

O Parlamento da Austrália aprovou uma lei que impõe ao Facebook e à Google o pagamento aos órgãos de comunicação australianos pelas publicações de seus conteúdos jornalísticos. A proposta de lei apresentada em dezembro de 2020 tem como pano de fundo uma investigação da Comissão Australiana da Concorrência e do Consumidor que demonstrou o desequilíbrio entre as receitas publicitárias das gigantes da tecnologia e os órgãos de comunicação social no país. A afirmação é a de que 10% das receitas publicitárias da Google e Facebook - na ordem de seis mil milhões de dólares australianos - têm origem em conteúdos noticiosos.

A legislação é a primeira no mundo, acende o debate e coloca mais uma vez sob escrutínio o Facebook e seu modelo de negócio. A reação do Facebook em protesto à proposta resultou no bloqueio dos conteúdos designados como notícias depois que o governo australiano se recusou a desistir dos planos de exigir a negociação da companhia com os editores de notícias para o pagamento dos conteúdos.

Em uma demonstração de força, ou pressão, o Facebook bloqueou não apenas as organizações de mídia, mas centenas de organizações não ligadas à comunicação social, como por exemplo o *website* de saúde do governo, o que impossibilitou a busca por informações sobre a Covid-19 no Facebook. Essa atitude incomodou até mesmo alguns congressistas americanos, dentre eles David Cicilline<sup>[1]</sup>, que chegou a afirmar que a conduta do Facebook é incompatível com a democracia e uma admissão do monopólio do poder.

As críticas envolvem não apenas o Facebook, mas também a abordagem australiana para regular os gigantes da tecnologia. Com a aprovação da lei as companhias terão dois meses para negociar os acordos e evitar a arbitragem. A reação do Facebook foi seguida por um aceno de que a companhia irá investir mil milhões de dólares, ao menos, em conteúdos noticiosos.

Um paradoxo da chamada era da informação. É difícil imaginar que todo o esforço para alcançar a era da informação poderia levar à suscetibilidade de cidadãos livres e experientes à influência social, reunidos em bolhas de opinião e em pontos de vista de multidões agregadas. Os sonhos de outrora de uma era de informação livre e em que as decisões de impacto fossem mais fáceis de serem tomadas se esvai e é confrontada com a realidade, como afirma Mitchell Kapur “Getting information off the Internet is like taking a drink from a fire hydrant”<sup>[2]</sup>.

---

[1] Disponível em: <<https://twitter.com/davidcicilline/status/1362172969699704833>>.

[2] KAPOR, Mitchell. Disponível em:  
<[https://www.brainyquote.com/quotes/mitch\\_kapor\\_163583](https://www.brainyquote.com/quotes/mitch_kapor_163583)>.

Imagem de [Gerd Altmann](#) por [Pixabay](#)