

# Campanha na área de Direitos Autorais

## Resumo da Proposta

Este plano de trabalho visa desenvolver uma campanha de conscientização destinada a aumentar o entendimento sobre temas de acesso ao conhecimento e sua relação com direitos autorais, destacando a importância do conhecimento livre e do acesso aberto no Brasil, especialmente no contexto em que países precisam atualizar sua governança da internet. A campanha será voltada ao público em geral, utilizando uma linguagem inclusiva e educativa para engajar cidadãos, artistas, educadores, pesquisadores, legisladores e gestores públicos, utilizando temas do dia-a-dia para popularizar a causa.

Através de uma abordagem multi-canal e diversificada, esperamos promover uma discussão significativa sobre a importância de uma reforma da Lei de Direitos Autorais (LDA) brasileira para alinhá-la ao novo contexto digital, em especial aos princípios do Global Digital Compact (GDC) da ONU, e incentivar a adoção de práticas de licenciamento livre, contribuindo para uma sociedade mais informada e participativa.

A principal meta é que os materiais e produtos derivados desta campanha possam subsidiar os trabalhos da CDR na atuação de incidência política, ao fomentar o debate qualificado e ampliar a conscientização pública, preparando o terreno para futuras mudanças legislativas. Uma das estratégias-chave é a conexão com temas concretos e presentes no dia a dia da maior parte dos interlocutores, como as leis de incentivo à cultura e à pesquisa, a digitalização de acervos culturais, o uso de recursos educacionais abertos, entre outros. Embora a alteração da legislação não seja um objetivo imediato, a campanha busca criar uma base sólida para influenciar decisões futuras.

## Contexto

O Global Digital Compact (GDC) proposto pela ONU busca assegurar o uso responsável das tecnologias digitais, em benefício de todas as pessoas, e estabelece padrões e diretrizes internacionais para que a internet permaneça aberta, acessível, segura, inclusiva e respeitando os Direitos Humanos. Este pacto, que deve ser firmado em setembro pelos Estados Membro - incluindo o Brasil - na Cúpula do Futuro, aponta a necessidade de harmonizar as legislações nacionais com os princípios internacionais de direitos digitais, privacidade, proteção de dados, liberdade de expressão e acesso ao conhecimento.

Com a aprovação deste pacto global, o Brasil terá o desafio de atualizar suas legislações, regulações e um arcabouço de governança da internet, incluindo todos os setores. Entre as várias áreas que precisam ser revisadas, destaca-se a Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998), que foi criada em um contexto anterior à revolução digital. De lá para cá, a internet e as tecnologias digitais transformaram a forma como o conteúdo é criado, distribuído e consumido. É essencial que a legislação acompanhe essas mudanças, promovendo um equilíbrio justo entre os direitos dos criadores e os direitos do público ao acesso ao conhecimento. Da mesma forma, leis de incentivo à cultura, como a Lei Paulo Gustavo, e editais de financiamento à pesquisa, não contemplam de forma suficiente a necessidade de contrapartidas para que a sociedade como um todo tenha acesso livre ao que foi produzido com apoio público. As atuais brechas fazem com que boa parte do conhecimento e das obras geradas fique restrita a determinados grupos ou organizações, enquanto deveriam poder ser livremente acessadas, utilizadas e compartilhadas.

Com o Pacto Digital Global e outras recomendações, como a da [NETmundial+10](#), o contexto internacional está avançando rumo a um cenário mais propício e seguro para ações e estratégias conjuntas que promovam acessibilidade, liberdade de expressão e direitos dos usuários na internet. Para estar em conformidade com esse contexto e não ficar aquém de seu potencial enquanto nação que, apesar dos desafios, tem tido destaque e proeminência nas discussões do setor, o Brasil deve garantir que nada impeça a livre circulação de informações e o acesso ao conhecimento, incentivando o licenciamento livre e a disseminação de conteúdos educacionais e culturais, especialmente aqueles produzidos com recursos públicos. Isso é crucial para assegurar a democratização do conhecimento.

## Sobre o Wiki Movimento Brasil

O Wiki Movimento Brasil é a associação brasileira afiliada à Fundação Wikimedia e busca, entre outros objetivos: consolidar o ecossistema do conhecimento livre no Brasil e diversificar o conteúdo disponível na internet em português, garantindo visibilidade a comunidades e saberes sub-representados. Ao promover a melhoria de conteúdos nos projetos Wikimedia, são priorizados os tópicos de impacto, ativando continuamente **campanhas contra a desinformação e a promoção da democracia, da cidadania e dos direitos humanos e climáticos**. Desde sua fundação, em 2013, o Wiki Movimento Brasil se empenha na ativação social e na coordenação de esforços colaborativos para transformar a sociedade, por meio de recursos educacionais abertos e atividades que garantem um olhar atento à cultura e ao patrimônio nacional, tanto material quanto imaterial. A realização de um conjunto amplo de projetos e iniciativas, implementados ao longo do ano inteiro de forma dinâmica e com ampla

participação da comunidade de editores em diversos territórios, viabiliza parcerias com instituições culturais e educacionais e outras organizações da sociedade civil, resultando em numerosas colaborações com alcance em todas as regiões do Brasil.

Em sua trajetória, o Wiki Movimento Brasil acumula experiências no desenvolvimento de planejamento estratégico e execução de campanhas de conscientização online, especialmente em temas como direitos digitais. Um exemplo é a realização da WikiCon Brasil 2022, com o tema Wikimedia contra a desinformação. A conferência, realizada em São Paulo, em julho de 2022, focou em discutir sobre o combate à desinformação na internet, um problema crescente que ameaça o conhecimento livre e a comunicação confiável. Durante a conferência, foram abordados temas como o combate ao negacionismo científico e ao revisionismo histórico, o uso de fontes confiáveis nos projetos Wikimedia e o impacto dessas práticas no acesso à informação. Especialistas e voluntários discutiram políticas e regulamentações do conhecimento livre no Brasil, estratégias de checagem de fatos e maneiras de melhorar a qualidade das informações disponíveis na Wikipédia e demais projetos Wikimedia.

Outro exemplo de campanha bem sucedida é o Wikiconcurso Mulheres Brasileiras no Esporte, realizado em parceria com o Museu do Futebol e com a ONU Mulheres, em 2023. O objetivo da campanha era aumentar a visibilidade de atletas femininas brasileiras e promover a igualdade de gênero no esporte. Essa campanha incentivou a participação ativa da comunidade de editores e editoras, resultando em um aumento significativo na quantidade e na qualidade das informações sobre mulheres no esporte na Wikipédia em português. O concurso contou com a participação de mais de 240 editores que aprimoraram mais de mil artigos, criando 380 novos verbetes do zero sobre esporte feminino no Brasil.

Além disso, o WMB também possui experiência em temas de direitos autorais. Um exemplo recente é o Guia de Análise e Licenciamento da MEDIATECA Capixaba, realizado com o apoio do InternetLab e financiado pela Secretaria Estadual de Cultura do Espírito Santo. O cerne do projeto foi a elaboração de um documento-guia capaz de servir como referencial jurídico para que instituições de cultura se apropriem da lei de Direitos Autorais, com linguagem acessível, a fim de que possam ter seus acervos disponibilizados sob licença livre.

O guia contém explicações e casos específicos sobre direitos autorais, exemplificando quando o acervo precisa de um contrato de cessão. Além disso, o documento visa facilitar o trabalho cotidiano dos servidores em geral e serve como suporte de trabalho para as instituições GLAM de todos os demais estados do Brasil.

# Justificativa

A discussão sobre a governança da internet deve ser conduzida envolvendo diversos setores da sociedade para preservar e fomentar seu caráter de criação coletiva. Lançar campanhas de conscientização sobre as mudanças necessárias e suas implicações, promovendo um entendimento claro sobre os direitos e responsabilidades na era digital, é essencial para garantir uma participação ativa e informada de todos. Isso contribuirá para uma internet mais inclusiva e democrática, onde o conhecimento livre e o acesso aberto sejam valorizados e protegidos, alinhando-se aos padrões internacionais e às necessidades de uma sociedade em constante evolução.

Apesar de argumentos sólidos sobre a necessidade de rever o atual modelo, a discussão tem perdido engajamento nos últimos anos, seja pela sobreposição de outros temas na área do letramento digital e educação midiática, que frequentemente recebem mais atenção, seja por falta de interesse e empenho político em posicionar a questão da governança da internet como uma prioridade. Em especial, quando as discussões ocorrem, tendem a ser limitadas a grupos altamente especializados e com uso de jargões e linguagem técnica, que acabam afastando o público em geral, sentindo-se despreparado para opinar e participar. Esse distanciamento cria uma barreira entre especialistas e a população, resultando em uma falta de engajamento público e uma compreensão limitada das questões em jogo. Para superar esses desafios, é vital lançar campanhas de conscientização que traduzam essas discussões complexas em termos mais acessíveis para o público em geral. Informar as pessoas de maneira clara ajuda a encorajar a participação mais ampla.

Considerando que promover a acessibilidade e democratização do conhecimento cultural e científico ainda é um desafio em todas as esferas da sociedade brasileira, tanto no âmbito federal quanto estadual e municipal, este projeto vai demonstrar que é possível ampliar a utilização de licenças livres para materiais produzidos por órgãos públicos e projetos culturais ou educacionais financiados com recursos públicos, de maneira alinhada aos direitos morais inalienáveis dos autores e criadores. Apesar de ser factível e necessário frente às crescentes demandas por ampliação de acesso a informações, muitos gestores públicos e criadores de conteúdo ainda desconhecem os benefícios, as garantias e a metodologia para implementar essas licenças ou disponibilizar obras em domínio público, por exemplo. Ao ampliar o engajamento com essas e outras possibilidades, a campanha posiciona a sociedade civil na liderança da construção e defesa de um ecossistema de conhecimento mais inclusivo e colaborativo. Este projeto visa preencher essa lacuna, fornecendo recursos, treinamento e apoio para orientar a reforma dos direitos autorais, facilitar a adoção de práticas de licenciamento aberto e promover o conhecimento livre.

# Objetivos

- Popularizar temas de acesso ao conhecimento e direitos dos usuários em relação aos direitos autorais.
- Destacar a importância do licenciamento livre de conhecimento produzido com recursos públicos.
- Propor uma estratégia de comunicação para promover o uso de licenças livres em materiais públicos.
- Engajar um público diversificado utilizando temas do cotidiano e mídias sociais.
- Atualizar a discussão sobre a reforma da lei dos direitos autorais no Brasil, conectando com o novo contexto promovido pelo Pacto Digital Global.

# Resultados esperados

- **Conscientização pública:** Aumentar o conhecimento sobre direitos autorais e suas implicações para usuários e criadores.
- **Engajamento com a cobrança por reforma:** Estimular a retomada da discussão pública sobre a Reforma da Lei dos Direitos Autorais, buscando viabilizar ao menos uma audiência pública em âmbito estadual sobre o tema, que possa inspirar futuros passos na esfera federal.
- **Promoção de licenças livres:** Ampliar o uso de licenças livres para materiais culturais e científicos financiados por recursos públicos.
- **Diagnóstico e Pesquisa Inicial:** Analisar o cenário atual de debates em direitos autorais, licenciamento de materiais públicos, relação com governança da internet, identificar estudos de caso, mapear possíveis parceiros para a campanha, gerando documento base como ponto de referência e diretrizes para todas as demais ações.
- **Criação de um site/landing page:** Desenvolver modelo de organização e textos de apoio para página que reúna e apresente os materiais de forma organizada, dentro do domínio [direitosnarede.org.br](http://direitosnarede.org.br); funcionará como um hub de conteúdo, posicionamentos (a partir dos documentos apresentados e entrevistas de aprofundamento), materiais educativos, além de pacotes de cards e artes para uso geral; para abastecer essa página, serão entregues também:

**A) Criação de materiais educativos:** Desenvolver e distribuir um documento acessível compilando o posicionamento da CDR sobre o tema dos direitos

autorais e conhecimento livre, bem como outros materiais informativos e educativos (Guia para gestores públicos, Manual Orientador para criadores e pesquisadores, e-book audiovisual para população, sob título provisório “E eu com isso? Como os direitos autorais afetam nosso dia a dia”)

B) Criação de pacotes de materiais para redes sociais na perspectiva das organizações que apoiam a campanha, em modo estático e vídeo, bem como um calendário de sugestão de uso coletivo, seguindo uma sequência narrativa buscando construir o caminho para a sensibilização

C) Criação de artes e peças gráficas que serão disponibilizadas para todas as pessoas engajadas na campanha, podendo ser replicadas em redes sociais, canais de mensagens ou mesmo impressas

D) Desdobramento e produção dessas peças em materiais físicos, como bottons e adesivos, a serem entregues durante encontros e eventos com participação de representantes da CDR.

- **Mapeamento de parceiros e atores estratégicos:** Criação de um mailing com a listagem de outras organizações e instituições que podem apoiar a campanha, ampliando o alcance para públicos adicionais aos já atingidos nos canais dos realizadores da campanha
- **Articulação com canais de mídia e influenciadores** para repercussão da campanha - reportagens, entrevistas, coberturas, etc; estabelecer cronograma e régua de relacionamento com formadores de opinião estratégicos, aproximando os profissionais de maior compreensão sobre os diversos ângulos de cobertura sobre o tema, sua relevância e gerando conhecimento sobre as fontes.
- **Webinars e Workshops:** Produção e participação em eventos importantes da área, incluindo lives abertas, oficinas gratuitas online, sessões educativas para gestores públicos, artistas e pesquisadores, entre outros, a serem identificados no material de diagnóstico, aberto a novas oportunidades que apareçam no decorrer da campanha, sejam elas organizadas pelos realizadores da campanha ou parceiros externos.

## Impacto esperado

- Melhorar o entendimento público sobre os direitos autorais e as licenças livres, garantindo atmosfera favorável à reforma dos direitos autorais.
- Promover a inclusão de cláusulas de licenciamento livre em legislações e editais de incentivo à cultura e à pesquisa.

- Estabelecer um modelo que possa ser replicado em outras esferas estaduais e, eventualmente, federais.

## Estratégia de Comunicação para a Campanha

Para garantir a visibilidade e o impacto da campanha, a estratégia de comunicação será articulada e complementar, garantindo o reforço das mensagens centrais e diversificando abordagens em “subtemas” para alcançar um público amplo e variado. A gestão das ações de comunicação será focada em garantir a unidade e o alinhamento discursivo e estético de todos os materiais, formando um conjunto compreensível e coeso.

Em outros termos, isso significa que a **campanha terá um mote único, focado na necessidade de atualizar a governança da internet no Brasil e destacando que isso passa também pela questão dos direitos autorais**. Esse tema será desdobrado em **conjuntos de informações mais específicas**, seja na explicação de conceitos, na conexão com situações do dia a dia, na atualização de editais de apoio à cultura e à pesquisa, no licenciamento de obras, na reforma dos direitos autorais etc.

A campanha terá foco nacional, mas contará também com materiais de apoio no âmbito estadual, onde há potencial para avançar mais rapidamente na discussão. A meta é identificar e engajar gestores ou legisladores alinhados ao tema, como multiplicadores da campanha e também influenciando a realização de atividades como audiências públicas, grupos de discussão ou eventos com foco em cultura e educação.

No direcionamento macro, a proposta inclui realização de reuniões, discussões abertas e eventos com especialistas e organizações culturais e audiovisuais cuja atuação esteja impactada pelo tema da campanha. A estratégia aqui é localizar outros atores que possam ter interesse em um maior engajamento com a campanha, para além de replicar os conteúdos, atuando em parceria na realização de ações que possam ampliar o alcance de público e o impacto da campanha.

**Orientação Estratégica:** Para a comunicação com foco no público em geral, a narrativa deverá abordar temas do cotidiano e situações que destacam a relevância dos direitos autorais para todas as pessoas, usando exemplos práticos. Por exemplo: ao defender que os conteúdos educacionais e culturais produzidos com recursos públicos, ou parte deles, sejam compartilhados em licença livre (como: Creative Commons Atribuição, CC-BY, ou Creative Commons Atribuição-Compartilhável, CC-BY-SA), é preciso destacar que essas licenças permitem o amplo acesso às obras geradas, em contraposição ao acesso restrito a determinadas situações e em sistemas lucrativos.

E isso pode ser materializado em casos que as pessoas conheçam, seja questionando, por exemplo, shows que muitas pessoas gostariam de ver, mas que não ficaram registrados sob licença livre, ou estudos relevantes e de interesse público que só podem ser lidos por quem assina determinados periódicos científicos; ou então ao valorizar iniciativas que já conseguiram fomentar uma cultura de compartilhamento e colaboração, como a MEDIATECA Capixaba, que recentemente disponibilizou de forma aberta, gratuita e online, uma série de obras de museus e arquivos ligados à Secretaria de Cultura do Espírito Santo, viabilizando o acesso realmente público ao conteúdo.

De maneira alinhada a esta estratégia, serão identificados influenciadores com bom engajamento de público e com abordagem em temáticas alinhadas, para que possam gerar conteúdos próprios, com linguagem acessível e diversificada (por exemplo, trazendo toques de humor a algumas situações em que o direito autoral inibe o acesso ao conhecimento), buscando ampliar o alcance da campanha. Para isso, é preciso construir uma linha argumentativa personalizada para cada influenciador, mostrando de que forma a campanha tem aderência a conteúdos gerados por ele em seu canal, oferecendo subsídios, materiais de apoio com bom embasamento e viabilizando produções alinhadas.

#### **Atividades relacionadas:**

- **Parcerias estratégicas:** Identificação e proposta de colaboração com instituições como a Fundação Nacional de Artes (Funarte), a Secretaria de Audiovisual, canais de TV Universitária e Educativa, entidades de cultura livre e de ciência aberta, para ampliar o alcance e a eficácia da campanha.
- **Interlocutores locais:** Mapear e abordar atores do setor governamental, organismos multilaterais e instituições relacionadas à formulação de editais de apoio, em diferentes esferas, que possam estar abertos a conhecer os argumentos da campanha e incorporar em atividades de discussões sobre o tema, como audiências públicas, reuniões abertas, entre outras.
- **Marketing de influência:** Identificação e proposta de colaboração com influenciadores digitais de médio e grande porte, conforme número de seguidores e indicadores de engajamento; proposta de reunião para convite de colaboração com a campanha; apresentação de kit com materiais de apoio e brindes especiais, conforme a estratégia a ser desenhada.
- **Release inicial:** Envio de release para a imprensa, destacando o lançamento da campanha e seus objetivos.
- **Releases intermediários:** Envio de sugestões de pauta ao longo do primeiro semestre de 2025, abordando diferentes enfoques sobre a temática ou divulgando os

encontros e ações que ocorrerão ao longo da campanha, inclusive se realizados por organizações apoiadoras.

- **Postagens periódicas:** Publicação de posts nas redes sociais, reforçando as ações realizadas e os resultados alcançados.
- **E-mail marketing:** Envio de e-mails mensais para um mailing de parceiros, com atualizações e novidades sobre a campanha.
- **Documento norteador de comunicação:** Criação de um documento com informações centralizadas detalhando a estratégia e o plano tático da campanha, com orientações específicas para as equipes de comunicação dos parceiros.

## ORÇAMENTO

DESPESAS	DESCRIÇÃO	VALORES (R\$)
Equipe interna fixa para condução dos trabalhos gerais	1 pessoa gestora, 1 assistente de projetos  5h semanais de cada uma nos primeiros três meses de campanha  10h semanais de cada uma nos próximos seis meses de campanha	25k
Profissional de marketing de influência	Atividades de assessoria de imprensa e de articulação com influenciadores 10k  Remuneração influenciadores 10k	20k
Prestação de serviço design gráfico	1 designer gráfico (id visual + peças) freelancer <b>POR 2 MESES</b>	3k
Prestação de serviço desenvolvedor de site	1 desenvolvedor freelancer para página e área de recursos, <b>POR 1 MÊS</b>	2k
<b>Total:</b>		<b>R\$50.000,00</b>

## CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

<b>Atividades propostas</b>	<b>ago</b>	<b>set</b>	<b>out</b>	<b>nov</b>	<b>dez</b>	<b>jan</b>
Formação da equipe	x					
Realização de diagnóstico com leitura de cenário para a campanha	x					
Levantamento de materiais e aprofundamento no tema	x	x				
Entrevistas com integrantes da CDR para identificar os posicionamentos	x	x				
Desenvolvimento e distribuição de um documento acessível compilando o posicionamento da CDR		x				
Levantamento de perfis de formadores de opinião/influenciadores para que possamos apresentar previamente a campanha e identificar sinergias		x	x			
Levantamento de organizações com potencial de parceria		x	x			
Contratação de fornecedores (designer, desenvolvedor)		x				
Elaboração da identidade visual (reuniões de briefing)			x			
Desenvolvimento de modelo de organização e textos de apoio para página que reúna e apresente a campanha		x				
Validação dos argumentos e escolha das pessoas porta-voz da campanha pelo GT			x			
Definição e contratação de assessoria de imprensa			x			
Definição e contratação de influenciadores			x			
Produção dos conteúdos preliminares			x			
Apresentação de conteúdos preliminares ao GT Libex			x			

Edição do conteúdo pela equipe			x			
Preparo para implementação da campanha (ações de lançamento)			x	x		
Desenvolvimento de página da campanha (1º intern./2ºextern.)			x	x		
Desenvolvimento de pacotes de materiais para redes sociais, incluindo artes e peças gráficas			x			
Produção do pacote visual com cards para parceiros e para pessoas apoiadoras			x	x		
Produção de materiais físicos como bottons e adesivos				x	x	
Produção do guia para gestores e do e-book para sociedade em geral				x	x	x
Documento orientador para comunicação dos organizadores				x	x	x
Ativação de imprensa				x	x	x
Gravação de vídeos (com membros do GT Libex e outras pessoas indicadas)				x	x	x
Articulações para possíveis eventos como lives e reuniões abertas para o início de 2025				x	x	x

## CRONOGRAMA DE ATIVIDADES - PARTE II

Atividades propostas	fev	mar	abr
Ativação de imprensa	x	x	x
Produção do documento para criadores de conteúdo	x		
Edição de novos vídeos/depoimentos	x	x	
Participação em possíveis eventos como lives e reuniões abertas	x	x	
Atualização de página da campanha		x	
Ativação de interlocutores locais e tentativa de viabilizar audiências		x	x