

# Lei de Combate às Fake News

COALIZÃO

**LIBERDADE COM RESPONSABILIDADE**

# 27 Entidades Aderentes à Coalizão



# Cenário Internacional

**@Reino Unido** >>> plataformas estão sendo tributadas desde abril de 2020 = 500 milhões de libras/ano.

**@França** >>> plataformas vão pagar impostos passados não recolhidos e multa = 100 milhões de euros.

**@Alemanha** >>> leis em vigor desde 2017 regulamentam a atuação das plataformas = sociedade, parlamento, executivo, indústria e plataformas se entenderam.

**@Austrália** >>> primeiro país a exigir que Facebook/Google paguem pelo conteúdo de notícias produzidos pelas empresas de mídia. A lei entra em vigor ainda 2020.

# Cenário Internacional

## @América Latina

>>> Facebook comprou os direitos de transmissão da Copa Libertadores até 2022. Os direitos de todas as partidas ao vivo e com exclusividade para 10 países sul-americanos, inclusive Brasil.

## @ Índia

>>> Facebook vai investir US\$ 5,7 bilhões por 10% da Jio Platforms, maior operadora de telefonia móvel da Índia. Maior investimento desde a compra do WhatsApp em 2014, por US\$ 22 bi.

>> >Executiva do Facebook acionou a polícia depois de receber ameaças de morte após uma reportagem afirmar que ela e a rede social favoreciam o primeiro-ministro eleito, Narendra Modi.

# Cenário Internacional

## @Global

- >> Facebook removeu 22,5 milhões de posts de discurso de ódio e também removeu 1,5 bilhão de contas falsas, somente no segundo trimestre de 2020.
- >> Publicações enganosas e/ou falsas sobre saúde acumularam 4 bilhões de visualizações no Facebook em 2020. Mesmo no período crítico do Covid-19.
- >> Marcas globais como Coca-Cola, Heineken, Microsoft, Nivea e Volkswagen suspenderam a veiculação no Facebook e aderiram ao movimento “Stop Hate for Profit” formado por organizações da sociedade civil, como Anti-Defamation League, Color of Change, Common Sense Media, Free Press e Sleeping Giants.

# Cenário Internacional

@EUA

- >> Facebook vai eliminar propaganda política após eleições de 2020 nos EUA. Twitter já baniu no ano passado.
- >> Comitê do Senado concluiu que a Rússia interferiu nas eleições de 2016. O presidente russo dirigiu pessoalmente a iniciativa de hackear redes e contas de computadores do Partido Democrata e vazou informações que prejudicassem a candidata Hillary.
- >> Coalizão The Buy Safe America Coalition formada por varejistas para combater produtos falsificados em plataformas online buscam criar uma legislação que dê segurança jurídica para consumidores e comerciantes nas plataformas.

# Cenário Internacional

## @EUA

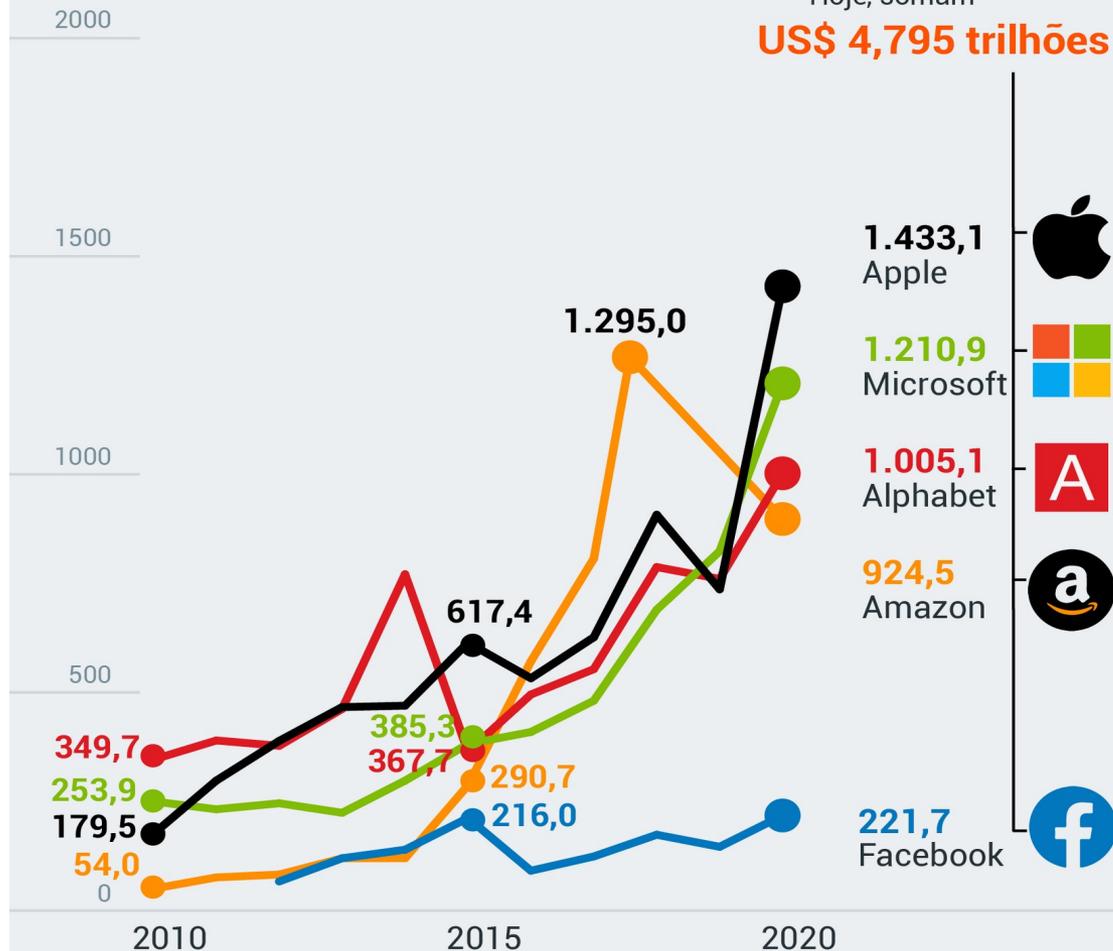
- >>> TikTok está processando governo dos EUA após orientação de Trump que uma empresa americana compre a empresa chinesa até 15/09.
- >>> TikTok removeu mais de 380 mil vídeos nos Estados Unidos neste ano por violação de política contra discurso de ódio.
- >>> Procuradores de 50 estados americanos, o Departamento de Justiça, o Congresso e a Federal Trade Commission, estão investigando em várias frentes as companhias de tecnologia. “O Google domina todos os aspectos da publicidade na internet e das buscas na internet. Eles dominam o lado do comprador, o lado do vendedor, o lado dos leilões e o lado dos vídeos, com o YouTube”, Ken Paxton, procurador-geral do Texas e líder do grupo

# EVOLUÇÃO DO VALOR DE MERCADO DAS 5 BIG TECHS

em US\$ bilhões

Em 16.jan, chegaram a ter valor combinado de **US\$ 5 trilhões**.  
Hoje, somam

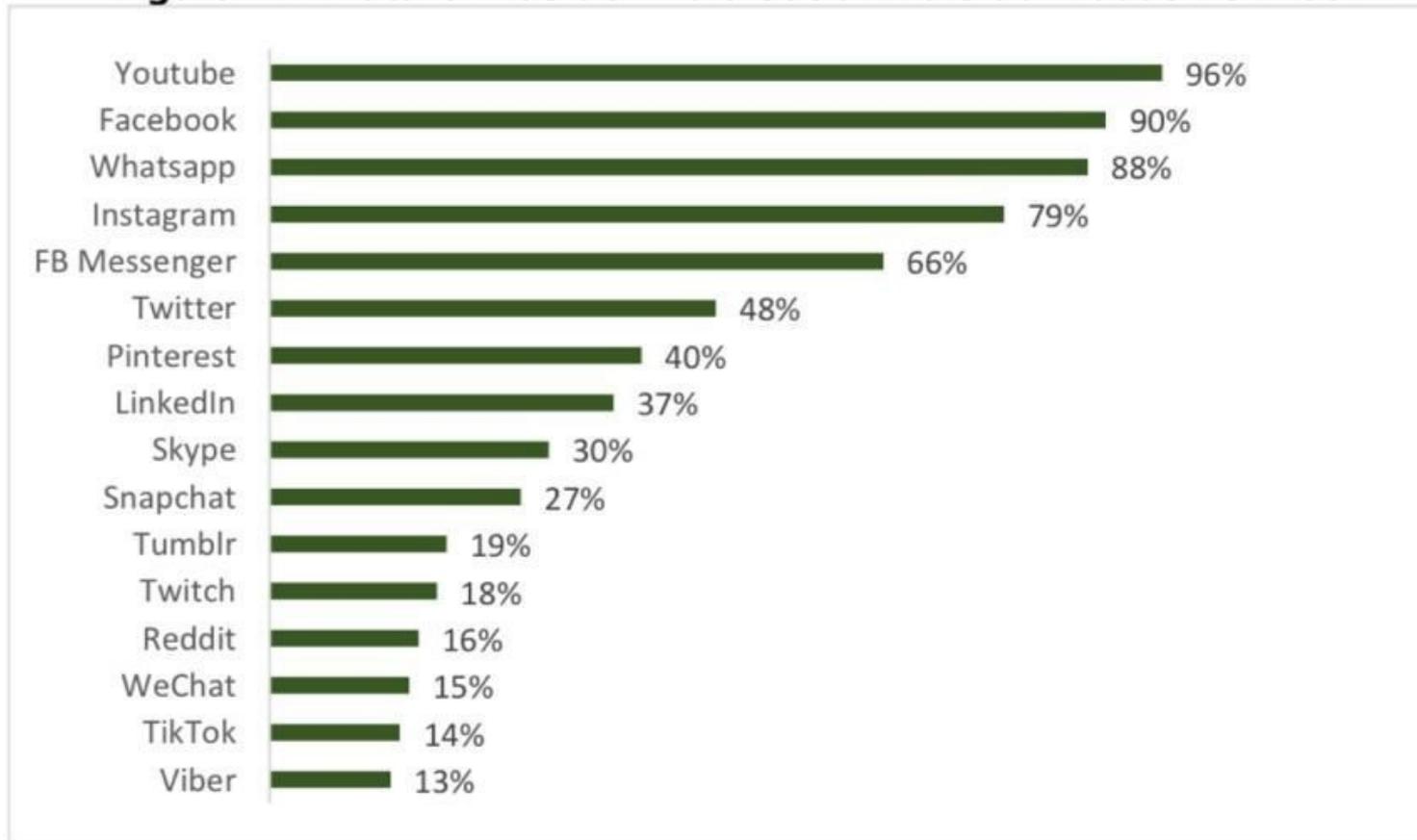
**US\$ 4,795 trilhões**



cotações referentes ao período de 16 a 18 de janeiro de cada ano  
fontes: MacroTrends e Ycharts

# Cenário Brasileiro

**Figura 1. Plataformas de mídia social mais utilizadas no Brasil\***



Fonte: We Are Social. Porcentagem de usuários de internet de 16 a 64 anos que reportaram ter utilizado a plataforma no último mês.

Marco Civil não fala de publicidade, não alcança responsabilidades, nem subtributação



**MARCO CIVIL DA INTERNET**  
o futuro da web no Brasil

# Plataformas não são veículos?



 350

90 comentários 147 compartilhamentos

# Plataformas não são veículos?

50 **caboré**



## Os vencedores de 2011

Os eleitos falam da emoção de conquistar o prêmio mais cobiçado do mercado brasileiro

### Agência

Celso Loducca, presidente da Loducca, fez questão de levar ao palco antigos funcionários da agência para receber, junto com outros integrantes da equipe, o **Caboré** que disputou com Mood e WMcCann. "Depois de 28 anos trabalhando em propaganda, 16 como sócio de agência, e centenas de troféus como criativo, dirigente etc., tenho de confessar que a gente fica mais cínico, menos ingênuo, perde em parte a alegria pela grande maioria das premiações. Elas parecem não ter o mesmo sabor, nem a mesma excitação do começo, com algumas raríssimas e honrosas exceções – o **Caboré** é uma delas. E, parece até que segue um caminho inverso, a cada ano que passa fica mais importante, mais disputado e mais respeitado, por nós todos da agência e pelo mercado. Tudo isso para dizer que: ser escolhida como a Agência de Comunicação no **Caboré** de 2011 foi uma das maiores alegrias da minha

*Celso Loducca fala sobre a conquista do Caboré 2011. Veja no site [muitomaisdoquesorte.com.br](http://muitomaisdoquesorte.com.br) as fotos dele e dos(as) no lado com o*



### Empresário ou Dirigente da Indústria da Comunicação



56 **caboré**



## Indicação que vale prêmio

Todos os 39 indicados ao **Caboré** recebem placas especiais e têm o reconhecimento do mercado.



Empresário ou Dirigente da Indústria da Comunicação: Paulo Giovanni (Leo Burnett Taylor Made), Orlando Marques (Publiois) e Eduardo Fischer (Grupo Totalcom)



Agência de Comunicação: Loducca (Celso Loducca), Mood (Augusto Cruz) e WMcCann (Washington Oliveira)



Produção Publicitária: ParanoiaBR (Heitor Dhali), Filiano (Alexandre Nogueira) e ADStudio (Jarbas Amelilli)



Amplificadora: Nexxel (Gustavo Diamanti), Bradesco Seguros (Alexandre Nogueira) e Niggel (Carles Murilo Moreiro)



Veículo de Comunicação - Mídia Eletrônica: Google (Fábio Coelho), Globo News (Eloisa Morozzi) e Terra (Paulo Castro)

52 **caboré**

### Veículo de Comunicação – Mídia Eletrônica



Em sua primeira indicação ao **Caboré**, o Google venceu a GloboNews e o portal Terra, levando a coruja para casa. O presidente do Google Brasil, Fábio Coelho, comentou a alegria — e a surpresa — pela vitória. "Acompanho o **Caboré** há muito tempo e sei o quanto ele é cobiçado por todos os profissionais e empresas ligados ao universo da publicidade e propaganda. Confesso que a indicação já nos pegou de surpresa e já me sentia prestigiado com isso. Consequentemente, não contávamos com a vitória. Primeiro porque o Google não é exatamente um veículo de comunicação – somos uma plataforma de publicidade online, para sermos mais exatos. Mas principalmente porque estavam também no páreo GloboNews e Terra. Nós nos damos conta de como essa categoria foi disputada, com concorrentes de peso. Foi uma surpresa muito gratificante descobrir que os lei-

# Diagnóstico >>>> Solução

## PROBLEMA

1. Ausência de lei específica para publicidade na ambiente digital.
2. Falta clareza entre conteúdo noticioso, conteúdo impulsionado e a publicidade, inclusive político-partidária

## PROPOSTA

- >> Aplicação das leis vigentes há décadas que regulamentam a publicidade brasileira.
- >> Total transparência entre conteúdo noticioso, conteúdo impulsionado e a publicidade, inclusive político-partidária

# Diagnóstico >>>> Solução

## PROBLEMA

3. Plataformas não se reconhecem como veículos de comunicação portando não se responsabilizam pelo conteúdo.
4. Plataformas se remuneram e se monetizam com todo conteúdo, inclusive discursos de ódio, preconceito e fake news.

## PROPOSTA

- >> Plataformas são de fato veículos de comunicação e devem ser corresponsáveis pelo conteúdo que veiculam e monetizam.
- >> Transparência das plataformas no financiamento de discursos de ódio, preconceito e fake news. Inclusive político-partidário.

# Diagnóstico



# Solução

## PROBLEMA

5. Qualquer conteúdo pode ser impulsionado do estrangeiro sem pagar impostos, nem respeitando as leis brasileiras.
6. Os conteúdos jornalísticos utilizados pelas plataformas não são remunerados às empresas jornalísticas e profissionais de jornalismo.

## PROPOSTA

- >> Todo conteúdo impulsionado ou publicidade direcionada aos brasileiros deve ser realizado no Brasil, respeitar as leis brasileiras e pagar impostos no país.
- >> Os conteúdos jornalísticos utilizados pelas plataformas deverão ser remunerados às empresas jornalísticas e profissionais do jornalismo.

# LEI DAS FAKE NEWS

Problemas x Soluções

---

# LEI DAS FAKE NEWS

Problemas x Soluções

---

COALIZÃO  
LIBERDADE  
COM  
RESPONSA-  
BILIDADE

CONHEÇA AS  
PROPOSTAS

Leia agora

---

COALIZÃO  
**LIBERDADE COM RESPONSABILIDADE**

<http://www.liberdaderesponsabilidade.com.br/>