



# Resolução CGI.br/RES/2020/030

## RESOLUÇÃO CGI.br/RES/2020/030

O COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br, em sua 8ª Reunião Ordinária de 2020, realizada em 23 de outubro, de forma virtual, e no uso das atribuições que lhe confere o Decreto nº 4.829/2003, resolve aprovar esta Resolução, da seguinte forma:

### **Resolução CGI.br/RES/2020/030 – Câmara do CGI.br sobre Conteúdos e Bens Culturais**

#### CONSIDERANDO

a proposta de renovação das Câmaras de Consultoria do CGI.br, iniciadas em 2012, conforme registrado na ata da Reunião de 18 de maio de 2012;

o potencial destas Câmaras propiciarem espaços de diálogos multissetoriais que promovam articuladamente interações com especialistas, organizações, e interessados

dos setores nos assuntos atinentes ao tema de Conteúdos e Bens Culturais;

## RESOLVE

1. Designar os conselheiros integrantes da Câmara de Conteúdos e Bens Culturais pela seguinte representação do CGI.br:

1.1. Maximiliano Martinhão, conselheiro representante do Setor Governamental

1.2. Rafael Evangelista, conselheiro representante da Comunidade Científica e Tecnológica

2. Designar o conselheiro Rafael Evangelista como coordenador da Câmara

3. Estabelecer que, respeitado o regimento das Câmaras e a participação equânime multissetorial, os conselheiros que compõem a Câmara acolherão as indicações setoriais do CGI.br para composição da respectiva Câmara, em até 16 integrantes, em número de até 4 integrantes de cada um dos setores.

4. Orientar a Câmara a elaborar proposta de trabalho, consolidada em documento a ser publicado no sítio do CGI.br, indicando agenda temática de debates ou estudos, com eventual calendário de atividades, incluindo a atendimento de pauta apresentada pelos integrantes da Câmara.

5. Determinar a Secretaria Executiva e a Assessoria ao CGI.br para suprir todo o apoio necessário na realização dessas atividades e na produção de eventuais relatórios e documentos sob orientação da coordenação da Câmara.

6. Estabelecer que eventuais despesas para a consecução das atividades da Câmara serão previstas em orçamento da Secretaria Executiva, previamente aprovado pelo pleno do CGI.br.

## **Termo de Referência**

### **1. Resolução de constituição**

Resolução CGI.br/RES/2020/029 – Câmara do CGI.br de Conteúdos e Bens Culturais

### **2. Composição**

## **Conselheiros(as) do CGI.br**

- Rafael Evangelista (Coordenador);
- Maximiliano Martinhão

## **Comunidade Científica Tecnológica**

- Leonardo Cruz (UFPA)
- Messias Bandeira (UFBA)

## **Setor Empresarial**

- Cristiano Flores (ABERT)
- Mônica Rosina (Facebook)
- Samir Nobre (ABRATEL)

## **Setor Governamental**

- Bruno Graça Melo Côrtes (Secretaria Especial da Cultura - Ministério do Turismo)
- Delson Pereira da Silva (Ministério da Educação)
- Eduardo de Araújo Nepomuceno (Ministério da Justiça e Segurança Pública)
- Francisco Henrique Nakashoji (Procuradoria Geral da República | | Ministério Público Federal)
- Gustavo Saldanha (Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia – IBICT)
- Luísa Nunes de Castro Anabuki (Ministério Público do Trabalho)

## **Terceiro Setor**

- Mariana Valente (InternetLab)
- Paloma Rocillo (IRIS)
- Renata Mieli (Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé)
- Ricardo Pedreira (ANJ)

- Rita Freire (Ciranda da Comunicação Compartilhada)

### **3. Objetivos da Câmara**

3.1 Promover discussões e análises multissetoriais sobre políticas públicas, mecanismos de regulação e atuação do mercado e do poder público relacionadas à produção de conteúdos na Internet e sobre o papel da gestão de conteúdos online no estímulo à sua produção;

3.2 Propor diretrizes, planos e ações relacionadas à produção e monitoramento, conteúdos.

3.3 Propor workshops, seminários, fóruns de debates e estudos para levantamento de subsídios, bem como aprofundamento e amplificação dos temas abarcados pela Câmara, articulando especialistas e organizações interessadas nos assuntos relacionados.

### **4. Agenda temática de debates e estudos (entregáveis esperados)**

#### **4.1 Produção de conteúdos relacionados ao jornalismo**

Os produtores culturais e veículos jornalísticos têm sido afetados pelo crescente avanço da economia digital baseada em plataformas de distribuição de conteúdo. Entre as principais questões estão:

- I. Impactos da formação de oligopólios das grandes plataformas digitais na competição no mercado publicitário e os desequilíbrios econômicos no setor;
- II. Disputas por anunciantes entre as plataformas digitais e os veículos de mídia;
- III. Mudanças no consumo de conteúdos jornalísticos com a crescente “plataformização” dos modelos de distribuição de conteúdos;
- IV. Mecanismos de redistribuição de recursos publicitários;

Vale destacar que, desde 2019, existe uma diretiva do Parlamento Europeu apontando que as plataformas digitais devem elaborar acordos, por exemplo por meio de licenciamento, com produtores de conteúdos, culturais, informativos, jornalísticos e artísticos. Em algumas jurisdições as políticas e legislações são baseadas, sobretudo, pelo direito autoral, em outras pelo viés da concorrência. Independentemente, esta abordagem suscita um debate acerca da responsabilidade de intermediários na Internet na adequada remuneração dos produtores de conteúdos.

Alinhada à agenda da Federação Internacional do Jornalismo, a Federação Nacional de Jornalismo (Fenaj) divulgou no final de agosto de 2021 uma proposta de redistribuição de recursos publicitários. No caso, trata-se da possibilidade de criar um fundo de apoio ao jornalismo por meio de uma Contribuição de Intervenção do Domínio Econômico (CIDE). As alíquotas variam de 0,5 a 5% do faturamento bruto das empresas. A proposta também prevê a criação de um Conselho Gestor multissetorial que seria responsável por administrar, orientar e fiscalizar o uso dos recursos.

É importante considerar também, no âmbito da Câmara, como a remuneração do jornalismo profissional em plataformas digitais impacta direitos fundamentais como o acesso à informação e a liberdade de expressão. Além de avaliar alternativas tecnológicas como plataformas cooperativas de jornalistas e os entraves para pequenas e médias empresas de comunicação.

#### **4.2 Gerenciamento e intermediação de conteúdos culturais online**

É inegável o impacto da internet na indústria cultural como a conhecíamos até o século XX. Se antes os artistas se relacionavam com produtores que contratavam seus trabalhos e com distribuidores que o produto chegar até os consumidores finais, hoje os criadores se veem em arranjos variados. Por um lado, subsistem alguns produtores, responsáveis por financiar e gerenciar a carreira dos criadores. Por outro, artistas das mais variadas modalidades, ou se relacionam diretamente com seu público, ou formam coletivos que horizontalizam relações de colaboração.

Seja qual for o arranjo, é notável que essa produção cultural, em sua versão digitalizada, não demanda mais o deslocamento físico para circular. Ela pode chegar ao público diretamente, transmitida pela web. Porém, com muito mais frequência, ela atinge o consumidor intermediada por plataformas, que gerenciam o fluxo dos dados em sites fechados em que o público é individualizado em perfis. As plataformas muitas vezes tem alcance global, porém as regiões geográficas ou países normalmente tem acesso a conteúdos selecionados. Para usufruir as obras, o consumidor em geral ou paga uma determinada quantia, ou é exposto a publicidade. A plataforma fica com parte dos lucros, redistribuindo o restante ao detentor dos direitos autorais, seja ele o artista ou seu responsável legal.

Diversas questões emergem dessa nova configuração do sistema produtivo. Elas passam pelos antigos estímulos e reservas de mercado à produção nacional e local, se referem às estruturas algorítmicas que gerenciam a circulação de conteúdos a partir da perfilização dos consumidores, atravessam disputas em torno da propriedade e de

direitos sobre as obras, dialogam com questões referentes à liberdade de expressão, o direito à cultura e o acesso à informação.

Cabe à câmara, a partir de sua constituição, elencar, desdobrar e estabelecer prioridades a partir dessas questões, trabalhando para a construção de consenso entre os atores envolvidos.

## **5. Cronograma**

Realização de uma reunião por semestre ao longo do mandato, até seu término em 2023, iniciando de maneira remota no primeiro semestre de 2022. Havendo condições sanitárias e segurança para seus integrantes, as reuniões deverão passar a ser realizadas de maneira presencial.

Após a primeira reunião, será apresentado ao pleno do CGI o plano de trabalho da Câmara.

## **6. Apoios da assessoria necessários para o funcionamento da Câmara**

7.1. Preparar e reunir documentos para os debates e pautas das reuniões da Câmara;

7.2. Registrar reuniões, encaminhamentos e conclusões estabelecidos na Câmara em suas atividades;

7.3 Produzir eventuais relatórios e documentos sob orientação da coordenação partilhada da Câmara;

7.4. Outras que vierem a ser designadas pela Câmara.

## **7. Orçamento**

*Eventuais despesas para a consecução das atividades da Câmara serão previstas em orçamento da Secretaria-Executiva, previamente aprovado pelo pleno do CGI.br.*

*Termo de Referência aprovado pelo pleno do CGI.br em: 21/01/2022*

*Última atualização: 6/10/2022*