d) any other relevant matter.</p> <p>52O Australian audience test</p> <p>(1) The requirement in this subsection is met in relation to a news business if every news source covered by subsection (2) operates predominantly in Australia for the dominant purpose of serving Australian audiences.</p>	
---	--	--

	<p>52P Professional standards test</p>	
<p><b>Cálculo para a remuneração</b></p>	<p>52 ZG: The bargaining parties are as follows:                  (a) the bargaining news business representative that made the notification;                  (b) the responsible digital platform corporation for the designated digital platform service to which the notification relates.                  (2) The bargaining parties may agree, in writing, that they wish to bargain over one or more extra specified issues relating to the registered news business' covered news content made available by any of the following:                  (a) the designated digital platform service;                  (b) specified services other than the designated digital platform service.</p>	<p>Art. 21-A, § 5º É livre a pactuação entre a plataforma digital de conteúdos de terceiros e as pessoas jurídicas previstas no § 2º, facultada a negociação coletiva, inclusive as que integrem um mesmo grupo econômico, com relação aos valores a serem praticados, o modelo e prazo da remuneração.</p> <p>Art. 21-B. O valor da remuneração a ser paga pela plataforma digital de conteúdos de terceiros às pessoas jurídicas previstas no § 2º do art. 21-A deverá considerar, os seguintes critérios, de forma cumulativa, sem prejuízo de outros:</p> <p>I – o volume de conteúdo jornalístico original produzido;                  II – a audiência, nas plataformas digitais de conteúdos de terceiros, dos conteúdos jornalísticos produzidos pelas pessoas jurídicas, desconsideradas técnicas de manipulação artificial de métricas de aferição; e                  III – o investimento em jornalismo aferido pelo número de profissionais do jornalismo regularmente contratados pela empresa, registrados em folha de pagamento e submetidos à Relação Anual de Informações Sociais (RAIS).</p> <p>Parágrafo único. Nas negociações ou resoluções de conflitos, a remuneração já destinada pela plataforma digital de conteúdos de terceiros às pessoas jurídicas</p>

		previstas no § 2º do art. 21-A e os contratos estabelecidos diretamente entre as partes deverão ser considerados caso sejam demonstrados por meio de dados e contratos.
<b>Empresas que devem remunerar</b>	<p>Division 2— Designated digital platform corporation and designated digital platform services</p> <p>Section 52E Minister may make designation determination</p> <p>In making the determination, the Minister must consider: (b) whether that group has made a significant contribution to the sustainability of the Australian news industry through agreements relating to news content of Australian news businesses (including agreements to remunerate those businesses for their news content)</p>	<p>Art. 21-A. Os conteúdos jornalísticos utilizados pelas <u>plataformas digitais de conteúdos de terceiros que tenham mais de 2 (dois) milhões de usuários no Brasil</u>, produzidos em quaisquer formatos, que incluam texto, vídeo, áudio ou imagem, ensejarão remuneração às pessoas jurídicas que produzem conteúdo jornalístico</p> <p>Art. 5º, XI - plataforma digital de conteúdos de terceiros: provedores de aplicação de internet de redes sociais, serviço de mensageria, ferramenta de busca, inteligência artificial, indexadores de conteúdos informativos ou noticiosos de terceiros, inclusive de texto, vídeo, áudio e imagem, que ofertam serviço na internet ao público brasileiro, exerçam atividade de forma organizada e que disponibilizam conteúdo de terceiros.” (NR)</p>
<b>Obrigações a respeito da influência algorítmica sobre</b>	<p>52S Change to algorithm to bring about identified alteration to distribution of content with significant effect on referral traffic (1) Subsection (2) applies if:</p> <p>(a) a change is planned to be made to an algorithm of the designated digital platform service; and</p> <p>(b) the dominant purpose of the change is to bring about an identified alteration to the ways in which the designated digital platform service distributes content that is made available by the service; and</p> <p>(c) the change is likely to have a significant effect on the referral traffic from the designated digital platform service to the covered news content of registered</p>	Não há equivalente.

<p><b>a distribuição de notícias</b></p>	<p>news businesses (considered as a whole) that the service makes available.                  (2) The responsible digital platform corporation for the designated digital platform service must ensure that:                  (a) notice of the change is given to the registered news business corporation for each registered news business; and                  (b) the notice is given:                  (i) unless subparagraph (ii) applies—at least 14 days before the change is made; or                  (ii) if the change relates to a matter of urgent public interest—no later than 48 hours after the change is made; and                  (c) the notice describes the change, and the effect mentioned in paragraph (1)(c), in terms that are readily comprehensible;</p>	
<p><b>Acesso a dados</b></p>	<p>52R Giving list and explanation of data provided to registered news businesses                  (1) If the designated digital platform service makes available covered news content of the registered news business, the responsible digital platform corporation for the designated digital platform service must ensure that:                  (a) information covered by subsection (2) is given to the registered news business corporation for the registered news business; and                  (b) the information is given in terms that are readily comprehensible.                  [...]                  (d) the information is given to the registered news business corporation no later than 28 days after the day on which the registered news business was registered under section 52G;                  [...]                  (3) This subsection covers data:                  (a) that relates to interactions of users of the designated digital platform service with covered news content made available by the designated digital platform service; and</p>	<p>Não há equivalente.</p>

	<p>(b) that the designated digital platform service provides to one or more registered news businesses.</p> <p>(4) The responsible digital platform corporation for the designated digital platform service must ensure that:</p> <p>(a) updated information covered by subsection (2) is given annually to the registered news business corporation for the registered news business; and [...]</p> <p>(c) the updated information is given to the registered news business corporation no later than 12 months after the later of the following days:</p> <p>(i) the day on which information was given to the registered news business corporation;</p> <p>(ii) the most recent day on which updated information was previously given to the registered news business corporation.</p>	
<p><b>Obrigação de veiculação de conteúdo</b></p>	<p>Division 5 - Non differentiation</p> <p>52ZC Digital service to be supplied without differentiating in relation to registered news businesses</p> <p>(2) The responsible digital platform corporation must ensure that the supply of the digital service does not, in relation to crawling, indexing, making available and distributing news businesses’ covered news content:</p> <p>(a) differentiate between registered news businesses, because of any of the following matters:</p> <p>(iii) a registered news business being paid, or not being paid, an amount of remuneration for the making available of the registered news business’ covered news content by a designated digital platform service (whether or not the remuneration is paid in accordance with a determination of a panel under section 52ZX));</p> <p>(b) ) differentiate between registered news businesses and news businesses that</p>	<p>Não há equivalente.</p>

	are not registered news businesses.	
<b>Mediação em caso de descumprimento</b>	<p>Section 52ZIA - Obligation to participate in mediation This section applies if: (a) the bargaining parties have not reached agreement over each core bargaining issue within 3 months after the notification was made for the purposes of subsection 52ZE(1); or (b) the bargaining parties agree to refer the core bargaining issues to mediation under this Subdivision. The mediator is to be appointed by the ACMA.</p> <p>Division 7 - Arbitration about remuneration issue Section 52ZK - Register of bargaining code arbitrators The ACMA must establish and keep a register of bargaining code arbitrators.</p>	<p>§ 8º Em caso de inviabilidade na negociação entre plataforma digital de conteúdos de terceiros e as pessoas jurídicas previstas no §2º, poderá ser adotada arbitragem perante Câmara Arbitral Privada ou junto a órgão da Administração Pública Federal para resoluções de conflitos.</p>
<b>Oferta final a preço fixo</b>	<p>Section 52ZX Final offer arbitration Each of the bargaining parties must: (a) submit to the panel a final offer for what the remuneration amount should be (expressed as a lump sum)</p>	<p>Art. 21-A, § 10. A arbitragem para aferição da remuneração de conteúdo jornalístico será na modalidade de oferta final de preço fixo, em que cada uma das partes apresentará proposta única com valor certo e regras objetivas para o pagamento pela plataforma digital de conteúdos de terceiros às pessoas jurídicas previstas no § 2º.</p>