

RELATÓRIO DE ATIVIDADES

(JANEIRO - MAIO)

SGBR

2023



Sumário

1. Realização	04
2. Apresentação	05
3. SGBR em números	08
4. Institucional SGBR	11
1) A instituição Sleeping Giants Brasil	12
2) A equipe	12
3) Segurança Digital	13
4) Assessoria de Comunicação	13
5) Assessoria Jurídica	13
6) Imersão	14
7) Happy Hour	15
8) Financiamento e Sustentabilidade Financeira	16
9) Acompanhamento de projetos	16
10) Guia Metodológico	17
5. Projetos	18
1) Desmonetização	19
a) #DesmonetizaJovemPan	20
b) #GoogleDesmonetizaJP	24
c) #DesmonetizaSikera	25
2) Outras Campanhas	29
a) Cobertura do 08 de janeiro	30
b) #RegulaBigTechs	32
c) #TwitterApoiaMassacres	33
d) Defesa do PL 2630	34
e) REGULA JÁ	35
f) URGÊNCIA JÁ	36
g) PL 2630 JÁ	37

Sumário

h) PL 2630, A luta Continua	39
i) PROTEJAM NOSSAS CRIANÇAS	40
j) PL 2630 PROTEGE VOCÊ	41
k) PL 2630 SALVA VIDAS	42
l) PL 2036 JÁ	43
m) PL 2630 PELAS CRIANÇAS	44
n) PL 2630 CONTRA CENSURA	47
o) #PL2630SIM	49
p) 2630 CONTRA FAKE E HATE	50
q) Engajamento Constante e denúncias contra as Big Techs	52
3) Poder comunicacional SGBR	53
a) Extremistas.br	54
b) Money blocker	55
c) Evento UNESCO - Internet for trust	57
d) SGBR - Organização Social no Mercosul	58
e) Audiovisual	59
4) Mapa de Fontes	61
5) Fraude na Ciência	63
6) Desinformação no Meio Ambiente	66
7) Fiscaliza Político	68
8) Redes de WhatsApp	69
9) Storytelling Network e Youtubers Pela Democracia	73
10) Space Giants	75
11) Jurídico e Advocacy	77
12) Clube de Gigantes	82
13) SGBR na imprensa	84

1. Realização

Relatório de atividades 2023

3 anos de SGBR

Sleeping Giants Brasil

Av. Guido Caloi, 1000 – Bl. 5 – 4o. Andar - Jd. São Luís - São Paulo – SP - CEP: 05.802-140

contato@sleepinggiantbrasil.com

mayara.stelle@sleepinggiantbrasil.com

www.sleepinggiantbrasil.com

Direção:

Humberto Santana Ribeiro Filho - Diretor Jurídico e de Pesquisas

Leonardo de Carvalho Leal - Diretor Executivo e de Comunicação

Mayara Stelle - Diretora Institucional e Administrativa

Coordenação do manual:

Mayara Stelle

Diagramação e projeto gráfico:

Sleeping Giants Brasil

Edição:

Junho de 2023

RELATÓRIO DE ATIVIDADES

SGBR
2023



**APRE
SEN
TA
ÇÃO**

2. Apresentação



Nascido nos Estados Unidos em novembro de 2016, o Sleeping Giants é um movimento ativista digital, inicialmente anônimo e independente, que promove campanhas nas redes sociais com o objetivo de inviabilizar economicamente sites, páginas e perfis que propagam desinformação, discursos de ódio, intolerância e extremismo.

No entanto, a desinformação e o ódio não são fenômenos restritos a um único país. Assim, em 18 de maio de 2020, o Sleeping Giants aterrizou de maneira turbulenta em solo brasileiro. Fruto de uma pesquisa acadêmica, em meio a uma eleição fraudulenta, desordem informacional, ódio propagado diariamente pelas redes sociais, ingerência das plataformas em relação à publicidade, verba pública desperdiçada em sites nocivos, negacionismo científico sendo propagado em uma pandemia e um ecossistema fraudulento e odioso muito bem construído, a máxima de "seguir o dinheiro" foi adotada na fundação do Sleeping Giants Brasil.

Desde então, o movimento se consolidou como um importante ator na defesa da democracia e de um ambiente digital mais saudável no país, obtendo grande relevância no cenário político e social brasileiro e sendo acompanhado por cidadãos e empresas brasileiras preocupadas com a monetização de portais de desinformação e discurso de ódio.



3 ANOS DE SGBR



Em 18 de maio de 2023, o Sleeping Giants Brasil completa três anos de atividade. É com imensa alegria e gratidão que olhamos para trás e refletimos sobre tudo o que conquistamos nesse período. Desde o nosso surgimento, o Sleeping Giants Brasil tem sido uma voz ativa na luta por um ambiente digital mais justo e responsável. Nosso compromisso em expor e combater o financiamento de discursos de ódio e desinformação tem sido incansável.

Ao longo desses três anos, alcançamos marcos significativos. Nossa mobilização e engajamento nas redes sociais despertaram a atenção de empresas, anunciantes e sociedade, fazendo com que muitos reconsiderassem sua associação a conteúdos nocivos. Essas parcerias e mudanças de postura têm sido fundamentais para a construção e luta por um ambiente mais seguro e saudável na internet.

Da mesma maneira, organismos de Estado, como o Tribunal de Contas da União, a Controladoria Geral da União e o Tribunal Superior Eleitoral, agiram de forma a endossar as atividades do SGBR, proferindo decisões e notas técnicas orientando empresas públicas, sociedades de economia mista e órgãos da administração direta a observarem as orientações do movimento.

Não podemos deixar de destacar a dedicação e o trabalho árduo de nossa equipe e dos apoiadores que acreditaram e abraçaram a nossa causa. Juntos, conseguimos monitorar e denunciar diversas situações problemáticas e criminosas, trazendo à tona práticas questionáveis e promovendo um debate saudável sobre a responsabilidade das empresas na esfera digital. Nossos seguidores e apoiadores são igualmente essenciais nessa jornada. Cada mensagem compartilhada, cada denúncia feita e cada conscientização promovida contribuem para fortalecer a nossa voz e impulsionar mudanças positivas em nossa sociedade.

À medida que avançamos para o futuro, reafirmamos nosso compromisso em continuar nossa missão de conscientização e responsabilização. Nossa determinação em combater o discurso de ódio e a desinformação permanece inabalável.

Neste mês, celebramos três anos de luta e conquistas do Sleeping Giants Brasil. Estamos prontos para os desafios que virão e confiantes de que juntos podemos construir um ambiente digital mais inclusivo, transparente e respeitoso. A fim de celebrar essa data, construímos este relatório de aniversário e se você o recebeu, saiba que VOCÊ foi parte essencial dessa jornada! Que venham muitos anos de sucesso e luta para a Sleeping Giants Brasil.

RELATÓRIO DE ATIVIDADES

SGBR
2023



SG BR

EM NÚMEROS



3. SGBR em números

R\$ 139+
MILHÕES
DESMONETIZADOS

1.550 Empresas alertadas

1.153 Empresas conscientizadas

74,39% Ações bem sucedidas

1 Nova campanha de financiamento coletivo ativa

1153 Doadores

5 Novos colaboradores integrados à equipe

1 Imersão realizada com a equipe

17 Podcasts realizados pelo Spaces

12 Relatórios produzidos

10.082 Matérias na imprensa



Perfil Verificado

573 mil seguidores
36 MI impressões / mês
685 mil curtidas / mês
64mil comentários / mês



289 mil seguidores
8 MI impressões / mês
1 MI contas alcançadas / mês
1 MI interações / mês



19 mil seguidores
324 mil impressões / mês
62 mil interações / mês



Perfil Verificado

58 mil seguidores
680 mil visualizações / mês
1 MI curtidas / mês
7 mil comentários / mês



3,5 mil usuários



124
11 mil grupos usuários

Clube de Gigantes

R\$ 120.000	projeção de arrecadação para 2023
356	doadores recorrentes / mês
1153	doadores totais
4356	doações totais
R\$ 134.000	total arrecadado
R\$ 29.000	em 778 doações via PIX
R\$ 163.000	total arrecadado em 5134 doações

RELATÓRIO DE ATIVIDADES

SGBR
2023



The background features a light beige color with a fine, repeating pattern of small, stylized floral or starburst motifs. Large, semi-transparent shapes in shades of blue and orange are positioned around the edges. Several golden-yellow starburst patterns, resembling four-pointed stars with elongated points, are scattered across the page.

INSTITUCIONAL
SG
BR

4. INSTITUCIONAL SGBR

A instituição Sleeping Giants Brasil

Em maio de 2020, o SGBR nasceu como um movimento nas redes sociais e viu seu poder comunicacional crescer exponencialmente na internet. Após consolidar-se nessas plataformas, buscamos estruturar o movimento como uma verdadeira organização. Com o objetivo de defender e promover os objetivos sociais, assim como a missão e os valores propostos pelo Sleeping Giants Brasil, temos trabalhado, desde 2023, para fortalecer e amadurecer a organização como uma associação da sociedade civil sem fins lucrativos, investindo em processos internos de amadurecimento institucional e construção coletiva e integrada.

Com o estatuto da organização protocolado em 14 de julho de 2021, passamos a reconhecer o SGBR como "um movimento de consumidores conscientes engajados em demandar das empresas, sejam elas públicas ou privadas, a adoção de comportamentos socialmente responsáveis, certificando-se de que suas atividades, produtos ou serviços não patrocinem, direta ou indiretamente, conteúdos desinformativos ou propagadores de discursos de ódio".

A visão que guia nossa instituição é um mundo em que a produção e disseminação de discursos de ódio e desinformação não sejam mais economicamente viáveis. O SGBR tem como finalidade a promoção da ética, paz, cidadania, direitos humanos, democracia e outros valores universais, especialmente por meio de ações que contribuam para qualificar a circulação de informações e o debate público no Brasil.

A Equipe

Quando o SGBR começou, éramos três estudantes de direito, anônimos por trás de todas as atividades do perfil. Mas em 2023, nos deparamos com um crescimento GIGANTE da equipe: hoje somos mais de 23 pessoas! Mais mentes, mãos e dedicação para continuar lutando contra a desinformação e os discursos de ódio por meio da comunicação e tecnologia. Buscamos fazer mais parcerias, trazer transparência ao financiamento de conteúdos nocivos e defender o jornalismo profissional, uma internet mais saudável e democrática.

Em 2023, tornou-se uma prioridade para nós investir em processos seletivos visando proporcionar igualdade racial, de gênero, sexual e regional em nossa equipe. Hoje, podemos afirmar com orgulho que a diversidade faz parte do nosso time de gigantes!



Segurança Digital

Desde o início das atividades do SGBR, o movimento tem sido frequentemente alvo de ameaças e intimidações por parte do poder público, bem como por personalidades de grande relevância na indústria da desinformação, com o intuito de prejudicar as atividades do grupo. Sabemos que os riscos envolvidos nas nossas atividades são muitos, começando pela constante perseguição sofrida pelo perfil devido ao seu impacto, o que resultou na exposição dos fundadores. No entanto, essa experiência nos ensinou a criar mecanismos de segurança e melhorar o monitoramento de riscos.

Com a expansão da equipe, a segurança digital tornou-se uma preocupação constante para o Sleeping Giants Brasil. Reconhecemos a importância de proteger nossos membros e evitar exposições indesejadas que possam comprometer nossa missão. Como organização comprometida em combater o discurso de ódio e a desinformação, entendemos que estamos lidando com questões sensíveis que, muitas vezes, nos colocam em risco. Por isso, em 2023, investimos em treinamentos especializados em segurança digital para todos os membros da nossa equipe.

Além dos treinamentos periódicos, aplicamos a nossa metodologia interna de segurança, utilizando sempre aplicativos criptografados e de open source, além de dispositivos exclusivos para o trabalho, separados dos de uso pessoal. Também disponibilizamos VPN para toda a equipe e priorizamos o uso de codinomes em todas as ferramentas utilizadas pelos membros. Utilizamos ferramentas de código aberto com criptografia e contamos com uma equipe dedicada a fornecer suporte técnico aos parceiros na implementação e manutenção das ferramentas e dispositivos. Além disso, realizamos consultorias mensais com uma equipe de segurança para garantir a manutenção dos protocolos de segurança adotados pela organização.

Assessoria de comunicação

O assédio atualmente também vai muito além da comunicação das redes sociais, por isso contamos hoje com a contratação de uma assessoria especializada em comunicação e em relacionamento com a imprensa, a Pensata, que está a todo momento disponível para a proteção de imagem da equipe e do movimento. Eles desempenham um papel essencial na divulgação de contranarrativas em resposta aos ataques que podemos receber devido à eficácia do trabalho.

Assessoria Jurídica

Infelizmente, também estamos acostumados com o assédio judicial, que se torna bastante presente devido ao impacto real na retirada de recursos financeiros de propagadores de conteúdos desinformativos e odiosos. Por isso, hoje contamos com o escritório Carvalho & Siqueira Advogados, especializado na defesa do terceiro setor e de ativistas, que está disponível para fornecer suporte jurídico na defesa e no encaminhamento de ações relacionadas ao SGBR



Ao adotar essas medidas, buscamos minimizar os riscos associados ao trabalho que desenvolvemos, mantendo a integridade e a segurança de nossa equipe. Reconhecemos que a proteção de informações confidenciais e a segurança de nossos colaboradores são fundamentais para o sucesso contínuo da Sleeping Giants Brasil.

Portanto, estamos empenhados em aprender e evoluir constantemente em relação à segurança digital. Mantemos atualizações regulares sobre as melhores práticas e as últimas tendências em segurança, a fim de estarmos preparados para lidar com possíveis ameaças.

Com uma equipe bem treinada e consciente da importância da segurança digital, podemos continuar avançando em nossa missão com confiança, sabendo que estamos tomando as medidas necessárias para proteger nossa equipe e nossos esforços.

Imersão

A equipe do Sleeping Giants Brasil está completamente adaptada ao trabalho na modalidade remota, em um cenário em que o ambiente virtual se tornou nossa principal ferramenta de comunicação e colaboração. Embora estejamos separados geograficamente, continuamos comprometidos com nossa missão e mantemos uma conexão sólida por meio da tecnologia.

No entanto, reconhecemos a importância do contato presencial e da interação face a face para promover um ambiente de trabalho colaborativo e fortalecer os laços entre os membros da equipe. Por isso, desde o início de 2023, nos comprometemos a realizar um encontro físico anual, no qual todos os colaboradores poderão se reunir pessoalmente, em uma imersão do SGBR.

Realizada entre os dias 4 e 11 de março, a imersão de 2023 proporcionou uma oportunidade única para nos conhecermos melhor, compartilharmos experiências, trocarmos ideias e fortalecer ainda mais nosso espírito de equipe. Além disso, permitiu que trabalhássemos em conjunto de forma mais efetiva, explorando sinergias e maximizando nossos esforços coletivos.

Além dos benefícios da aproximação e do trabalho conjunto, o encontro também oportunizou benefícios adicionais para nossa equipe. A interação pessoal pôde fortalecer os laços profissionais e pessoais, melhorar a comunicação e aumentar a confiança entre os membros da equipe. Também serviu como uma oportunidade para desenvolver habilidades, participar de workshops de segurança digital e atividades de desenvolvimento profissional.

A partir dessa experiência, estamos comprometidos em garantir que esse encontro seja um momento enriquecedor e produtivo para todos os envolvidos. Planejamos cuidadosamente cada aspecto, levando em consideração a logística, o local, as atividades e a segurança de todos os participantes.



Embora o SGBR trabalhe virtualmente, nosso encontro físico anual será sempre uma ocasião especial para celebrar nossas conquistas, reforçar nossos laços e estabelecer metas e estratégias conjuntas para o futuro. Estamos ansiosos para proporcionar cada vez mais à equipe esses momentos de conexão e crescimento mútuo, uma vez que no Sleeping Giants Brasil valorizamos a união e a colaboração entre todos.

O encontro físico anual é mais um passo em direção ao fortalecimento de nossa coesão e eficácia, enquanto continuamos a trabalhar juntos para criar um ambiente digital mais saudável e responsável.

Happy Hour

Além do nosso encontro presencial anual, desde o fim de 2022, a equipe do Sleeping Giants Brasil também realiza uma confraternização de fim de ano que busca promover a aproximação entre os colaboradores e fortalecer os laços em um ambiente descontraído e festivo.

Durante essa confraternização, realizamos uma tradicional troca de presentes no formato de amigo secreto. Essa atividade não apenas traz alegria e diversão, mas também nos permite conhecer melhor uns aos outros e criar laços de amizade além do ambiente de trabalho.

Aproveitamos também a ocasião para refletir sobre o progresso alcançado ao longo do ano e discutir novas metas e desafios para o Sleeping Giants Brasil no próximo ano. Essas conversas são essenciais para manter todos alinhados e motivados em nossa missão de combater o discurso de ódio e a desinformação. Durante essa confraternização, celebramos nossas conquistas e compartilhamos histórias de sucesso. Expressamos nossa gratidão pelos esforços individuais e coletivos, reconhecendo o trabalho árduo de cada membro da equipe e a importância de seu comprometimento para o crescimento contínuo do Sleeping Giants Brasil. Além disso, aproveitamos a ocasião para apresentar novas metas e desafios para o próximo ano. Essas discussões nos ajudam a visualizar o futuro e traçar estratégias que nos permitirão enfrentar os desafios futuros com confiança e determinação.

A confraternização de fim de ano é uma oportunidade valiosa para estreitar nossos laços como equipe, comemorar nossas conquistas e definir o caminho a seguir. É um momento de união, celebração e renovação de energias para enfrentar os desafios que nos aguardam no ano seguinte.

No Sleeping Giants Brasil, reconhecemos a importância de valorizar e cuidar de nossa equipe. Através desses momentos de encontro e confraternização, buscamos criar um ambiente de trabalho saudável e inspirador, fortalecendo a união e a colaboração entre todos os envolvidos. Estamos ansiosos para a próxima confraternização de fim de ano, onde poderemos celebrar juntos mais um ano de progresso e definir novas metas para o Sleeping Giants Brasil.



Financiamento e Sustentabilidade Financeira

Até o final de 2020, o Sleeping Giants Brasil recebia apoio apenas para resguardar questões de segurança física e digital do projeto. No entanto, o cenário mudou a partir de dezembro de 2020, quando a organização passou por um processo de transição e decidiu abrir sua primeira campanha de financiamento coletivo, passando a receber apoio de simpatizantes da causa. Desde então, o SGBR tem enfrentado o desafio de buscar cada vez mais fontes de financiamento e diversificar seus recursos.

Para nós, a diversificação das fontes de financiamento é de extrema importância para a sustentabilidade e independência do SGBR. Como uma organização comprometida em combater o discurso de ódio e a desinformação, contar com uma variedade de fontes de recursos é fundamental para garantir a continuidade de nossas atividades e preservar nossa autonomia.

Uma base diversificada de financiamento nos proporciona estabilidade e flexibilidade. Isso nos permite alocar recursos estrategicamente, investir em projetos de longo prazo e responder a necessidades e desafios emergentes. Também fortalece nossa resiliência financeira, permitindo-nos enfrentar possíveis interrupções ou flutuações no financiamento. Além disso, a diversificação das fontes de financiamento promove transparência e responsabilidade. Ao envolver diversos doadores, incentivamos uma rede de apoio e colaboração, construindo confiança e credibilidade dentro da comunidade. Essa transparência ajuda a manter a integridade de nosso trabalho e garante que nossas ações estejam alinhadas com nossa missão e valores.

Atualmente, o Sleeping Giants Brasil conta com diversos parceiros que financiam a estrutura institucional e os projetos de combate à desinformação e ao discurso de ódio. Os recursos são provenientes de doações de fundações e pessoas físicas, editais e patrocínios a projetos. Tudo isso possibilitou que a organização praticamente quadruplicasse de tamanho em termos de receita desde 2020. Em 2023, com a maturidade e a estrutura em desenvolvimento, pretendemos intensificar ainda mais as fontes de receita, com o objetivo de assegurar a estabilidade financeira da organização, bem como a continuidade do trabalho que desenvolvemos. No SGBR, estamos comprometidos em buscar ativamente e cultivar parcerias de financiamento diversas. Reconhecemos que uma base ampla e variada de apoio é vital para nosso sucesso contínuo no combate ao discurso de ódio e à desinformação.

Acompanhamento dos projetos

Hoje, o SGBR executa cerca de 15 projetos dentro da organização, distribuídos entre as áreas Institucional, Comunicação, Pesquisa, Jurídico e Advocacy. Com a expansão de nossos projetos no SGBR, identificamos a necessidade de um monitoramento mais abrangente de nossas campanhas e projetos. Reconhecemos a importância de obter um entendimento mais profundo das dinâmicas online e offline, assim como garantir maior clareza e publicidade em nossas iniciativas.



À medida que nossa organização cresceu e expandiu sua atuação, tornou-se essencial acompanhar de perto o impacto e o alcance das campanhas e projetos. Para isso, em 2023, estamos investindo nossos esforços em um monitoramento mais completo, capaz de avaliar melhor o desempenho de nossas estratégias, identificar áreas de melhoria e aproveitar oportunidades para ampliar nosso alcance e engajamento.

Ao promover um monitoramento mais completo e constante dos projetos atualmente desenvolvidos pelo SGBR, também desejamos garantir maior clareza e transparência em relação ao nosso trabalho. Queremos fornecer periodicamente aos apoiadores informações precisas e atualizadas sobre nossas atividades, metas e resultados. Isso não apenas fortalecerá a confiança em nossa organização, mas também nos ajudará a engajar e envolver mais pessoas em nossa causa.

Guia Metodológico

Em 2023, o Sleeping Giants Brasil está comprometido em promover um amadurecimento institucional contínuo para fortalecer nossa organização e a efetividade de nossas ações. Como parte desse processo, estamos empenhados em desenvolver um guia metodológico abrangente que nos oriente nessa jornada de crescimento e aprimoramento.

O guia metodológico será um recurso valioso que nos auxiliará na definição de diretrizes e estratégias para fortalecer nossa estrutura organizacional, promover boas práticas de governança e maximizar nosso impacto no combate ao discurso de ódio e à desinformação. O guia abordará diversos aspectos fundamentais para o amadurecimento institucional. Ele fornecerá orientações claras sobre a definição de metas e objetivos estratégicos, a criação de um plano de ação eficaz e a implementação de avaliações regulares para medir nosso progresso. Além disso, o guia metodológico também abordará questões relacionadas à gestão de recursos humanos, incluindo a capacitação e o desenvolvimento de nossa equipe. Fornecerá detalhes sobre práticas de liderança, gestão de projetos, comunicação interna e externa, e a importância de fomentar um ambiente de trabalho inclusivo e colaborativo.

Adicionalmente, o guia metodológico abordará a importância do monitoramento e da avaliação contínua de nossas atividades. Sugestões de indicadores-chave de desempenho relevantes para nossos projetos serão oferecidas, permitindo-nos medir e comunicar de forma eficaz o impacto positivo que estamos alcançando.

Ao construir esse guia metodológico, estaremos investindo em nossa própria capacidade de crescimento e transformação. Ele nos fornecerá um conjunto de práticas e diretrizes que servirão como referência para nossas ações, garantindo que nossas decisões sejam embasadas, estratégicas e alinhadas com nossa visão e missão. Estamos animados com a construção do guia para o amadurecimento institucional do Sleeping Giants Brasil. Através dele, buscaremos fortalecer nossa organização, aprimorar nossos processos e alcançar resultados cada vez mais significativos em nosso trabalho de promoção de um ambiente digital mais justo e responsável.



/PROJETOS

**DES
MO
NE
TIZA
ÇÃO**

5. PROJETOS

Desmonetização

“Há uma ecologia de ideias ruins, como há uma ecologia das ervas daninhas, e é uma característica do sistema que erros básicos se disseminam. Eles se ramificam como um parasita enraizado nos tecidos da vida, e transformam tudo em uma bagunça bastante singular”

(Gregory Bateson – Patologias da epistemologia)

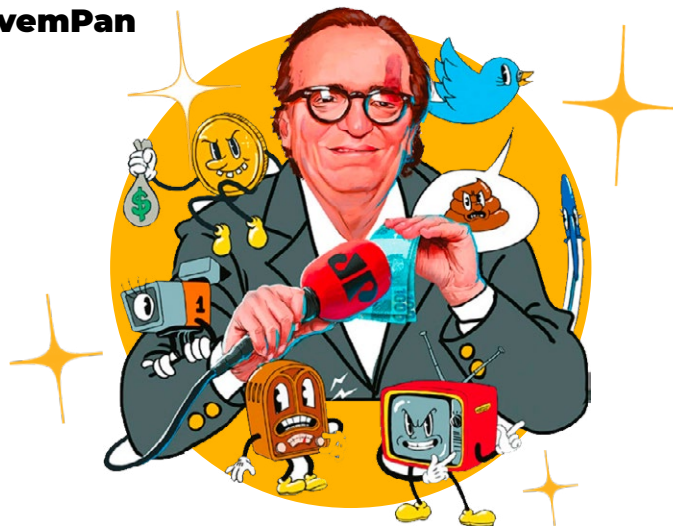
O Sleeping Giants Brasil desempenha um papel fundamental na desmonetização de extremistas, combatendo o financiamento dos discursos de ódio e da desinformação. Ao longo dos últimos anos, a instituição realizou uma série de campanhas com o objetivo de conscientizar empresas e consumidores sobre a importância de uma comunicação empresarial responsável no ambiente online, especialmente em relação aos anúncios veiculados na mídia programática, uma vez que, assim como a imprensa profissional, hoje o ecossistema de desinformação e ódio é financiado essencialmente pela publicidade corporativa. Isso ocorre porque a publicidade digital permite a distribuição automática e direcionada de conteúdo publicitário por meio de plataformas de mídia programática, como o Google AdSense. Nesse cenário, as empresas/anunciantes exercem pouco ou nenhum controle sobre o destino de suas campanhas, que por vezes são veiculadas em canais e portais que produzem conteúdos lesivos à ordem democrática, à proteção da pessoa humana e demais direitos difusos e coletivos. Dessa forma, financia-se a "indústria da desinformação", ainda que os anunciantes não saibam que sua publicidade monetiza a produção desse conteúdo.

Mas há soluções. Por meio de campanhas exigindo a Responsabilidade Social das empresas, o SGBR conseguiu desestabilizar a desinformação e o ódio por meio de uma estratégia de follow-the-money. Ao alertar as empresas sobre o destino final de seus recursos publicitários, o movimento tem dado certo e desorganizado o ecossistema da desinformação ao bloquear a distribuição de anúncios para sites e canais indicados pelo movimento.

No decorrer do ano, o SGBR manteve suas atividades de comunicação empresarial por meio de ações e estratégias diversificadas, sempre com o objetivo de conscientizar as empresas sobre os riscos associados ao apoio, seja ele voluntário ou involuntário, a conteúdos prejudiciais. O movimento acredita que, unidos, temos o poder de transformar, construindo um ambiente no qual as marcas podem se orgulhar de suas associações e os consumidores podem confiar em uma comunicação autêntica e responsável. Estamos comprometidos em criar um futuro onde a integridade e a transparência sejam os pilares da publicidade, contribuindo para uma sociedade mais informada e equilibrada. Exemplos das campanhas e comunicações empenhadas neste ano foram:



#DesmonetizaJovemPan



A campanha: Em dezembro de 2022, o SGBR deu o pontapé inicial a uma das campanhas mais desafiadoras da história do movimento: a campanha #DesmonetizaJovemPan. A campanha tomou as redes a fim de interromper as fontes primárias de financiamento daquele que pode ser identificado como um dos principais canais de disseminação de fake news e discursos de ódio no Brasil atualmente, o grupo Jovem Pan.

A campanha foi projetada para inspirar empresas anunciantes a adotarem uma postura corajosa e responsável contra a visibilidade negativa e perigosa que a Jovem Pan alcançou no campo extremista do Brasil nos últimos anos, ao propagar fake news e promover discursos de ódio contra minorias, através de seus comentaristas que construía suas falas sem nenhum tipo de respeito ético ao rigor profissional essencial para a atividade jornalística. Dentre as ações condenáveis dos comentaristas, estão falas antissemitas, negacionismo científico, ataques a vacinas e discursos odiosos feitos durante a programação. Além disso, o grupo passou a abordar a veiculação de discursos golpistas, mentirosos, violentos e inflamatórios contra o Estado democrático de direito e as instituições brasileiras, os quais foram amplamente reconhecidos como prejudiciais à estabilidade democrática do país. Assim, no dia 21 de dezembro de 2022, lançamos a campanha #DesmonetizaJovemPan.

8 de janeiro: A Jovem Pan, hoje um dos maiores veículos de mídia do Brasil, nos últimos anos construiu seu público inflando discursos golpistas, antidemocráticos e fraudulentos. A extensão dos danos causados pelo conteúdo produzido pela emissora ficou ainda mais evidente durante os atos de 8 de janeiro, quando terroristas invadiram os prédios do Estado e depredaram objetos públicos. Os comentaristas da emissora acompanharam e incentivaram a ação. Como registro da data, ficaram as falas de comentaristas que relativizaram a violência dos golpistas, questionaram o resultado das urnas e atacaram o Judiciário com teorias conspiratórias, ilustradas por imagens ao vivo de dezenas de milhões de reais em patrimônio público sendo reduzidos a escombros. Esse evento evidenciou que as ações da Jovem Pan não seguiam o rigor técnico e ético da atividade jornalística, mas sim a sede de disseminar ódio e destrutividade sobre as estruturas democráticas, incentivando aqueles que consumiam seus conteúdos a cometerem crimes em função de uma ideologia política.

Investigados pelo MPF: A partir da mobilização e das ações graves da emissora, em 9 de janeiro o Ministério Público Federal (MPF) instaurou um inquérito civil para apurar a conduta da Jovem Pan na disseminação de conteúdos desinformativos a respeito do funcionamento das instituições brasileiras e com potencial para incitar atos antidemocráticos. O foco da investigação instaurada será a veiculação de notícias falsas e comentários abusivos pela emissora, sobretudo contra os Poderes constituídos e a organização dos processos democráticos do país.

Contas e passaportes retidos: No dia 03 de janeiro, os comentaristas da Jovem Pan, Rodrigo Constantino, Paulo Figueiredo e Fernando Conrado, que frequentemente atacavam a democracia durante os programas da Jovem Pan, tiveram suas contas retidas por decisão do ministro Alexandre de Moraes.

Demissões: Em 10 de janeiro, após 22 empresas já terem deixado o patrocínio à emissora, três dos comentaristas mais radicais da emissora — Rodrigo Constantino, Paulo Figueiredo e Zoe Martinez — foram demitidos. Esse movimento demonstrou a capacidade de gerar resultados através da campanha, mas também reafirmou a percepção de autorreconhecimento da instituição, ou seja, a manutenção desses comentaristas era proposital, e o radicalismo é parte integrante da linha editorial da JP. As demissões de comentaristas não foram o bastante para acalmar os ânimos dos consumidores, que continuaram participando da campanha de forma ativa.

Afastamentos: Em uma estratégia para frear a campanha, a JP decidiu trocar de diretor, afastando o empresário Antônio Augusto Amaral de Carvalho Filho, conhecido como Tutinha, do cargo. No entanto, a percepção da sociedade como um todo é que a problemática da Jovem Pan não está apenas em quais pessoas ocupam os cargos decisórios, mas sim em toda a construção editorial da emissora, e a campanha continuou contando sempre com a participação espontânea de consumidores pelas redes sociais.

Destaque na UOL: Com o perfil "Davi x Golias": a campanha do Sleeping Giants Brasil contra a Jovem Pan", a campanha #DesmonetizaJovemPan ganhou visibilidade no site UOL, sendo a segunda matéria mais lida do dia 16 de janeiro.

MAIS LIDAS

- 1 Bando aluga salas em prédio e rouba R\$ 10 milhões de empresa vizinha em SP
- 2 'Davi contra Golias': a campanha do Sleeping Giants Brasil contra a JP
- 3 Aluna da USP diz que desviou R\$ 927 mil de formatura após ter sofrido golpe
- 4 Barney: As frases que deveriam impedir Fred de entrar no BBB 23

Vitória na justiça: O Sleeping Giants obteve uma vitória na justiça contra a Jovem Pan para impedir que a Jovem Pan deletasse vídeos que estavam sob investigação. A ação foi apresentada ao Tribunal de Justiça de São Paulo, com o objetivo de obrigar o Google Brasil a preservar 2.309 vídeos publicados no canal da Jovem Pan no YouTube.



Impacto: Durante os 149 dias da campanha, obtivemos um impacto significativo, conquistando a conscientização de 95 empresas e desmonetizando a impressionante quantia de R\$ 22.436.100,00. Além disso, alcançamos o marco de 44 empresas conscientizadas apenas no primeiro mês, com 649 mil interações e mais de 1.174.760 milhões de curtidas, somente no Twitter.

Esses resultados são particularmente significativos, considerando que não se trata apenas de anunciantes da mídia programática, mas também de grandes empresas que ocupavam espaços nos programas da emissora, como a CAO A Cherry e o Banco Safra. Essas empresas compreenderam que não é uma opção monetizar o ódio e a desinformação e, por decisão própria, encerraram seus contratos de publicidade com o grupo, assumindo um compromisso claro com os valores éticos e a promoção de uma comunicação responsável.

Jovem Pan perde grandes anunciantes:

Em 13 de fevereiro de 2023, a Jovem Pan entrou com uma ação na justiça contra o SGBR, alegando um prejuízo de mais de R\$ 800 mil após a campanha de desmonetização. Em e-mails de diretores anexados ao processo, aos quais o Intercept Brasil teve acesso, a organização lamenta a perda de dois anunciantes: a CAO A Cherry, que suspendeu seu contrato no valor de R\$ 728.634,00, e a Toyota, que também retirou seu patrocínio de R\$ 109.113,28, devido à repercussão de nossa campanha.

SPLASH

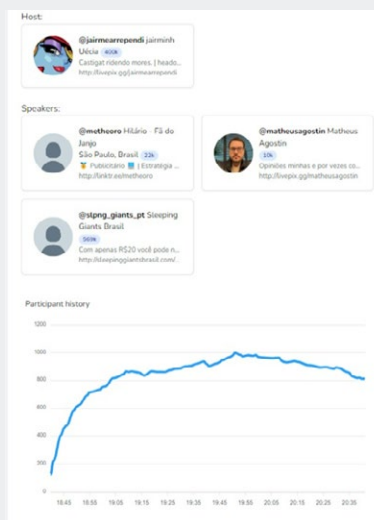
Jovem Pan processa Sleeping Giants e diz que perdeu R\$ 800 mil, diz site



Jovem Pan perdeu anunciantes após movimento de desmonetização

O Maior Space em português:

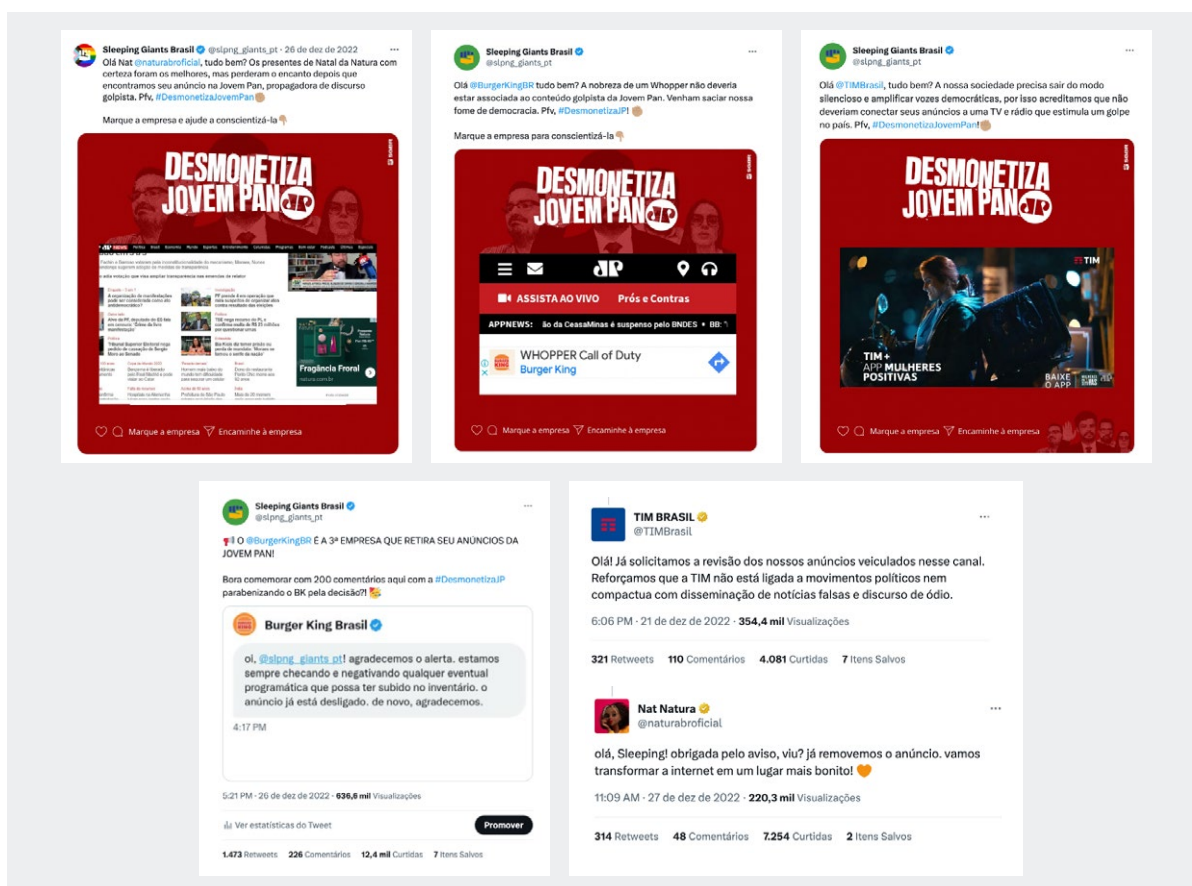
Em 13 de fevereiro, no mesmo dia em que a empresa noticiou o processo movido pela Jovem Pan contra o Sleeping Giants Brasil, devido à perda de grandes anunciantes, participamos de um Twitter Space com o perfil @Jairmearrependi, para discutir as atualizações da campanha Desmonetiza Jovem Pan. O Space foi o mais ouvido em língua portuguesa na plataforma durante a transmissão.



Nova vitória na Justiça: Em março, o Tribunal de Justiça de São Paulo rejeitou o pedido de liminar da Jovem Pan para tirar do ar a campanha #DesmonetizaJovemPan. Em mais uma tentativa de censura, o grupo Jovem Pan alegou "problemas financeiros" para tentar derrubar a desmonetização. A justiça de São Paulo mais uma vez negou os pedidos, reafirmando que a campanha do Sleeping Giants não viola nenhuma regulamentação brasileira.

Jovem Pan com menos anunciantes que suas concorrentes: Segundo o balanço divulgado pelo UOL no mês de abril, em um período de dez horas avaliado, a Jovem Pan teve apenas três anúncios, enquanto suas concorrentes diretas, como a CNN e a GloboNews, tiveram 11 e 13 anunciantes, respectivamente, no mesmo período. O estudo destacou que a queda de anunciantes da Jovem Pan ocorreu devido à campanha do Sleeping Giants Brasil.

Repercussão internacional: Em 18 de abril, a campanha #DesmonetizaJovemPan foi destaque em um artigo do Reuters Institute. O artigo, escrito em inglês, apontava as semelhanças entre o caso da Jovem Pan e a Fox News, emissora dos Estados Unidos. A campanha #DesmonetizaJovemPan continua ganhando força e impacto, despertando a consciência das empresas e incentivando-as a adotar uma postura coerente com uma sociedade mais justa e informada. Continuaremos avançando nesse caminho, inspirando mais empresas a se juntarem a nós nessa luta pela integridade e pela construção de um ambiente publicitário mais ético e responsável.



#GoogleDesmonetizaJovemPan

Um novo passo: Em novembro de 2022, o YouTube decidiu desmonetizar os canais da rede Jovem Pan por conta de "desinformação eleitoral e violações das diretrizes de publicidade da plataforma relacionadas a questões polêmicas e eventos sensíveis". Em 26 de janeiro de 2023, iniciamos uma nova fase da campanha de desmonetização da Jovem Pan. Tendo como base os Termos de Uso construídos pela própria empresa, pedimos ao Google que retirasse os anúncios de mídia programática do site da emissora, assim como foi feito no canal do YouTube, uma vez que, identificadas as repetidas violações dos termos de uso no YouTube, as mesmas violações poderiam ser facilmente identificadas também no site, dado que os conteúdos da JP no portal são replicados dos conteúdos do YouTube.

A campanha: O novo passo iniciou com a produção de um vídeo especial de lançamento, no qual mostramos infrações aos termos de uso cometidas pela emissora e suas consequências no contexto político brasileiro, materializadas nos atos terroristas de 8 de janeiro. Na ação, reivindicamos que a plataforma cumprisse seus próprios termos e encerrasse a monetização da Jovem Pan. A tag #GoogleDesmonetizaJP chegou ao 5º lugar nos trending topics do Twitter, com mais de 12 mil tweets simultâneos. Junto à ação de mobilização, foi enviada uma notificação extrajudicial para o Google, buscando impedir a monetização dos vídeos da Jovem Pan, demonstrando os variados ângulos em que os conteúdos veiculados pela emissora violaram as regras estabelecidas pelo Google, reforçando a necessidade de a empresa assumir sua responsabilidade social.

Essas ações são reflexo do nosso compromisso em promover uma comunicação ética e responsável, além de incentivar todas as empresas e plataformas a agirem de forma consciente no combate aos discursos de ódio e à desinformação. Acreditamos que é dever de todas as empresas zelar pela integridade da informação e por um ambiente online seguro e saudável para os usuários e, junto com nossa comunidade de apoiadores e instituições parceiras, continuaremos usando todas as ferramentas disponíveis para garantir que as empresas assumam sua responsabilidade social e sigam as diretrizes estabelecidas para uma comunicação mais consciente e inclusiva.



#DesmonetizaSikera



Falas problemáticas: Às vésperas do Dia do Orgulho LGBTQIA+, a campanha #DesmonetizaSikera ganhou as redes sociais. A iniciativa é liderada pelo Sleeping Giants Brasil, em parceria com a Aliança LGBTI, All Out e o Canal Põe na Roda, em resposta aos repetidos posicionamentos LGBTfóbicos do apresentador Sikêra Júnior, da Rede TV, em seu programa de TV.

Durante o programa "Alerta Nacional" em 25 de julho de 2021, o apresentador proferiu discursos de ódio ao criticar veementemente a campanha do Burger King, rede de fast food, para o Mês do Orgulho LGBTQIA+. A propaganda em questão tinha como objetivo desmistificar a pergunta "Como vou explicar para o meu filho a sigla LGBTQIA+?" e mostrava crianças falando naturalmente sobre o amor entre pessoas do mesmo sexo. Em uma reação agressiva e homofóbica à publicidade, o apresentador disparou suas opiniões em rede nacional:

"Não é normal rapaz. Pode ser pra você e seu macho dentro da sua casa. Mas na vida do cidadão brasileiro, cidadão de bem, da família tradicional nunca. Se quer dar o rabo, dê. Mas não leve as crianças não. Raça do cão. Tudo maconheiro [...] Vocês não têm filhos, não procriam, não reproduzem. Eu cheguei à seguinte conclusão: vocês precisam de tratamento. Que tara é essa de pegar as crianças do Brasil? Se você quer dar esse rabo, dê, mas não leve as crianças. Isso é pedofilia e abuso infantil. Preconceito existe e isso nunca vai ser normal para um homem de bem, um homem de família [...] Essa raça desgraçada."



As falas do apresentador atacavam diretamente não apenas a campanha da rede de fast food, mas também toda a comunidade LGBTQIA+. Ele aproveitava seu espaço televisivo para contribuir e reforçar um discurso de ódio. Não era a primeira vez que Sikêra Junior propagava ódio e intolerância contra a comunidade LGBTQIA+. Ele já havia associado a homossexualidade ao crime de pedofilia e ao uso de drogas, chegando ao ponto de questionar ao vivo: "Imagina ter um filho viado e não poder matar?". Em 2020, uma publicação de Sikêra foi excluída das redes sociais após afirmar que "transgênero é uma pessoa que não aceita o próprio nome, o próprio corpo, a própria voz, a própria vida. Mas quer ser aceito por todo mundo". Em janeiro de 2021, nas redes sociais, Sikêra publicou que a Covid-19 era um "H1N1 com uma baita assessoria de marketing". Uma semana depois, dezenas de pessoas morreram em uma crise por falta de oxigênio em Manaus, onde ele apresentava seu programa de TV.

No comando do programa policiaisco Alerta Geral, Sikêra utilizava o sensacionalismo como artifício para atrair audiência. Sua narrativa era baseada em cadáveres, gravações de suspeitos em delegacias, vítimas expostas e, invariavelmente, discursos contrários aos direitos humanos e à violência policial. O Alerta Geral rebaixou os padrões do telejornalismo na Rede TV.

As denúncias do Sleeping Giants Brasil rapidamente se tornaram um dos assuntos mais comentados do Twitter, e milhares de pessoas manifestaram apoio à comunidade LGBTQIA+ e repúdio às falas de Sikêra Junior. Afinal, os discursos de desumanização das minorias sociais suprimem suas liberdades.



A campanha: A hashtag #DesmonetizaSikera esteve no topo dos trending topics do Twitter por uma semana, e a debandada de anunciantes foi sucessiva. Mais de 64 empresas cortaram o patrocínio do programa na TV, seguidas por mais 142 que excluíram o canal do YouTube da lista do AdSense. Já o intervalo comercial do Alerta Nacional foi reduzido em 57% por falta de empresas interessadas em patrocinar o telejornal.



Investigado: Ainda durante a campanha, o senador Fabiano Contarato (PT) solicitou ao Ministério Público que abrisse uma investigação contra o apresentador, pois, de acordo com o parlamentar, "liberdade de expressão não pode ser usada para cometimento de crimes".

O caso ganhou mais contornos quando Sikêra Júnior passou à condição de investigado em ação civil pública movida pelo Ministério Público Federal, na qual o apresentador foi formalmente denunciado pelo crime de homofobia, indenizável em R\$ 10 milhões por danos morais coletivos, valor que será destinado à estruturação de centros de cidadania LGBTI. Também em busca de mínima reparação, a Aliança Nacional LGBTI entrou com ação civil pública no valor de R\$ 5 milhões contra Sikêra Júnior, RedeTV e TV A Crítica, por danos morais coletivos à comunidade.



Demitido: No dia 08 de abril de 2023, foi anunciado oficialmente tanto o encerramento do programa Alerta Nacional quanto a saída definitiva do apresentador da emissora RedeTV!. O canal preferiu arcar com a possibilidade de multa rescisória de 17 milhões de reais do que mantê-lo em sua grade de programação. Essa notícia representa um marco significativo em nossa campanha, iniciada em junho de 2021, com o objetivo de desmonetizar Sikêra Jr.



Nossa campanha alcançou resultados impressionantes ao longo desse período, conseguindo alertar um total de 309 empresas que monetizaram de alguma forma Sikêra Jr, e dessas, 206 responderam positivamente à nossa iniciativa, retirando seus anúncios tanto do programa na televisão quanto do canal no YouTube. Empresas como MRV e Hapvida estão entre aquelas que optaram por não mais apoiar o apresentador.

O impacto dessas denúncias e a pressão exercida pela sociedade foram fundamentais para a tomada de decisão pela RedeTV! em encerrar o programa e rescindir o contrato com o apresentador. Acreditamos que essa conquista é um passo importante no combate à homofobia e aos ataques de ódio na televisão brasileira. Demonstra também que as marcas e empresas têm o poder de influenciar positivamente, optando por não se associar a discursos discriminatórios e prejudiciais à sociedade.



Sikera Jr é o lobo de Sikera Jr.

O apresentador deu causa à sua própria demissão ao comportar-se, reiteradamente, de maneira ilícita e antiética. Não é razoável acreditar que a irresponsabilidade da conduta do apresentador e da emissora não produziram resultados negativos à sua reputação e aos seus acordos comerciais.

Desde 2021, as denúncias públicas realizadas pelo Sleeping Giants levaram mais de 200 empresas a se dissociarem do apresentador e/ou da Rede TV! Anunciantes não desejam ter suas marcas associadas a uma figura conhecida por atacar a dignidade humana de diversos grupos.

Da mesma maneira, o Ministério Público e a Justiça brasileira têm cumprido o seu papel constitucional buscando a reparação dos danos que Sikera e Rede TV causaram aos direitos de milhões de brasileiros que foram vítimas dos discursos de ódio veiculados em rede nacional, em horário nobre, através de uma concessão pública. São ao menos três as Ações Cíveis Públicas enfrentadas pelo apresentador e pela emissora.

Agora, a Rede TV e Sikera Jr decidem encerrar as relações movidos, segundo a imprensa, pelo diagnóstico de que os anunciantes deixaram a emissora não apenas no horário de transmissão do Alerta Nacional, mas em toda a grade da Rede TV.

O papel da sociedade em exigir de empresas anunciantes uma conduta empresarial responsável foi um elemento central para os desdobramentos de hoje.

À Rede TV e aos veículos de mídia em geral fica a lição: o mundo mudou e com as novas tecnologias da informação a sociedade passou a gozar da capacidade de se mobilizar para denunciar comportamentos antiéticos da mídia.

Mudou também, por consequência, o comportamento de anunciantes que tem sido cobrados a exigirem, cada vez mais, um elevado padrão de responsabilidade com os Direitos Humanos dos espaços publicitários que ocupam. Essa tendência apenas começou e se intensificará nos próximos anos. Esse é o compromisso do Sleeping Giants Brasil.



9:10 PM · 13 de abr de 2023 · 482,6 mil Visualizações



OUTRAS CAMPANHAS



Outras campanhas

Em 2023, a instituição vem assumindo, cada vez mais, um forte papel social de protagonismo em pautas de interesse público, desenvolvendo campanhas não só de desmonetização, mas também que assegurem a continuidade e estabilidade do ambiente democrático do nosso país.

Por meio de ações estratégicas, caracterizadas tanto por ações no ambiente virtual quanto por atuação presencial, associadas à mobilização da sociedade civil, o Sleeping Giants Brasil vem demonstrando estar comprometido em criar um impacto positivo e duradouro, usando todas as ferramentas ao alcance para pautar o combate à desinformação, levando sempre em nossos materiais e posicionamentos a voz de milhares de seguidores unidos em uma comunidade de consumidores conscientes. Nosso objetivo é promover uma cultura de responsabilidade, combater discursos de ódio e desinformação, e fortalecer os alicerces de uma sociedade mais justa e inclusiva.

Cada campanha é pensada e desenhada em diálogo contínuo com parceiros estratégicos, como o Storytelling Networking. A estratégia é construída levando em conta fatores como o ambiente político do momento e o público-alvo de cada ação. Em 2023, a instituição continuou aplicando métodos de sucesso, mas também criou novas ferramentas de pressão. Um exemplo é o uso de disparos de e-mails para pressionar deputados e a extensão MoneyBlock.

As ações do Sleeping Giants Brasil foram muitas, e suas abordagens foram multissetoriais. As campanhas e comunicações empenhadas neste ano foram:

Cobertura do 8 de janeiro

A invasão: O dia 8 de janeiro de 2023 foi marcado pela invasão à Praça dos Três Poderes por radicais apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro (PL). Após a não aceitação da derrota nas urnas e a alegação de fraude, um dos objetivos desses radicais era uma intervenção militar para manter o presidente derrotado no poder. Diversas pessoas de vários estados do Brasil chegaram a Brasília em caravanas organizadas a partir dos "QGs" que foram montados em frente aos quartéis do exército logo após o resultado do segundo turno das eleições. Essas caravanas tiveram diversos articuladores e financiadores.

Os atos realizados em 8 de janeiro em Brasília não foram, portanto, um evento inédito sem precedentes. Os discursos desinformativos acerca do processo eleitoral, como as fake news produzidas em torno da efetividade das urnas eletrônicas e, posteriormente, a tentativa de apresentar auditorias que comprovassem alguma fraude no resultado das eleições presidenciais, consolidaram um cenário de instabilidade diante do resultado das eleições em 30 de outubro de 2022. Esse cenário desencadeou inúmeros atos e organizações, incluindo acampamentos e paralisações espalhados por todo o país. A inconformidade com o resultado de uma eleição vencida democraticamente provocou diversos eventos que pediam intervenções capazes de anular a posse de Lula.



Nosso papel no ocorrido: O vandalismo desencadeado durante esses eventos possibilitou que eles fossem interpretados como atos antidemocráticos. As redes sociais, com destaque para o WhatsApp e o Telegram, foram utilizadas como meios de convocação para esses atos, sendo utilizadas para organizar desde greves e caravanas até a arrecadação de mantimentos e dinheiro para os manifestantes acampados nos QGs espalhados por todo o Brasil, principalmente em Brasília.

Dessa maneira, o SGBR teve como objetivo utilizar os perfis para escancarar a organização dos atos antidemocráticos e expor os canais, perfis e sites que estavam apoiando e incentivando a depredação da Praça dos Três Poderes e Brasília.



O dinheiro por trás do caos: Além disso, por meio da geração cidadã de dados, o SGBR desenvolveu um trabalho de identificação de financiadores e figuras públicas que impulsionaram os atos antidemocráticos em Brasília. Entendendo que os ataques ocorridos em janeiro representaram uma regressão democrática e que a participação de figuras como políticos (vereadores, deputados, senadores, assessores), influencers de extrema-direita e empresários fez parte de um financiamento econômico e ideológico do ódio. Por isso, lançamos o relatório "8 de Janeiro: O dinheiro por trás do caos", que identifica potenciais financiadores dos ataques à democracia antes, durante e depois dos atos.



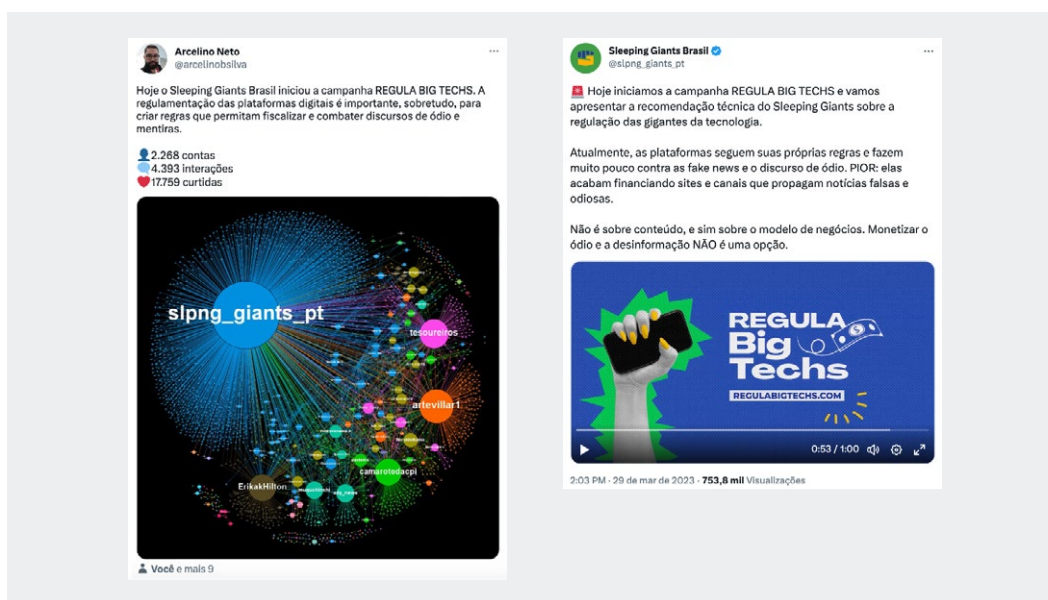
REGULA BIG TECHS

Nos dias de hoje, as Big Techs exercem um grande papel em qualquer sociedade, pois são as grandes responsáveis pela disseminação de qualquer tipo de conteúdo, seja ele verdadeiro ou não.

O grande problema é que as gigantes da internet não têm um compromisso no combate ao discurso de ódio e desinformação, para contribuir para um espaço virtual mais saudável e, principalmente, fomentar o debate público qualificado sobre o exercício dos direitos fundamentais da liberdade de expressão e livre manifestação, assim como os direitos à personalidade garantidos pela Constituição Federal. É urgente e decisiva uma regulação eficiente e dedicada a observar e mitigar os riscos sistêmicos inerentes aos modelos de negócio dos provedores de internet.

Como consequência desse debate, uma série de novas propostas sobre a regulação das redes vem sendo discutidas. O Governo Federal, por meio do Ministério da Justiça, tem elaborado uma proposta própria dentro daquilo que se convencionou chamar de "Pacote da Democracia". O Poder Judiciário, mas especialmente o Ministro Alexandre de Moraes, tem se movimentado na elaboração de um projeto de lei a ser apresentado por iniciativa do Tribunal Superior Eleitoral. O Sleeping Giants Brasil, por sua vez, considera que tem faltado às propostas discutidas publicamente um foco especial no modelo de negócio das plataformas.

Pensando nisso, foi desenvolvida, em parceria com a Storytelling Network, a campanha "REGULA BIG TECHS", para dar publicidade às recomendações do Sleeping Giants Brasil para uma proposta de regulação eficiente que vise os modelos de negócio e não os conteúdos das plataformas. Lançada no dia 29 de março de 2023, a campanha alcançou os trending topics do Twitter Brasil, e o documento foi enviado para dezenas de autoridades dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário.

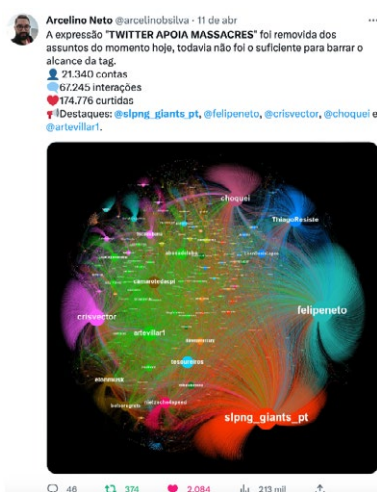


#TwitterApoiaMassacres

A campanha: Em 11 de abril, iniciamos a campanha #TwitterApoiaMassacres para denunciar como o comportamento da plataforma incita e amplifica a ocorrência de massacres em escolas. Atualmente, percebe-se como a plataforma tem dado pouca atenção à moderação de conteúdos de ódio, permitindo que grupos extremistas se organizem por meio dela.

Responsabilização da Plataforma:

A percepção da falta de moderação da plataforma é endossada por uma reportagem do G1¹, que denunciou como, dos 74 perfis identificados pelo Ministério da Justiça e levados ao Twitter, pelo menos 61 permaneciam na plataforma. Os perfis estavam conectados por uma hashtag e compartilhavam conteúdos de apologia ao nazismo, suicídio, massacres nas escolas, gordofobia, entre outras formas de discurso de ódio. Ao ser questionada, a advogada representante da plataforma afirmou que "esses perfis não infringiram as regras de uso da plataforma". Além disso, a plataforma também utilizou práticas abusivas para censurar a tag #TwitterApoiaMassacres, usada para denunciar as ações do Twitter.



¹ Acesso em: [Twitter mantém ativas ao menos 61 contas que compartilham conteúdos sobre ataques a escolas no Brasil | Tecnologia | G1 \(globo.com\)](#)



Resultados: Mais uma vez, a articulação da sociedade civil demonstrou sua força e, mesmo com a censura da plataforma, colocamos a tag em primeiro lugar nos Trending Topics. Em 11 de abril, o Ministério Público Federal acionou o Twitter, dando um prazo de 10 dias para que a plataforma apresentasse as ações de moderação e um plano de médio prazo para combater o discurso de ódio.



Defesa do PL2630

Em 2023, o Sleeping Giants Brasil assumiu com total força a campanha em prol da aprovação do Projeto de Lei nº 2630/2020, que cria a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, projeto que trata da regulação das plataformas digitais. A votação para discutir a urgência do projeto na Câmara dos Deputados já estava agendada, e foi possível identificar um intenso e agressivo lobby das grandes empresas de tecnologia, que tinham o objetivo de obstruir o avanço do texto no Congresso Nacional. Nesse contexto, entendendo que a pauta de regulação das redes é um dos tópicos mais importantes do contexto político atual e que a capacidade de articulação conquistada pelo SGBR, tendo resultados contundentes como demonstrativos de credibilidade, foram articuladas múltiplas ações de comunicação e estratégias de advocacia em prol da aprovação do PL.

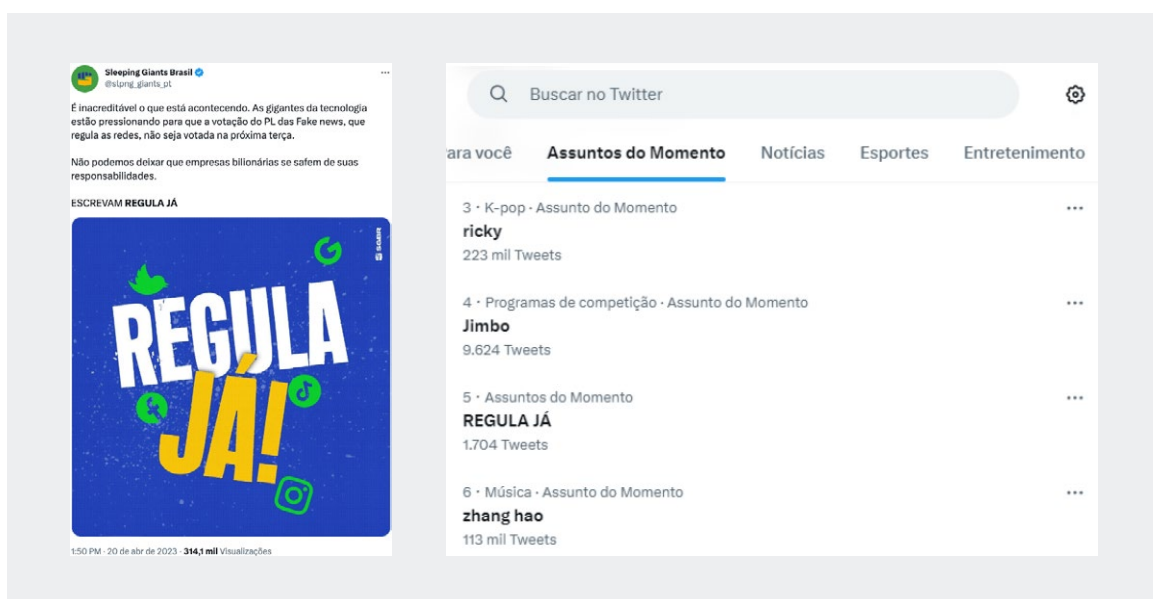


Defesa do PL2630

Em 2023, o Sleeping Giants Brasil assumiu com total força a campanha em prol da aprovação do Projeto de Lei nº 2630/2020, que cria a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, projeto que trata da regulação das plataformas digitais. A votação para discutir a urgência do projeto na Câmara dos Deputados já estava agendada, e foi possível identificar um intenso e agressivo lobby das grandes empresas de tecnologia, que tinham o objetivo de obstruir o avanço do texto no Congresso Nacional. Nesse contexto, entendendo que a pauta de regulação das redes é um dos tópicos mais importantes do contexto político atual e que a capacidade de articulação conquistada pelo SGBR, tendo resultados contundentes como demonstrativos de credibilidade, foram articuladas múltiplas ações de comunicação e estratégias de advocacia em prol da aprovação do PL.

REGULA JÁ

Contra o lobby das plataformas: Em 20 de abril, iniciamos a primeira ação dentro do plano de mobilização para aprovação do PL 2630. A tag REGULA JÁ obteve um grande impacto nas redes sociais, alcançando a quinta posição entre os assuntos mais comentados do Twitter. Essa relevância permitiu que destacássemos as tentativas das Big Techs de obstruir o avanço do Projeto de Lei das Fake News e atraíssemos a atenção da opinião pública para o processo. Nosso objetivo foi ampliar a conscientização e gerar visibilidade para a importância da regulação dessas empresas, promovendo um debate público sobre os desafios e impactos das práticas das grandes empresas de tecnologia na sociedade. Um desafio encontrado foi a barreira de comunicação, pois a tipologia textual legislativa não é acessível a toda a sociedade civil. Devido a isso, houve uma colaboração entre a equipe de comunicação e a equipe jurídica para gerar textos que explicassem o PL 2630 de forma simples e assertiva, democratizando o conhecimento e incentivando a participação espontânea da sociedade na campanha.



URGÊNCIA JÁ

Urgência na regulação: No dia 24 de abril, lançamos a campanha URGÊNCIA JÁ para demonstrar o apoio da população brasileira diante das tentativas desleais das plataformas em pressionar os parlamentares para não aprovarem a urgência do projeto, buscando adiar sua discussão em comissões. Através dessa campanha, evidenciamos que o PL 2630 já estava em debate há três anos, tendo sido realizadas inúmeras audiências públicas e contando com a inclusão de todas as partes interessadas, inclusive das próprias Big Techs. Por essa perspectiva, a tentativa de lobby para não aprovar a urgência ia de encontro com as reais necessidades e intenções da população, que já vinham manifestando a necessidade de priorizar a regulamentação das redes sociais.



Privilégios para Fake News: No mesmo dia da mobilização, um comentarista da Jovem Pan, não coincidentemente assinante do Twitter Blue, divulgou uma Fake News que relacionava a bandeira do Rio Grande do Sul ao Movimento Sem Terra (MST). A Fake News tinha clara intenção de prejudicar o Movimento e rapidamente alcançou alto engajamento. Esse fato exemplificou como a regulamentação deve ser uma prioridade nas pautas do Legislativo, pois o ódio e a desinformação não podem ser aceitos como modelo de negócio. O fator lucro não deveria ser superior às consequências nocivas da veiculação de uma notícia falsa em um perfil com selo de "verificado".

Pressão parlamentar: Nossa ação também teve como foco cobrar um posicionamento favorável dos partidos da base do governo, como o UNIÃO BRASIL e o MDB, para que votassem a favor da urgência na tramitação do projeto, sob o argumento de garantir que as medidas de regulação sejam implementadas para proteger a sociedade e combater os abusos ocorridos nas plataformas digitais. Reforçamos que a liberdade de expressão não pode ser confundida com a disseminação de ódio e desinformação.



Urgência Aprovada: Com o sucesso de todos os esforços conjuntos, em 25 de abril, a Câmara dos Deputados aprovou, por 238 votos a 192, o requerimento de urgência para o Projeto de Lei das Fake News (PL 2630). Agora, seguimos para os próximos passos da ação.



PL 2630 JÁ

Pressão durante a votação: No dia 25 de abril, data prevista para a votação, lançamos a tag #PL2630JÁ. Sob a liderança do SGBR, essa tag se tornou o assunto mais comentado do Brasil, alcançando o primeiro lugar nos Trending Topics do Twitter. O objetivo dessa ação era exercer pressão sobre os parlamentares para que votassem alinhados com o desejo da maioria da população, respaldado por uma pesquisa realizada pela Atlas Intel que indicou que 78% dos cidadãos eram favoráveis à regulamentação. Diversos setores da sociedade civil brasileira e personalidades influentes, como o relator do projeto de lei, Deputado Orlando Silva, e o influenciador e youtuber Felipe Neto, se uniram ao nosso movimento.



Cobertura simultânea: A votação no Congresso teve início no final da tarde, e o nosso perfil no Twitter realizou uma cobertura ao vivo por meio dos "Spaces". Nossa transmissão tornou-se a terceira sala mais ouvida em língua portuguesa naquele momento, ficando atrás apenas de outras duas que discutiam o reality show mais popular do país. Além disso, desmentimos uma Fake News divulgada pelo ex-deputado Deltan Dallagnol, que erroneamente afirmava que o PL 2630 baniria versículos bíblicos. Utilizamos cards, vídeos explicativos e compartilhamos charges criadas por membros do nosso projeto Storytelling Network.

Resultado da Votação: Com o êxito da campanha e o respaldo da sociedade, a maioria dos parlamentares votou SIM ao pedido de urgência, totalizando 238 votos favoráveis e 192 votos contrários. A aprovação da urgência foi uma das conquistas mais significativas em toda a batalha contra a desinformação, pois demonstrou que, por meio de esforços coordenados e mobilização social, é possível enfrentar o intenso lobby das maiores empresas de tecnologia do mundo. As Big Techs não mediram esforços para atrasar a apreciação do texto, inclusive conduzindo campanhas difamatórias, no entanto, a perseverança e o compromisso com o ambiente democrático prevaleceram.

 **Sleeping Giants Brasil** @slpng_giants_pt · 25 de abr
PL 2630 JÁ!

Quorum votação	Sim	Não	Absenção	Ostensão	Voto do Presidente	Total de votantes
	431	238	192	0	0	1
BI UnipFdrPsdBcid...	Sim	Fdr PT-PCdoB-PV	Sim	Minoria	Não	Oposição
BI MdbPsdRepPodePsc	Sim	Fdr PSOL-REDE	Sim	Majoria	Sim	Governo
PL	Não	Novo	Não			

▲ Orientação das Lideranças

55 113 560 24,6 mil



Sleeping Giants Brasil @slpng_giants_pt

Como pode um parlamentar usar uma fake news para ir contra um projeto que combate fake news???

A mentira é sempre mais compartilhada que a verdade, até porque as plataformas não estão fazendo a moderação necessária, e é por isso que vamos explicar de novo. O PL2630 não irá censurar versículos da Bíblia. No próprio projeto, que possivelmente Deltan não leu, há um trecho que fala exatamente sobre isso:

"As medidas para vedar o funcionamento de contas inautênticas nas redes sociais não implicarão na restrição à manifestação artística, intelectual ou de conteúdo satírico, religioso, político, ficcional, literário ou a qualquer outra forma de manifestação cultural."

SE O PL 2630 FOR APROVADO... NÃO VAMOS MAIS PODER ESPALHAR MENTIRAS, COMO ESSA DAQUI!

Deltan Dallagnol @deltanm - 3h
Aqui a 1h está comentando que não está impedindo a aprovação do PL da Censura que terá sua primeira votação AMANHÃ!

Marque aqui dois deputados federais que podem lutar contra essa americana 🇺🇸

#PL2630

FAKE NEWS

Nando Motta

11:48 AM · 26 de abr de 2023 · 125 mil Visualizações

1.212 Retweets 48 Comentários 5.415 Curtidas 24 Itens Salvos

Live Now Top Live Spaces - Portuguese **Spaces Dashboard**

Participantes: 63

Entertainment World news Business & Finance Arts & culture Technology Home & Family Celebrities

- let. oia (@leogadaf) 16k **PLANTÃO LARIED** Started 2h ago · Speakers: 6 · Speaker followers: 27,970 951 LIVE
- Amanda Mendes (@dramaindallas) 137k **CAMPEÃS SEM FRONTEIRAS #TeamAmanda #AmandaCampeã** Started 5m ago · Speakers: 6 · Speaker followers: 393,045 620 LIVE
- Sleeping Giants Brasil (@slpng_giants_pt) 56k **PL 2630 JÁ** Started 2h ago · Speakers: 3 · Speaker followers: 40,328 262 LIVE
- Ingrid oiva (@ingridoiva) 42k **BBB23 - Último DIA! #apocadalingrid** Started 2h ago · Speakers: 10 · Speaker followers: 150,113 264 LIVE
- Rafaela C (@RafCala) 26k **Amanda Champion!** Started 3h ago · Speakers: 10 · Speaker followers: 7,391 140 LIVE
- Drama Colômbio (@DramaColombio) 16k **#BRUNACAMPEÃ | FOCO NO GSHOW!** Started 3m ago · Speakers: 3 · Speaker followers: 6,460 115 LIVE



Reconhecimento: Durante a campanha, recebemos destaque em um artigo do jornal O Globo, que nos reconheceu como a instituição com maior participação e engajamento nas redes sociais, no campo favorável ao PL 2630. Também fomos mencionados como referência na mobilização em defesa da regulação, juntamente com os parlamentares André Janones e Orlando Silva. Esse reconhecimento evidencia o impacto positivo de nossa campanha e reforça a relevância e credibilidade de nosso trabalho, não apenas na busca pela aprovação do PL 2630, mas como um todo. O apoio da mídia formal e a participação de nossa comunidade de seguidores e páginas parceiras nos incentivam a continuar firmes, ampliando nossa influência e atuando de maneira estratégica para garantir a efetiva aprovação do projeto, visando a proteção dos usuários e o combate à disseminação de desinformação e violência nas plataformas digitais.

PL 2630, A luta Continua

Aprovação do Texto: No dia 26 de abril, um dia após a votação da urgência do PL das Fake News, prosseguimos com nossa campanha, agora com foco na aprovação do texto do projeto. Durante toda a semana, lançamos várias tags que abordavam diferentes aspectos favoráveis ao PL 2630, com o objetivo de desmentir argumentos falsos.

Censura pelo algoritmo: Durante as ações, notamos uma drástica redução no engajamento dentro da plataforma, numa tentativa de coibir nossa influência em prol da aprovação da regulação. Essa diminuição evidencia a falta de orientação ética das Big Techs ao moderar o conteúdo das redes. Apesar dessa alteração no comportamento da plataforma, conseguimos alcançar os Trending Topics Brasil em todas as ações, levando assim informações verídicas.



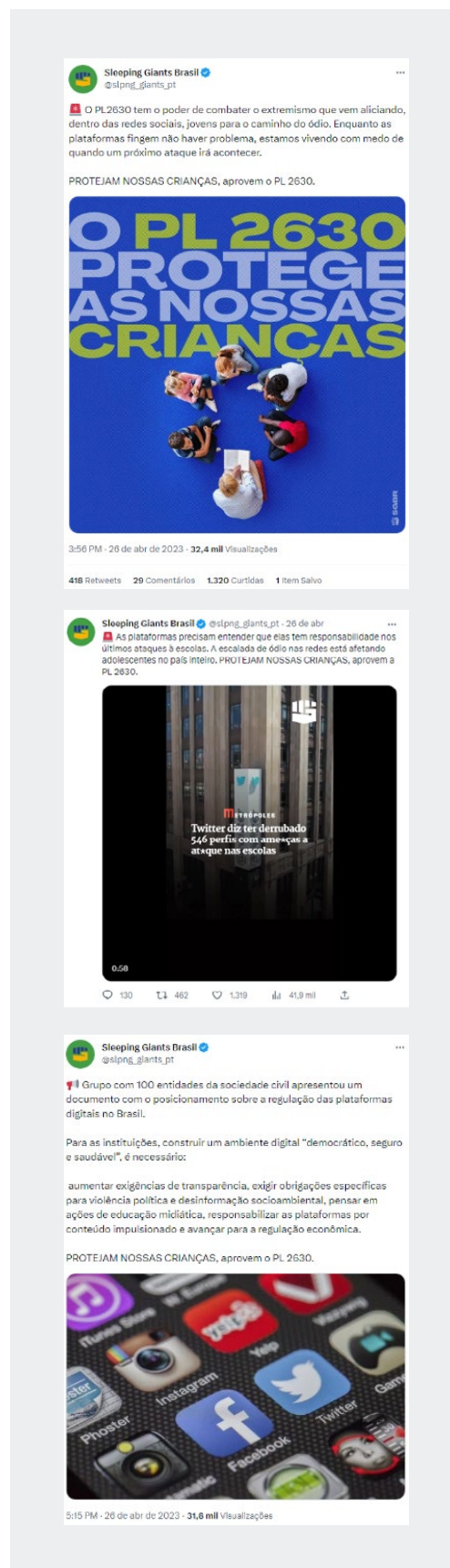
PROTEJAM NOSSAS CRIANÇAS

Falta de colaboração com o Estado: No dia 26 de março, em parceria com os membros do Storytelling Network, tornamos a campanha #ProtejamNossasCrianças um dos assuntos mais comentados do momento. Demonstramos como o Twitter não estava colaborando com o governo brasileiro na remoção de perfis que faziam apologia aos recentes atentados em escolas.

Responsabilização das plataformas: A postura da plataforma apenas reforçou a necessidade de regulação para a proteção das crianças no Brasil. Com base em reportagens de múltiplas fontes e nas movimentações do poder público, foi elaborado um material informativo que demonstrou como os perfis extremistas, mesmo após serem banidos da plataforma, conseguiram contornar a moderação ao criar novos perfis. Esse caso reafirma a necessidade de aumentar a transparência nos processos de moderação das plataformas.

Apoio da Sociedade civil: No mesmo dia, um grupo de 100 entidades da Sociedade Civil se posicionou a favor da regulação das Bigs Techs, em defesa de um ambiente democrático, seguro e saudável. Esse posicionamento foi divulgado em diversas fontes e demonstra o empenho coletivo da sociedade na luta pela aprovação do PL 2630.

Resultados: A articulação em favor da responsabilização das plataformas alcançou grande amplitude, resultando em ações dentro da estrutura dos Estados. Em 28 de abril, dados do Ministério de Segurança Pública e Justiça demonstraram como as denúncias de ataques a escolas despencaram após a punição das redes. Esse contexto evidencia os efeitos destrutivos da omissão das plataformas na moderação de conteúdos de ódio. Mais uma vez, a razão de existência da campanha foi reafirmada e validada. As plataformas só agem quando responsabilizadas, e o preço do lucro das Big Techs é pago pela nossa democracia.



PL 2630 PROTEGE VOCÊ

Mantendo a pauta em evidência: Em 27 de abril, a tag PL 2630 PROTEGE VOCÊ também se destacou como um dos assuntos mais comentados no Twitter Brasil. Durante essa fase da campanha, utilizamos uma série de cards informativos para enfatizar os inúmeros benefícios e proteções que a regulação das Big Techs trará para a sociedade brasileira como um todo.

Nova Forma de Pressão: Com essa nova fase da campanha em defesa do PL 2630, demos um importante passo adiante ao implementar uma nova estratégia em nosso modelo de pressão. Inspirados pelas bem-sucedidas campanhas de desmonetização, mapeamos os deputados que se abstiveram na votação sobre a urgência do projeto. Com base nesses dados levantados, convocamos nossa comunidade a comentar diretamente em suas redes sociais ou marcá-los individualmente em nossas postagens, assim como é feito com empresas durante as campanhas de desmonetização. Por meio desse modelo, buscamos obter o apoio público desses parlamentares e angariar mais votos favoráveis ao PL 2630.



Uso de novas Plataformas: Implementamos, em parceria com a organização NOSSAS, um modelo adicional de pressão ao enviar e-mails para os parlamentares que ainda não haviam declarado seu voto sobre o PL 2630, solicitando apoio ao projeto. Por meio do site <https://sleepinggiantbrasil.com/pl-2630-sim/>, os usuários puderam enviar mensagens diretamente para as caixas de e-mail dos parlamentares. Até o momento, já foram enviados mais de 580 mil e-mails em apoio à regulação das plataformas. Esse esforço demonstra a mobilização e a vontade da sociedade, que é, em sua grande maioria, a favor da aprovação do texto.



Capacidade de adaptação: A implementação de novas formas de pressão demonstra a capacidade da organização de se adaptar a novos contextos. Continuamos utilizando estratégias já conhecidas por seu sucesso e estamos em busca de outras inovações para ampliar nossa influência e alcançar resultados positivos na defesa do projeto de lei.



PL 2630 SALVA VIDAS

Mobilização coordenada: Em 28 de abril de 2023, concentramos nossos esforços na tag PL 2630 SALVA VIDAS, que também se destacou nos Trending Topics do Brasil. Reforçamos nossa posição como coordenadores da comunicação no campo progressista, unindo forças com parlamentares e outras instituições da sociedade civil que defendem a regulação.

Briefings Diários: Na nova fase da campanha, foram compartilhados briefings diários para a produção de conteúdo e postagens, alinhando a linha editorial e argumentativa de uma grande parte da rede progressista, que também está ativa na luta contra a desinformação. Os briefings diários continham o mote da campanha, a tag do dia e uma variedade de conteúdos, como cards, infográficos, vídeos e textos, todos produzidos pela equipe do SGBR. Os materiais produzidos passaram a ser amplamente utilizados por esses apoiadores comprometidos com a causa, fortalecendo nossa mensagem e evidenciando como o PL 2630 pode salvar vidas. Essa iniciativa demonstrou maturidade organizacional, capacidade de cooperação e liderança.

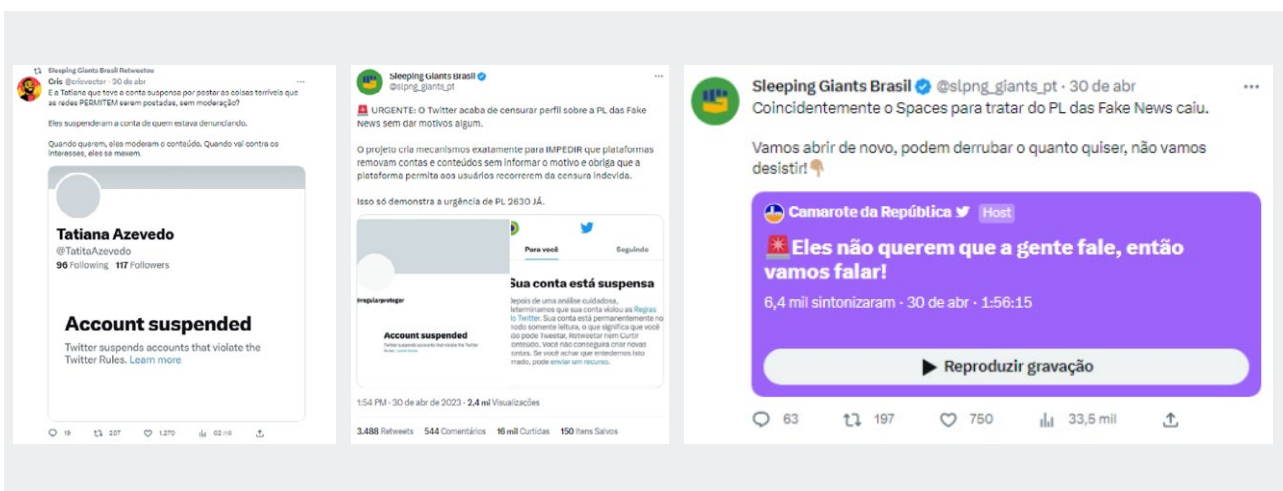


PL 2630 JÁ

Davi contra Golias: Em 29 de abril, iniciamos a Tag PL 2036 JÁ, com o objetivo de aumentar a pressão nos perfis individuais dos deputados. No entanto, à medida que a mobilização avançava, ficou evidente a ação de retaliação por parte das Big Techs.



Contra golpe das Big Techs: Em 30 de abril, a pressão das plataformas e sua campanha desleal contra o PL 2630 atingiram um novo nível com a suspensão injustificada do perfil @regularproteger pelo Twitter, sem qualquer violação às diretrizes da comunidade. Essa ação arbitrária apenas reforçou a necessidade de regulamentação. Com o intuito de amplificar as denúncias, abrimos um SPACES no Twitter, que também foi derrubado sem maiores explicações. Após a mobilização, o perfil foi restaurado na plataforma.



Outra Big Tech, outra denúncia: No dia 01 de maio, também expusemos a prática abusiva do Google, que estava utilizando sua própria plataforma para atacar de forma tendenciosa o projeto de Lei, inclusive destacando-o em sua página inicial. Essa postura antiética foi prontamente denunciada por nós. A partir da nossa denúncia, Flávio Dino, atual Ministro da Defesa do Brasil, compartilhou nosso post, afirmando que levaria o caso à Secretaria Nacional do Consumidor, órgão vinculado ao Ministério da Justiça, para análise. Esse apoio trouxe grande visibilidade ao SGBR, sendo amplamente noticiado em veículos de comunicação de renome, como a Globo News, além de mais de 400 outros meios de comunicação.



PL 2630 PELAS CRIANÇAS

Reportagem Especial Do Fantástico: Em 30 de abril, mobilizamos a tag PL 2630 PELAS CRIANÇAS. Essa mobilização foi feita em alinhamento com uma matéria especial exibida no Fantástico, que denunciou diversos grupos no Discord nos quais crianças e adolescentes são vítimas de abusos de diferentes naturezas, desde atos de crueldade contra animais até automutilação.



RELATÓRIO DE ATIVIDADES

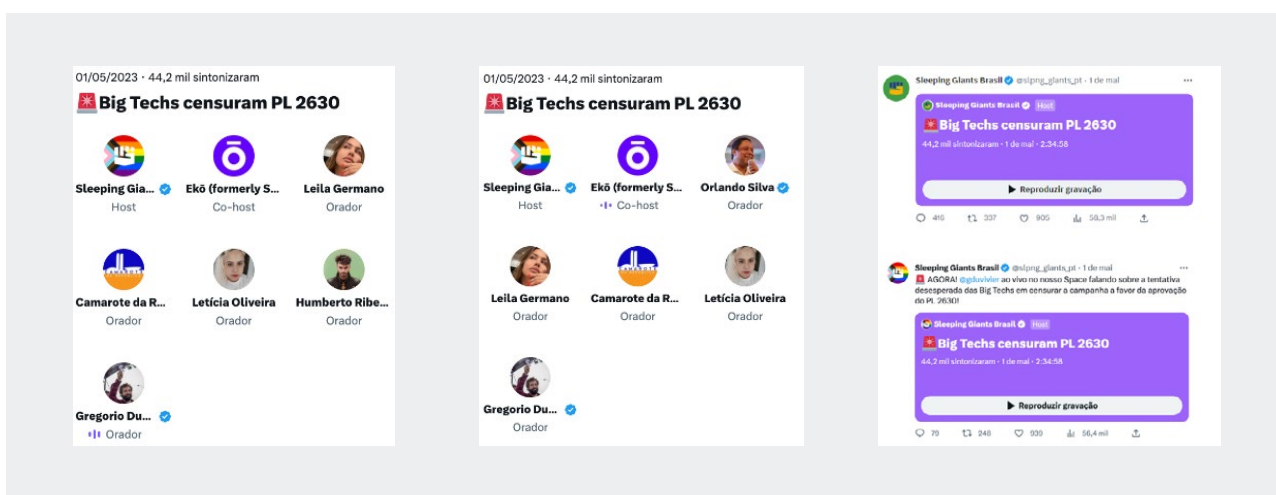
SGBR
2023



A censura continua: A nossa denúncia recebeu o respaldo da jornalista Daniela Lima, da CNN, que abordou o assunto durante o seu programa ao vivo. Surpreendentemente, Daniela não conseguiu publicar posts relacionados ao PL 2630 no Twitter, o que corrobora a nossa denúncia sobre a censura que estamos enfrentando por parte das plataformas. Com o tempo, observamos não só que o Twitter, mas também o TikTok estavam censurando posts sobre o PL 2630.



O Spaces mais ouvido do mundo: No dia 1º de maio, devido às ações arbitrárias repetidas das Big Techs, decidimos criar uma sala no Twitter Spaces com o objetivo de discutir e ampliar a repercussão dos fatos. A transmissão se tornou a mais ouvida em todo o mundo naquele momento. Além disso, contamos com a participação de personalidades como o apresentador Gregório Duvivier e o Relator do Projeto de Lei, Orlando Silva, que contribuíram para a discussão sobre as práticas das Big Techs.



Práticas abusivas das plataformas: Esses eventos reforçaram a importância e a urgência de regular as plataformas digitais. Além da censura que enfrentamos no Twitter, também fomos alvo de práticas abusivas por parte do Google e do YouTube. De maneira surpreendente, nossos anúncios favoráveis ao PL das Fake News foram removidos do ar, sem aviso prévio ou justificativa clara, mesmo não havendo violação de nenhuma diretriz da comunidade. Isso demonstra a falta de escrúpulos das plataformas ao censurar e restringir nossa liberdade de expressão.



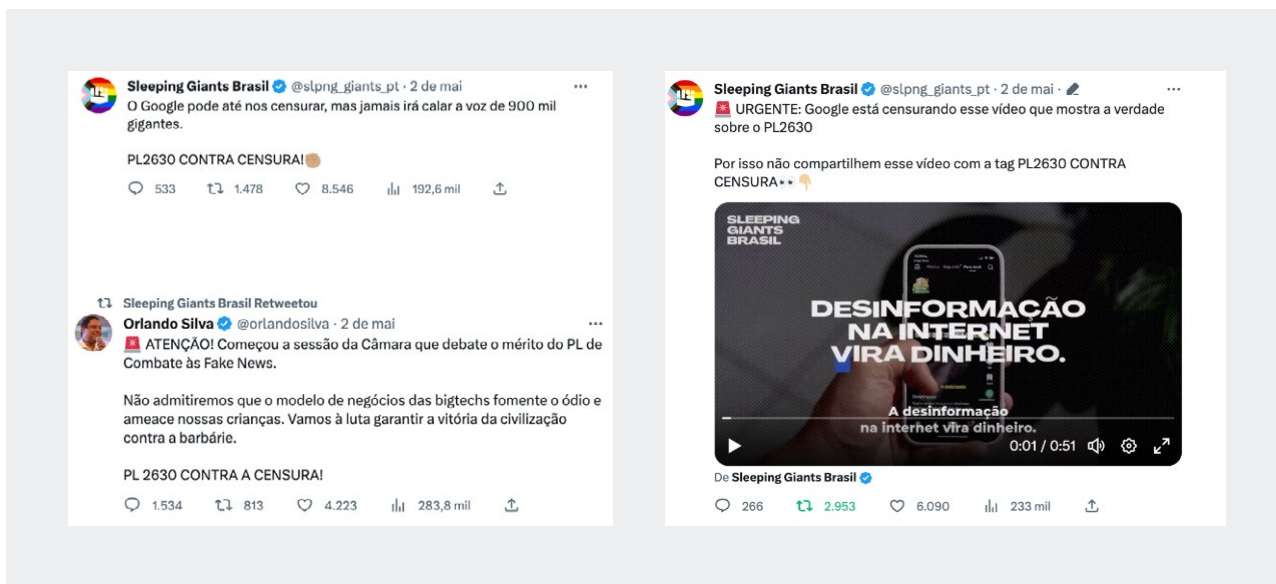
Proteção ao direito do usuário: Essas ações apenas evidenciam o poder desmedido que essas empresas possuem sobre o fluxo de informações e a liberdade de expressão na internet. Devido a esse contexto, também o Google foi notificado em R\$1 milhão por vincular propaganda contra a PL 2630 como informação verdadeira.

É fundamental que sejam estabelecidas regras claras e transparentes para proteger os direitos dos usuários e garantir um ambiente digital mais justo e democrático. Não é mais tolerável que as relações de lucro guiem as decisões de moderação de redes, não só a nossa democracia como o próprio bem-estar físico das nossas crianças está sendo afetado pela ganância de grandes corporações.



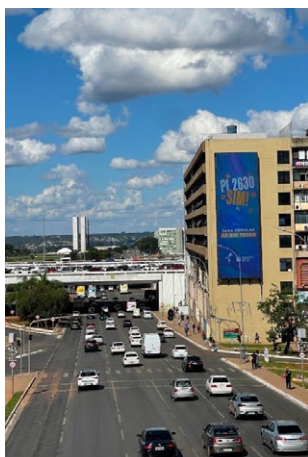
PL 2630 CONTRA CENSURA

Pautando a Narrativa: No dia 1º de maio, mesma data da mobilização anterior, diante da nova ação de boicote que estávamos enfrentando, promovemos a hashtag #PL2630CONTRACENSURA. Essa ação permitiu que o público tomasse conhecimento das práticas injustas das Big Techs e nos trouxe ainda mais visibilidade.



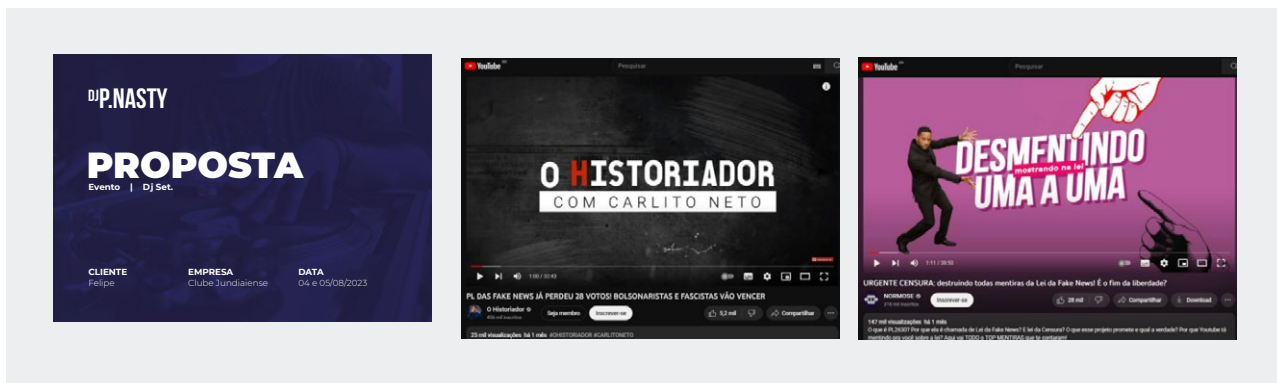
PL 2630 CONTRA CENSURA

Campanha também nas ruas: Na semana da votação do PL 2630, em parceria com o Intervozes, exibimos um anúncio em um painel de LED no caminho para o Congresso Nacional, em Brasília, com grande visibilidade para todos que passavam pelo local a caminho da Esplanada. Também realizamos diversas projeções por todo o país com mensagens em apoio ao PL 2630, em parceria com o Intervozes e a Projetemos, proporcionando uma visibilidade positiva que vai além das redes sociais.



Mídia Programática: Durante a campanha para a aprovação do PL 2630, também criamos anúncios de mídia programática. Mesmo diante da censura imposta pelo Google e outras plataformas, conseguimos obter mais de 9.400.600 impressões e mais de 6.000 cliques com nossos anúncios em apenas uma semana.

Youtubers pela democracia: Com o objetivo de marcar presença em todas as redes, também implementamos nosso projeto de apoio a criadores de conteúdo no YouTube, incentivando a produção de vídeos sobre o PL 2630. Contamos com a participação dos canais Normose, Antídoto e Historiador, que, juntos, acumularam mais de 191.000 visualizações exclusivamente no YouTube.



Adiamento da votação: Como resultado tanto da mobilização da sociedade civil como do poderoso e desleal lobby das empresas de tecnologia, a votação do PL 2630 foi adiada. Encaramos esse acontecimento como uma batalha vencida em meio a uma guerra muito maior. Por meio de uma campanha cuidadosamente desenvolvida e da mobilização civil, fomos capazes de confrontar o lobby mais forte da atualidade e ganhar tempo para articular nossas ações. Além disso, ao longo de todo o processo, as estratégias de censura adotadas pelas Big Techs ficaram evidentes e visíveis para toda a sociedade.

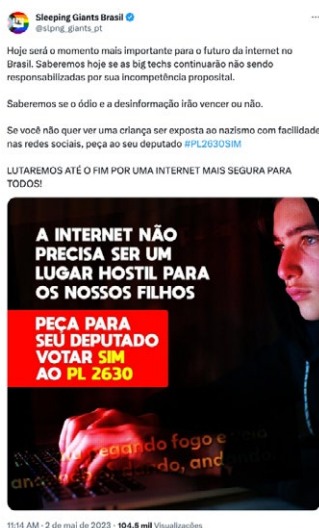


Resultados: Como resultado tanto da mobilização da sociedade civil como do poderoso e desleal lobby das empresas de tecnologia, a votação do PL 2630 foi adiada. Encaramos esse acontecimento como uma batalha vencida em meio a uma guerra muito maior. Por meio de uma campanha cuidadosamente desenvolvida e da mobilização civil, fomos capazes de confrontar o lobby mais forte da atualidade e ganhar tempo para articular nossas ações. Além disso, ao longo de todo o processo, as estratégias de censura adotadas pelas Big Techs ficaram evidentes e visíveis para toda a sociedade.



#PL2630SIM

Votação da Câmara dos Deputados: No dia 2 de maio de 2023, data marcada para a votação do PL 2630 na Câmara dos Deputados, intensificamos ainda mais nossa pressão sobre os parlamentares, tanto nas redes sociais quanto pessoalmente, ao visitar os gabinetes do Congresso Nacional. Utilizando a tag #PL2630SIM, mais uma vez, conseguimos alcançar os assuntos mais comentados no Brasil, evidenciando a força da nossa campanha.

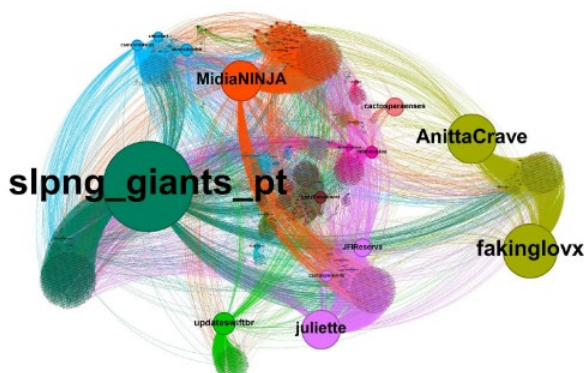


Mais uma censura: Durante a mobilização, o Google impediu a promoção do nosso vídeo de campanha a favor do PL 2630, sem fornecer nenhuma justificativa plausível. Diante dessa situação, divulgamos o vídeo, que também foi censurado, no Twitter, e em poucas horas acumulamos mais de 240 mil visualizações. Diversos parlamentares, como o deputado Rogério Correia e Orlando Silva, compartilharam o nosso vídeo em suas redes sociais.



2630 CONTRA FAKE E HATE

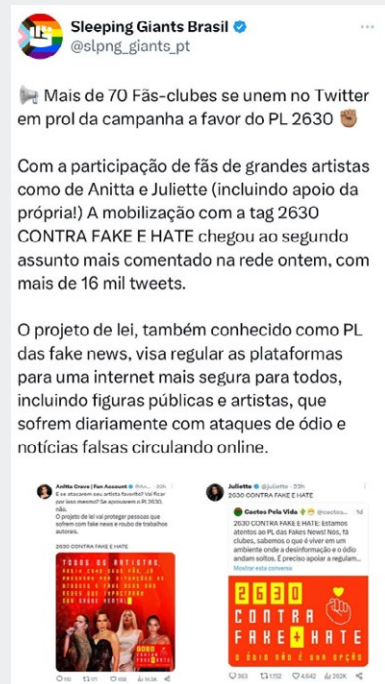
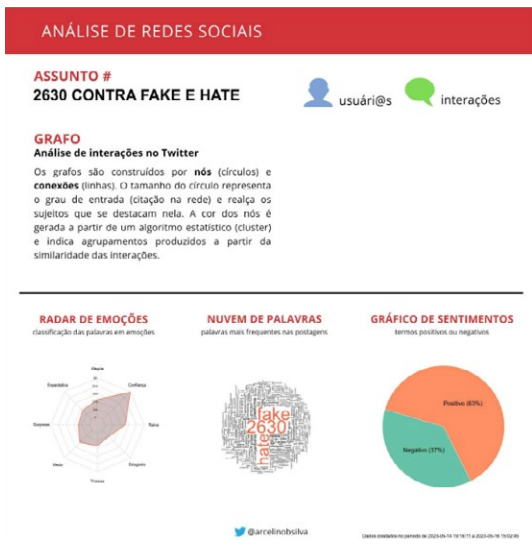
Quebra de Bolha: Em 15 de maio, iniciamos a mobilização "2630 CONTRA FAKE E HATE", com o objetivo de demonstrar outras camadas dentro da necessidade de regulação das redes. Com o apoio do SGBR, uma rede composta por mais de 70 fã-clubes de artistas nacionais e internacionais acabaram aderindo à campanha em defesa do PL 2630, dando um novo impulso na busca pela regulação das redes. Fã-clubes influentes do Brasil, como os das cantoras Anitta e Juliette, também se engajaram na causa, trazendo destaque para essa iniciativa. Juliette, inclusive, teve participação ativa ao compartilhar a campanha em suas redes sociais, que alcançaram mais de 37 milhões de seguidores entre Twitter e Instagram.



Uma nova frente de batalha: Essa participação massiva dos fãs-clubes atraiu os jovens para o debate e abriu uma nova e significativa frente na discussão sobre a regulação nas redes sociais, ressaltando a importância e o poder da juventude em pautas públicas, como a defesa do PL 2630. Os fãs-clubes e outras páginas participantes também contribuíram na divulgação do nosso site de pressão, incentivando os usuários a enviar e-mails aos deputados em apoio ao projeto de lei.

Os resultados foram surpreendentes:

A hashtag #2630CONTRAFAKEHATE conquistou o segundo lugar entre os assuntos mais comentados no Twitter. A participação dos fandoms nessa discussão gerou um aumento significativo no engajamento sobre o tema, contribuindo em pelo menos 59,4% das interações relacionadas ao PL 2630. Essa estatística reflete o intenso e importante envolvimento dos jovens e a influência conjunta do Sleeping Giants Brasil e dos fãs-clubes, criando uma nova e decisiva esfera de influência na agenda das redes sociais em defesa da regulação das plataformas digitais.



Engajamento Constante e denúncias contra as Big Techs

Desde o início das ações contra o lobby das Big Techs, o Sleeping Giants se esforçou em construir uma rede sólida e eficaz de engajamento em torno da campanha de defesa do PL 2630. Isso envolveu não apenas o apoio de parceiros de longa data, como o Storytelling Networking, mas também a ampliação de nossa rede de parceiros para alcançar o público mais jovem, por meio de parcerias com grandes fãs-clubes. Embora a campanha nas redes sociais seja nosso principal foco de atuação, também realizamos ações conjuntas de mobilização, pesquisa e advocacy, permitindo uma atuação de impacto multissetorial.

Estratégia de sucesso: Nos primeiros dez dias, as ações desenvolvidas posicionaram todas as hashtags trabalhadas nos trending topics do Brasil. Manter um assunto em evidência por tanto tempo não é tarefa fácil, mas graças às estratégias de comunicação elaboradas internamente e ao apoio da rede parceira do Storytelling Network, conseguimos manter um crescimento constante e contrapor as narrativas mentirosas dos extremistas financiados pelas grandes empresas de tecnologia. Utilizamos tanto posts narrativos quanto charges, conteúdos audiovisuais e a padronização de cards para impulsionar a mobilização, que cresceu de forma exponencial e espontânea. Mais uma vez, o SGBR enfrentou uma luta de Davi contra Goliás e, com o apoio da sociedade civil que confia em nosso trabalho, conseguimos conquistar um lugar de destaque na agenda nacional.

Visibilidade apesar da plataforma: A presença nas redes foi tão impactante que, mesmo uma semana depois, as tags PL 2630 SIM e #pl2630já voltaram ao topo dos assuntos mais comentados do Brasil no Twitter de forma espontânea. É importante destacar que a notoriedade dessas tags foi conquistada em um contexto de persistente boicote nas redes, onde constantemente tentavam fazer com que esses assuntos desaparecessem do radar dos usuários.

Denúncia de práticas abusivas: O Sleeping Giants Brasil também se manteve vigilante e atuante na denúncia das práticas abusivas das Big Techs para barrar o projeto de Lei 2630. As ações ilegais do Google e do Telegram, este último enviando mensagens com fake news sobre a regulação para todos os seus usuários, foram amplamente divulgadas em nossas redes, gerando até mesmo intervenções diretas de órgãos do Governo Federal, como o Ministério da Justiça, com base em nossas denúncias.





O PODER

**CO
MUNI
CA
CIO
NAL**

Poder comunicacional SGBR

O Sleeping Giants Brasil surge como um perfil de rede social com foco em mobilização, tendo base jurídica no Código de Defesa do Consumidor. O objetivo central é estabelecer um diálogo entre a Sociedade Civil e empresas que financiam sites de desinformação por meio de mídia programática, alertando sobre o destino de seus investimentos em propaganda. Embora essa seja nossa principal linha de atuação, a verdade é que, após três anos, podemos afirmar que crescemos exponencialmente e diversificamos nossas ações. Além de manter e incrementar nossos projetos de comunicação, criamos um departamento de pesquisa, advocacia e nos institucionalizamos formalmente.

Todo esse progresso só é possível graças à participação espontânea de nossa comunidade nas redes sociais, que apoia nossos projetos e acredita em nossos valores e resultados. Além da 'boa intenção', o SGBR demonstra repetidamente sua capacidade de articular e obter resultados, o que permite uma presença espontânea da instituição nas discussões sobre desinformação, a partir de múltiplas abordagens, como diálogos diretos com o setor privado e participações em produtos de mídia.

Extremistas.br

A forma como a extrema-direita se uniu para impulsionar o nome de Jair Bolsonaro nos últimos quatro anos tornou-se tema da série documental "Extremistas.br", lançada pelo Globoplay em 11 de janeiro de 2023, três dias após os ataques da extrema-direita bolsonarista à Praça dos Três Poderes, em Brasília. O trabalho aborda o avanço do radicalismo na política brasileira nos últimos anos, descreve as ações dos extremistas e também explora como organizações como o SGBR estão enfrentando essa onda de radicalismo.

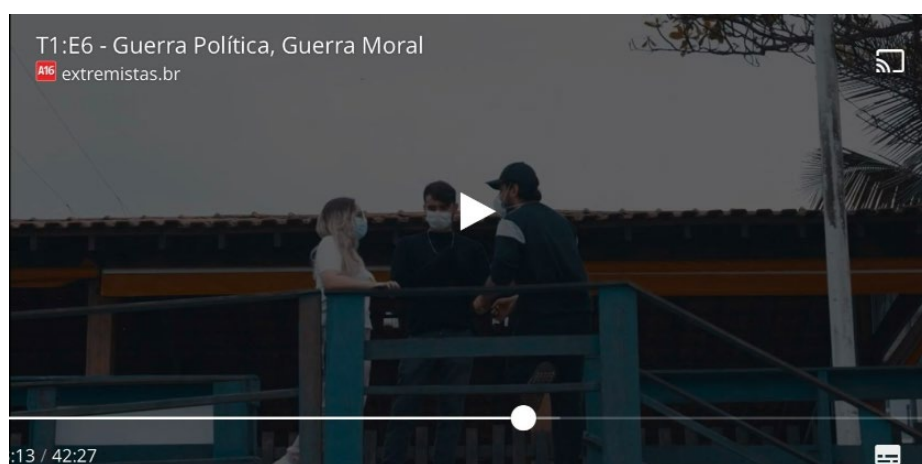


Com gravações iniciadas em 2021, o documentário foi narrado pela atriz Malu Mader e contou com oito episódios que abordaram temas como o armamentismo, o uso político da religião, o negacionismo e a mobilização virtual.



A fim de demonstrar como o extremismo se disseminou dentro da direita brasileira e compreender os motivos que levam milhares de brasileiros a propagar discursos golpistas e antidemocráticos, a série realizou várias entrevistas. Foram ouvidos especialistas e pesquisadores que monitoram o comportamento radical, além de acompanhar diferentes personagens.

Reconhecido por seu combate à desinformação na internet, o SGBR foi convidado a participar da série como um mecanismo de enfrentamento ao ódio e ao extremismo.



"Foi um mergulho intenso e desafiador. Nosso trabalho em extremistas.br foi principalmente de ouvir e observar. É interessante que muitos se abriram para a nossa equipe, quando abordados fora do ambiente de grupo, em conversas individuais. A minha sensação é de que a série é uma contribuição duradoura para o debate sobre os motivos que levam as pessoas a atacarem a democracia", [conta Caio Cavechini, diretor da série.](#)

Extensão Money Blocker

O projeto: Em 18 de abril, lançamos, em parceria com o Congresso Em Foco, a extensão para Google Chrome "Money Blocker" com o intuito de aprimorar ainda mais nossas estratégias de desmonetização. A extensão pode ser instalada gratuitamente por qualquer usuário.

Seu clique vale dinheiro: A ferramenta foi concebida com base na análise do modelo de negócio adotado por veículos de informação, no qual uma grande porcentagem do lucro provém de "mídias programáticas", ou seja, banners de anúncios distribuídos pelos sites. A estratégia empregada por portais de desinformação consiste em atrair o clique dos usuários por meio de notícias apelativas e sensacionalistas.



À medida que essa estratégia se mostrou lucrativa, o discurso de desinformação se intensificou, atraindo cada vez mais audiência ao explorar e evocar sentimentos intensos e negativos nos usuários. O uso crescente de discurso de ódio, preconceitos, mentiras e sensacionalismo tem como objetivo fidelizar os usuários. Uma consequência direta dessa estratégia é a radicalização de bolhas sociais e a disseminação espontânea de notícias falsas.



Como Funciona: A ferramenta pode ser instalada ao visitar o site [Money Blocker](https://moneyblocker.org). O plugin bloqueia anúncios em sites não confiáveis, sendo completamente gratuito e o processo inteiro leva menos de 5 minutos. Após a instalação, sempre que o usuário acessar um portal que comprovadamente dissemina desinformação, todos os anúncios serão bloqueados. Em seu lugar, aparecerá um quadro vermelho que direciona o usuário diretamente para portais confiáveis.



Resultados: O objetivo da ferramenta não é eliminar definitivamente a desinformação, mas facilitar a filtragem de conteúdo realizada diariamente pelos usuários. Ela contribui para um maior letramento digital nas redes e demonstra como uma ação individual pode trazer resultados na melhoria do ambiente virtual. Além disso, a ferramenta amplia o alcance de conteúdos produzidos por veículos jornalísticos independentes e confiáveis. Atualmente, o projeto conta com a participação da Revista AzMina, a Amazônia Real, a Ponte Jornalismo e o Fiquem Sabendo.



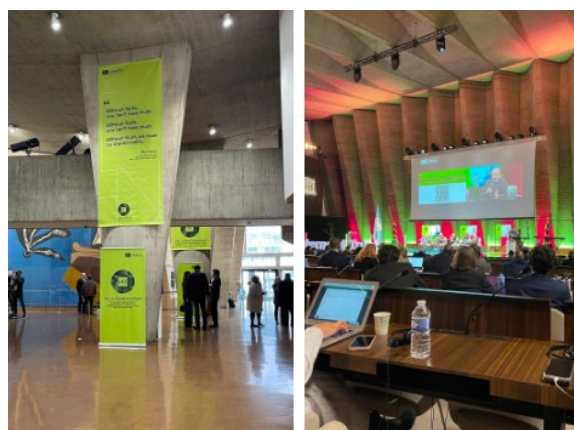
Evento UNESCO - Internet for trust

O acesso a informação dentro do Direito Internacional: Embora pareça um problema recente devido ao rápido desenvolvimento das tecnologias de informação, a discussão sobre acesso à informação de qualidade ocorre há anos. Em 1991, o acesso à informação foi reconhecido como um Direito Humano Universal pelo Conselho Geral da ONU, por meio da Declaração WindHoek. Com as mudanças no contexto atual, como a ascensão das Big Techs e o surgimento de múltiplas redes sociais, a declaração foi revisada em 2021, reafirmando as considerações no âmbito das atividades da UNESCO.

O Evento: Entre os dias 21 e 23 de fevereiro, a UNESCO sediou em Paris a conferência global "Internet For Trust". O evento reuniu diversos atores relevantes para a pauta da liberdade de informação no sistema de governança internacional, incluindo especialistas técnicos, formuladores de políticas públicas e movimentos sociais importantes. O objetivo central era apresentar contribuições para o desenvolvimento de um rascunho de modelo de regulamentação, produzido pela UNESCO e com divulgação prevista para 27 de junho.

O Papel do Sleeping Giants Brasil: Um dos objetivos específicos da conferência era "criar uma comunidade internacional de práticas", composta por organizações e personalidades de referência no tema. O Sleeping Giants Brasil tem atuado diretamente nessa pauta no Brasil desde sua formação. Em janeiro de 2022, identificamos uma disparidade na aplicação dos termos de uso entre países do Norte Global e do Sul Global. A partir dessa análise, iniciamos a campanha #FakeNewsMata, que pressionou o Twitter, o Google e o YouTube a aplicarem as mesmas regras de transparência utilizadas na Europa e nos Estados Unidos também internamente no Brasil. Alcançamos vitórias, como a implementação de ferramentas de denúncia de conteúdo pelo Twitter, a implementação da Política de Integridade Eleitoral pelo YouTube e a disponibilização de Relatórios parciais de Transparência de Publicidade Política pelo Google.

Resultados: Essa ação demonstra a consonância da atuação do Sleeping Giants Brasil com as estruturas de governança internacional e a capacidade de influenciar positivamente na construção do ordenamento internacional de Direitos Humanos na Internet. Devido às nossas ações e resultados, fomos convidados a integrar o Fórum, participando ativamente do debate e tendo nossos pontos de vista adicionados ao [Draft 3.0 da Regulamentação de Plataformas](#) a ser redigida pela UNESCO.



SGBR- Organização Social no MERCOSUL

A Desinformação como método político: Apesar de o Sleeping Giants surgir como resposta à conjuntura política nacional, marcada pela incidência de discurso de ódio e fake news, a desinformação tem se mostrado um inimigo global, ameaçando democracias e disseminando discurso de ódio contra minorias em todo o mundo. Um exemplo disso é a prisão de Payo Cubas, terceiro colocado nas eleições presidenciais do Paraguai. Toda a sua campanha foi baseada em discurso de ódio e questionamento ao sistema democrático. Ele foi preso por incitar manifestações golpistas, alegando fraude nas eleições, uma informação desmentida por instituições internacionais.



Replicabilidade: Esse fato evidencia como a construção de narrativas de ódio e desinformação é um método extremista e antidemocrático de atuação política, que se replica em diferentes países. Nesse sentido, o modelo de mobilização adotado pelo SGBR no Brasil pode ser considerado uma ferramenta replicável, e as abordagens desenvolvidas podem ser aplicadas na análise de eventos em outras nações. Isso posiciona a instituição como uma liderança na Governança Regional de combate à desinformação, proporcionando uma vantagem estratégica ao ter um método próprio que já gerou resultados internos e impactou além das fronteiras.

Expansão da atuação: Com base nisso, o Sleeping Giants tem buscado maneiras de expandir sua atuação além das fronteiras nacionais e, com grande satisfação, fomos incluídos no cadastro de Movimentos e Organizações Sociais do MERCOSUL, conquistando assim um novo espaço de diálogo e reconhecimento em nível regional. Essa conquista é significativa, pois reafirma a importância do trabalho que realizamos, posicionando-nos como articuladores relevantes dentro da agenda internacional e tendo nossos resultados valorizados por mecanismos e instituições internacionais.

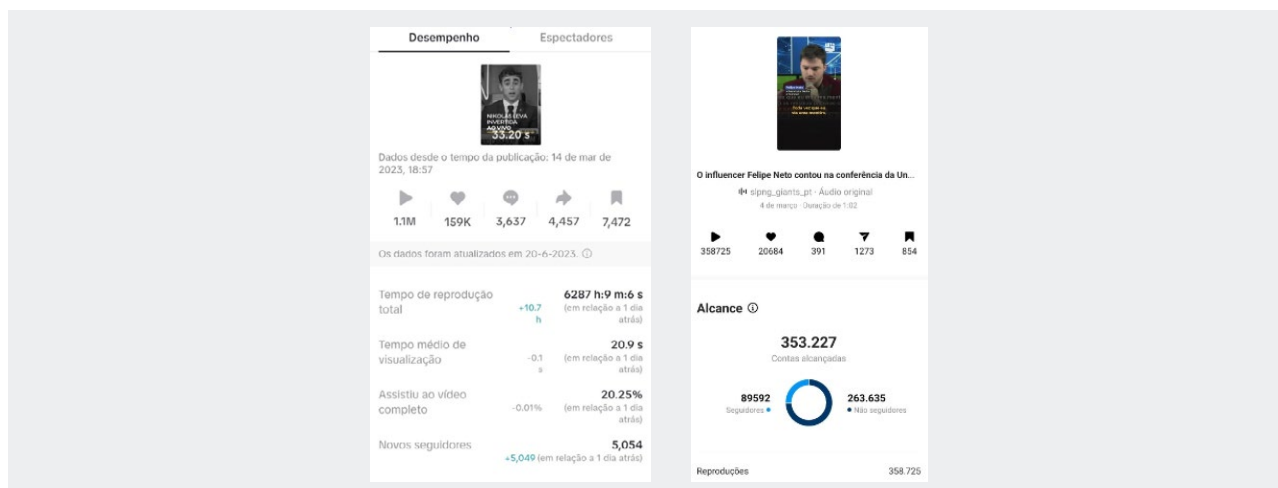


Audiovisual

Fortalecimento do SGBR nas redes sociais: A equipe de audiovisual, composta por três editores de vídeo e uma redatora, desempenhou um papel fundamental no fortalecimento da presença do Sleeping Giants Brasil nas redes sociais. Por meio de uma produção consistente, fomos capazes de atender às demandas do Instagram, TikTok, Twitter e YouTube Shorts.

Alcance da produção audiovisual: Durante o período analisado, a equipe de audiovisual obteve uma média de 128 vídeos produzidos por mês. Essa diversidade de conteúdo inclui reproduções, edições, vídeo notícias, memes e vídeos autorais exclusivos, como os de campanha, ampliando a capacidade do Sleeping Giants Brasil de alcançar diferentes públicos e transmitir sua mensagem de forma eficaz.

Resultados: Os esforços da equipe audiovisual foram notáveis. Vários vídeos viralizaram nas redes sociais, atingindo a marca de 500 mil visualizações em algumas produções e mais de 1 milhão de curtidas em nossa conta no TikTok. Essa resposta positiva do público reflete o engajamento e o interesse nas questões abordadas pelo SGBR, reforçando sua relevância como uma voz ativa no combate ao discurso de ódio, desinformação e na promoção de uma sociedade responsável e inclusiva.

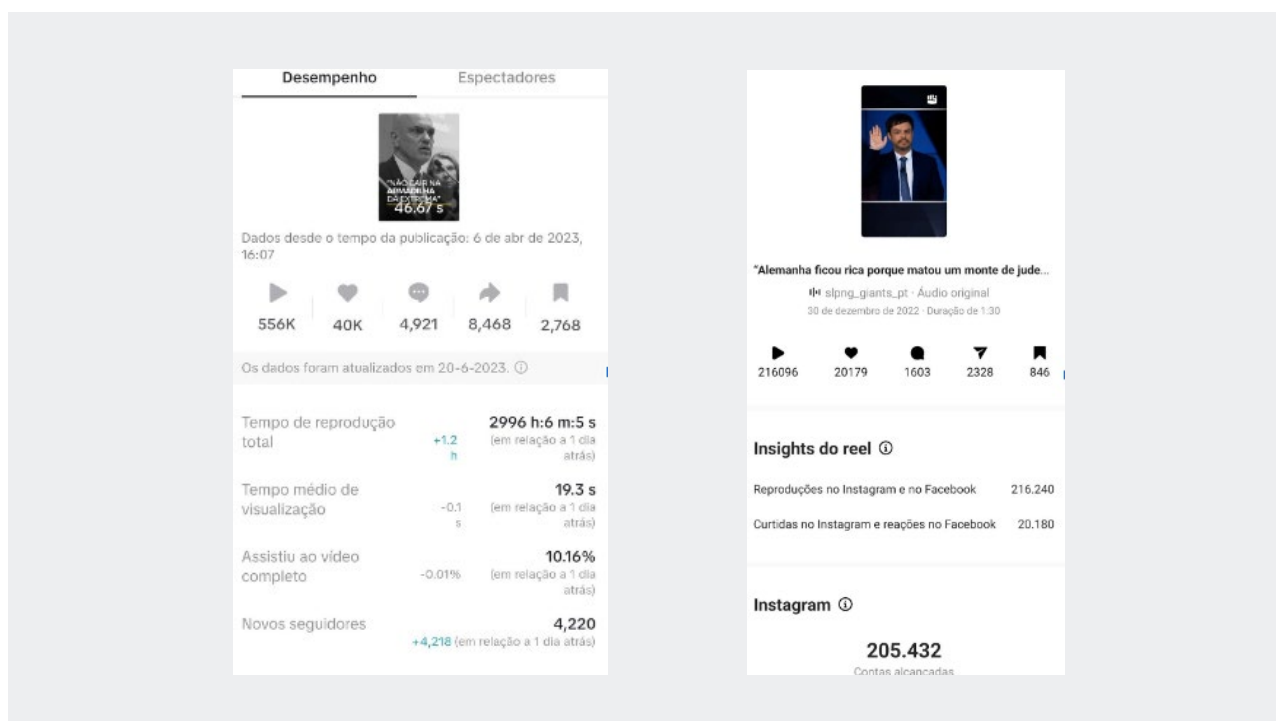


Mudanças e tendências nas redes: A capacidade de se adaptar às alterações nos hábitos do público das redes sociais é extremamente importante para consolidar e manter o Sleeping Giants como um ator eficaz e com uma reputação virtual sólida. Por isso, o Sleeping Giants Brasil reconhece o poder do audiovisual como uma ferramenta impactante para ampliar seu alcance e promover conscientização e engajamento em relação a questões sociais relevantes.



Promoção da justiça e igualdade nas redes: Através da produção audiovisual, a instituição tem buscado estimular a reflexão, inspirar mudanças positivas e incentivar ações concretas em prol de uma sociedade mais justa e igualitária. Estar presente em plataformas como TikTok e YouTube Shorts garante que nossos conteúdos sejam acompanhados, se adaptem a diferentes mídias e permaneçam relevantes e fáceis de compartilhar.

SGBR como referência na luta contra o discurso de ódio: A equipe de audiovisual desempenha um papel fundamental no fortalecimento da marca do Sleeping Giants Brasil, consolidando sua posição como referência na luta contra o discurso de ódio e na busca por uma mídia mais responsável. A instituição reafirma seu compromisso em aprimorar continuamente sua produção audiovisual, buscando inovação e qualidade em seus conteúdos. Estamos empenhados em utilizar o poder do audiovisual para informar, engajar e promover mudanças positivas em nossa sociedade.



Mapa de fontes

Mapa de Fontes: Cartografia de desinformação e discurso de ódio na internet brasileira

Contextualização: Desde que o SGBR aterrou no Brasil, muitas empresas procuram a organização com a demanda de mapear a desinformação num universo ainda maior. Quais outros portais nocivos essas agências e seus clientes podem estar financiando sem saber, através dos sistemas de publicidade programática, como o Google Ads? A resposta exige avaliar um amplo conjunto de sites de forma ainda mais sistemática e periódica. Surge, então, um enorme desafio, ao qual se dedica este projeto, em desvendar uma "taxonomia da desinformação" capaz de estabelecer critérios e índices de avaliação sobre a segurança da informação em sites de mídia noticiosos no Brasil.

Síntese Metodológica: Desde o final de 2021, em parceria com o Netlab, desenvolvemos uma metodologia que nos permite observar padrões - conteúdo e apresentação, jurídicos, financeiros e atuação multiplataforma - em portais desinformativos. Inicialmente, aplicamos a metodologia a uma pré-lista de veículos apontados como desinformativos por CPIs (Pandemia e Fake News); Inquéritos do STF (Fake News e Atos Antidemocráticos), além de decisões do TSE. As análises de conteúdo foram restritas a temas pré-selecionados, que são: segurança das eleições; função de órgãos de Estado (Forças Armadas, STF, TSE e outros); crise climática e ambiental; saúde pública (vacinas, tratamentos, direitos reprodutivos); direitos de grupos minoritários (mulheres, povos tradicionais, negros, LGBTQIA+).

Resultados até o momento: Em dezembro de 2022, lançamos o primeiro relatório do Mapa de Fontes com os primeiros resultados da aplicação da metodologia de identificação e avaliação de canais desinformativos. Os dados apresentados no relatório foram obtidos por meio de levantamentos quantitativos e qualitativos sobre características comportamentais na atuação de uma amostra de 6 sites. Esses sites foram analisados utilizando uma versão preliminar da metodologia, que incorpora dados de responsabilidade editorial, tráfego, financiamento e narrativas desinformativas. A versão completa do relatório abrange 22 sites, mas o relatório em questão se concentra apenas nos 6 veículos que possam ter relevância para as investigações em andamento no processo AIJE nº 0601522-38.2022.6.00.0000, em curso no Tribunal Superior Eleitoral. Para 2023, nossos objetivos são dar continuidade ao projeto, ampliando a pesquisa para um maior número de sites, e fornecer essa lista atualizada ao mercado publicitário.



FRAUDE NA

**CI
>
ÊN
CIA**

Fraude Na Ciência

O projeto "Fraude na Ciência" foi concebido com o objetivo de realizar um levantamento de narrativas fraudulentas, identificar os propagadores desses discursos, expor a sustentabilidade financeira da indústria desinformativa relacionada à ciência e promover contra narrativas para estabelecer os discursos pró-ciência como predominantes, especialmente nos momentos em que a indústria desinformativa estivesse agindo para atacar a reputação da ciência e das instituições brasileiras.

Durante o período do "Fraude na Ciência Não", avaliamos o enorme potencial do projeto. Por meio da união da equipe de pesquisa do Sleeping Giants Brasil e da rede de criadores do Storytelling Network, obtivemos sucesso nas seguintes atividades:

1) Produção de conteúdos que estimulam denúncias: Hoje, os milhões de seguidores acumulados pela nossa rede de criadores são treinados para nos enviar denúncias. Essas informações foram utilizadas para agrupar conteúdos que propagam quaisquer tipos de discursos fraudulentos sobre assuntos relacionados a temas como: Educação, ciência e tecnologia; Meio ambiente e povos originários; Direitos Humanos; Saúde e Covid-19; Combate à fome; Defesa da democracia e das instituições brasileiras; e Regulamentação das plataformas. Após as denúncias, nossa equipe realizou uma filtragem e classificação do conteúdo, identificando as narrativas, mensagens, propagadores e formas de monetização desses conteúdos;

2) Investigação das fontes de receita: A desinformação é lucrativa e diversos atores propagam essas narrativas visando ganhos monetários. Nesta fase, investigamos como o ecossistema desinformativo relacionado aos discursos nocivos predominantes se sustenta financeiramente. Além disso, produzimos o relatório "Fraude na Ciência: Inventário da Desinformação sobre Ciência, Saúde, Educação e Meio Ambiente nas Redes Sociais", com os resultados identificados;

3) Denúncia de narrativas: Com base nas denúncias de conteúdo recebidas e na investigação das fontes de receita dos conteúdos nocivos, tanto por canais diretos quanto indiretos, durante o período do projeto, toda a rede do Storytelling Network trabalhou para denunciar os conteúdos desinformativos, visando a adoção das seguintes medidas: remoção, interrupção do impulsionamento e interrupção da monetização, dependendo da natureza orgânica, impulsionada ou monetizada de cada conteúdo. Nos casos em que as plataformas não agiram, realizamos denúncias diretas em nossas redes sociais, mobilizando os próprios usuários para exercer pressão em massa;

4) Impulsionamento contra narrativas: Através da rede de influenciadores integrantes e parceiros do Storytelling Network, quando observamos o surgimento de debates públicos em torno de narrativas fraudulentas, como propostas legislativas que incentivam o desmonte de políticas de fomento à ciência e à educação, ataques de negacionistas às instituições e à ciência brasileira, desinformação sobre vacinação e saúde pública, e ataques de ódio, trabalhamos no impulsionamento de contra narrativas, buscando agir para reverter esses discursos. Sintetizamos as discussões em palavras de ordem, para fortalecer a disseminação de informações precisas e embasadas;



5) Monitoramento das plataformas: Após o levantamento e denúncia das narrativas, realizamos um monitoramento constante das medidas adotadas pelas grandes empresas de tecnologia, com o objetivo de conter a propagação da desinformação. Além disso, também classificamos em nosso relatório as facilidades e dificuldades encontradas em cada uma dessas ferramentas de denúncia;

6) Regulação das redes sociais: Reconhecemos a falta de comprometimento das grandes empresas de redes sociais no combate ao discurso de ódio e desinformação em suas plataformas como um grande problema. Para promover um ambiente virtual mais saudável e incentivar um debate público qualificado, é crucial debater a regulação das redes sociais, considerando os direitos fundamentais à liberdade de expressão e à manifestação livre, bem como os direitos à personalidade garantidos pela constituição. No Brasil, é evidente a ausência de regulamentação adequada das plataformas, o que tem levado à discussão de diversas propostas para sua regulamentação.

O Governo Federal, por meio do Ministério da Justiça, está desenvolvendo uma proposta própria dentro do chamado "Pacote da Democracia". O Poder Judiciário, especialmente o Ministro Alexandre de Moraes, também tem se empenhado na elaboração de um projeto de lei a ser apresentado pelo Tribunal Superior Eleitoral. Nesse contexto, o Sleeping Giants Brasil destaca a importância de abordar o modelo de negócio das plataformas nas propostas em discussão. Para isso, elaboramos o documento "[Regula Big Techs](#)" com recomendações técnicas para a regulação das plataformas e o encaminhamos às autoridades competentes.

Além disso, em março de 2023, tivemos a honra de apresentar e entregar presencialmente ao Ministério da Saúde o relatório "[Levantamento de Redes: Análise de desinformação sobre Covid-19 e vacinação nas mídias e redes sociais brasileiras](#)", desenvolvido ao longo do projeto. Esse relatório traz dados relevantes sobre desinformação em saúde, em particular sobre conteúdos relacionados a vacinas.

Durante um evento imersivo sobre a recuperação da cobertura vacinal no Brasil, fomos convidados a compartilhar os relatórios do projeto com o Ministério da Saúde. Essa oportunidade foi de grande importância para nós, pois demonstra o impacto positivo e a relevância de nossas iniciativas no setor da saúde.

O convite para apresentar nossos relatórios ao Ministério da Saúde é um reconhecimento do trabalho sério e comprometido que nossa organização vem desenvolvendo ao longo dos anos.

Estamos extremamente felizes e honrados com essa oportunidade, e continuaremos trabalhando arduamente para garantir que nossos projetos contribuam cada vez mais para a melhoria da saúde da população.



DESINFORMAÇÃO NO

**MEIO-
AM
BI
ENTE**

Desinformação no Meio Ambiente

Também em março de 2023, realizamos a entrega presencial dos relatórios do projeto 'Fraude Na Ciência', assim como uma amostra específica sobre meio ambiente intitulada "[Levantamento de Redes: Análise de desinformação sobre meio ambiente nas mídias e redes sociais brasileiras](#)", às autoridades do Ministério do Meio Ambiente e Mudança Climática. O objetivo do envio foi destacar um dos principais problemas identificados nos resultados da pesquisa: a completa ausência de políticas de redução de danos no ecossistema da desinformação na agenda ambiental. Além disso, a proposta de regulação das plataformas, feita pelo Sleeping Giants, foi encaminhada ao Ministério do Meio Ambiente e Mudança Climática, como forma de demonstrar às autoridades ambientalistas a interconexão entre a agenda regulatória e os desafios enfrentados pelo órgão, especialmente em relação à desinformação socioambiental.





FISCALIZA **POLÍTICO**

Fiscaliza Político

Durante o processo eleitoral de 2022, o Sleeping Giants Brasil conduziu um trabalho de monitoramento da disseminação de fake news, desinformação e discursos de ódio nas redes sociais. O projeto "Fiscaliza Político" mapeou, acompanhou e analisou a atividade de mais de 50 figuras políticas, além de estabelecer um amplo canal de denúncias de usuários que permitiu antecipar várias narrativas prejudiciais às eleições de 2022. O trabalho se destacou pela interação com os usuários das redes sociais e pela minuciosa perícia dos conteúdos, realizada principalmente por pesquisadores especializados na área.

Inicialmente, o objetivo do projeto era compreender como os candidatos alinhados à extrema direita, concorrendo à Câmara Federal, se comportavam e em que medida utilizavam desinformação e ódio como estratégia político-eleitoral. A coleta de informações buscava entender como esses discursos impactaram as eleições brasileiras de 2022. O trabalho realizado pelo projeto, em conjunto com as Redes de Mensageria do Sleeping Giants Brasil, durante o período eleitoral de 2022, teve um grande impacto em ações com organizações parceiras, além de fornecer dados e pesquisas qualitativas que fizeram do SGBR a única organização a trabalhar, naquele momento, com análises qualitativas do cenário nacional. Através de mais de 50 canais, o SGBR recebeu mais de 3000 denúncias apenas nas últimas 48 horas do período eleitoral, permitindo a identificação de cerca de 500 narrativas desinformativas distintas, além dos principais tópicos que ganharam relevância nos aplicativos de mensagem privada durante esse período. Durante esse período, o Fiscaliza Político produziu:

- [Relatório parcial do projeto Fiscaliza Político;](#)
- [Relatório final do projeto Fiscaliza Político;](#)
- [Painel de atividades do projeto Fiscaliza Político;](#)
- [Apresentação do projeto Fiscaliza Político para parceiros e outras organizações;](#)
- [Dados para produção do documentário "Extremistas" da Rede Globo;](#)
- [Dados para ação contra Deputado Nikolas Ferreira, pela Deputada Erika Hilton;](#)
- [Representação eleitoral contra Cabo Jr Amaral;](#)
- [Dados para produção de provas da AIJE de autoria da Coligação Brasil da Esperança;](#)

A partir desse trabalho, surgiu o desejo de continuar engajados em um projeto singular que oferece uma visão qualitativa do cenário nacional, unindo a expertise acadêmica com o ativismo em prol da democracia. Essa vontade passou a acompanhar o contexto do dia 8 de janeiro de 2023.

O subprojeto "8 de Janeiro: O dinheiro por trás do caos", que está em desenvolvimento, surgiu da conjuntura histórica apresentada pela invasão à Praça dos Três Poderes por radicais apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro. O objetivo dessa pesquisa é realizar uma investigação conduzida pela sociedade civil, por meio da coleta de dados a partir de denúncias recebidas pela ferramenta "De olho no Zap". Essa ferramenta foi desenvolvida pela organização para receber informações sobre as pessoas que estão financiando os eventos do dia 8 de janeiro de 2023. Os principais acontecimentos, atividades e resultados já identificados até o momento no projeto podem ser acompanhados por meio dos relatórios adicionais produzidos pela organização:

- [Relatório 8 de janeiro: O dinheiro por trás do caos](#)



RE- DES

DE WHATSAPP



Redes de WhatsApp

Em interseção com o projeto Fiscaliza Político, o Sleeping Giants Brasil atualmente organiza e gerencia uma das maiores comunidades de mensageria do terceiro setor. Essa comunidade é composta por um total de 125 grupos e conta com 13 mil participantes ativos, somando-se aos dois canais do Telegram, totalizamos 16.700 usuários em sete meses. A principal função da comunidade é servir como canais de denúncia, nos quais os participantes podem se comunicar diretamente com a organização. Além disso, a comunidade se divide em grupos focais direcionados a campanhas específicas, como "Desmonetiza Jovem Pan", "Regula Já" e "PL 2630 Já".

Um pilar fundamental para todas as ações da instituição é o desenvolvimento de um ecossistema eficiente que integra a rede do WhatsApp com outras plataformas de mídia social. Por meio de gamificações, como desafios, solicitações de interação e compartilhamento de conteúdo, incentivamos o engajamento nas redes sociais. Os usuários dos grupos focais se tornam um apoio poderoso às ações de comunicação, responsáveis por curtidas, comentários, cobranças e compartilhamentos que aumentam consideravelmente a eficácia de nossas mobilizações em outras plataformas. O WhatsApp se tornou um grande aliado em todas as iniciativas do Sleeping Giants Brasil, aproximando nossa comunidade das ações realizadas pela equipe. Além da mobilização nas redes, o WhatsApp também permite a denúncia ativa de casos, o que fortalece nossos projetos de pesquisa.

Resultados: Graças a essa rede de mobilização, obtivemos cinco retornos positivos já na primeira semana da campanha #DesmonetizaJovemPan. Isso foi possível graças ao engajamento dos grupos focais de cobrança presentes em nossa comunidade. Posteriormente, outras empresas também começaram a fornecer retornos positivos, graças a um segmento exclusivo de grupos focais dedicados ao agradecimento, o que incentivou as marcas a se posicionarem e, conseqüentemente, fortaleceu positivamente sua imagem.

Democratizando a informação: Um aspecto altamente positivo de nossa rede do WhatsApp é a abordagem humanizada adotada. Não utilizamos automação no gerenciamento dos grupos, permitindo que o administrador interaja diretamente com os usuários. Essa interação direta possibilita esclarecer dúvidas sobre a disseminação de notícias falsas, por exemplo, relacionadas à campanha pela aprovação do PL 2630, e fornecer informações sobre o próprio Projeto de Lei das Fake News. Esse diálogo direto contribuiu para o crescimento do apoio ao projeto e para sua circulação no ambiente da dark social, sendo possível graças à integração com a equipe jurídica e de advocacy.



Comunicação clara e acessível: A criação de um vínculo entre o administrador dos grupos e os usuários levou a comunidade a entender melhor o trabalho do Sleeping Giants Brasil. Buscamos sempre fornecer respostas mais pessoais, informais e didáticas, a fim de criar uma sensação de pertencimento e identificação dos usuários com a marca Sleeping Giants Brasil. Utilizamos uma linguagem clara e acessível a todos os públicos. Isso fez com que os participantes se sentissem ainda mais parte do movimento e percebessem que suas ações têm um impacto direto nas campanhas desenvolvidas, fazendo a diferença na sociedade.





STORYTELLING

NET WORK

Storytelling Network / Youtubers Pela Democracia

Há anos, o ecossistema digital desinformativo e odioso tem sido um fator de preocupação para a jovem democracia brasileira. Monitoramentos das plataformas sociais têm indicado, de forma contínua, que perfis de extrema-direita lideram, com ampla vantagem, a grande maioria das métricas das redes. A engrenagem desses perfis e canais foi financiada e estruturada ao longo da última década, intensificando-se durante as eleições de 2018, quando grupos organizados impulsionaram candidaturas em diferentes esferas do poder, incluindo a Presidência da República. Desde então, esse grupo de criadores tem atuado de forma organizada, influenciando a opinião pública por meio da produção massiva de conteúdos contendo desinformação, conteúdo anticientífico e reacionário, que atentam à estabilidade democrática, ao meio ambiente e aos direitos humanos.

Esses grupos têm contado com um amplo apoio financeiro de empresários, fundos, doações e até mesmo dinheiro público. O investimento viabilizou e impulsionou narrativas conspiratórias de forma coordenada em diversas áreas, como a pandemia da Covid-19, o desmonte ambiental e a lisura do processo eleitoral, distorcendo a percepção pública dos fatos, utilizando-se do negacionismo científico, visando obter vantagens financeiras e ganhos políticos e ideológicos para os envolvidos. As narrativas se disseminam por milhões de usuários ativos, já engajados com seus influenciadores, em diversas comunidades, alimentando bolhas de conteúdo nocivo que tendem a se expandir e se consolidar na percepção pública.

Entretanto, dentro desse mesmo ecossistema, existem criadores capacitados, não apenas em relação à qualidade técnica, mas também em termos de capacitação acadêmica e profissional. Esses criadores possuem um alcance relevante e, diante da mudança de comportamento dos usuários das redes sociais, uma parte significativa deles tem reduzido a frequência de postagem de conteúdo e até mesmo interrompido completamente suas atividades na internet, por não encontrarem maneiras de viabilizar financeiramente sua produção. A debandada de criadores de conteúdo produzido com rigor ético e comprometimento democrático é um sinal de alerta quanto à sustentabilidade e saúde das redes sociais.

Diante desse contexto, o fortalecimento de comunicadores comprometidos com a defesa de narrativas pró-democracia, ciência, educação, saúde e do ambiente informacional de qualidade é um dos principais objetivos de 2023. Iniciado em 2022, a rede de criadores Storytelling Network ganhou destaque nas redes, angariando relevância entre políticos e a classe artística, fazendo com que a grande mídia pautasse os temas, culminando com milhões de impressões, das postagens. Em muitos casos, essa rede também contribuiu com resultados que extrapolaram a comunicação, como recuos nos cortes de verbas da educação, adiamento do julgamento do "PL do Veneno" no plenário do Senado, decisão de inconstitucionalidade do Orçamento Secreto pelo Supremo Tribunal Federal (STF), bem como campanhas de pressão pela regulamentação das redes sociais, por exemplo.

O impulsionamento das narrativas feitas pela rede tem sido essencial para o sucesso das ações. O poder comunicacional das páginas fortalece a disseminação dos conteúdos e evita que os temas fiquem presos em uma "bolha". Atualmente, apenas o Sleeping Giants conta com mais de 33 milhões de impressões por mês em suas redes sociais, e, somadas, essas páginas chegam a 153 milhões de impressões. A rede organizada de criadores de conteúdo atua de forma articulada no dia a dia para responder às narrativas de desinformação e orientar tópicos dos quais a extrema direita tenta se esquivar, colocando tais assuntos nos lugares mais comentados da internet diariamente. Ações específicas do projeto podem ser acessadas no [Relatório Storytelling Network](#).





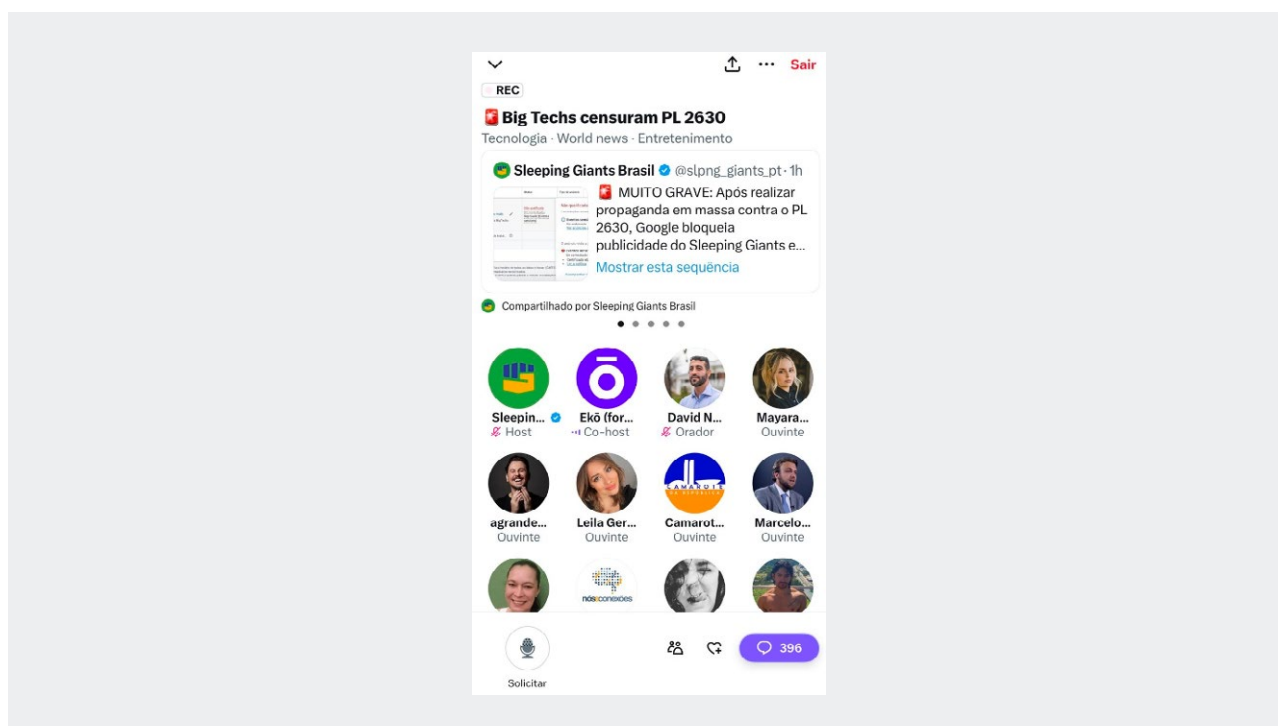
SPACE

**GI
AN
TS**

Space Giants

O podcast: O projeto Space Giants foi lançado no segundo semestre de 2021, expandindo as formas de comunicação do Sleeping Giants Brasil. Utilizando a ferramenta Spaces no Twitter, foram promovidos diversos conteúdos de áudio ao longo do ano, com o objetivo de dialogar com profissionais da imprensa, influenciadores, acadêmicos e investidores interessados em questões como ESG e capitalismo consciente. Além disso, o podcast teve o propósito de divulgar e promover ações de responsabilidade empresarial nos campos da democracia, saúde, educação, direitos humanos e meio ambiente.

Os debates: Até maio de 2023, foram realizados mais de 17 debates virtuais pelos perfis do SGBR, abordando temas como desinformação, teorias conspiratórias, combate à desinformação na pandemia de Covid-19, ódio e intolerância no ambiente virtual, responsabilidade corporativa, legislação e coberturas especiais de eventos ao vivo, como a votação da urgência do PL 2630, além de assuntos emergentes do cotidiano e campanhas do movimento. Esses eventos virtuais contaram com a participação média de 5.869 ouvintes simultâneos engajados nas conversas, alcançando diversas vezes o posto de espaço mais ouvido do mundo na plataforma, como a transmissão da cassação do ex-vereador do Rio de Janeiro, Gabriel Monteiro, que alcançou mais de 50 mil ouvintes em 6 horas de duração.





JURIDICO

& ADVOCACY

Jurídico e Advocacy

O Sleeping Giants Brasil reconhece que o combate à desinformação e aos discursos de ódio exige uma abordagem multifacetada e que as soluções devem ir além da remoção de anúncios. Com isso em mente, o movimento em 2023 tem se mobilizado para fortalecer um braço Jurídico e de Advocacy que se concentra em utilizar os recursos legais e a força da justiça para enfrentar o problema da desinformação e proteger os direitos fundamentais.

Através do Advocacy, o Sleeping Giants Brasil busca promover a responsabilização dos disseminadores de desinformação, bem como garantir que a legislação existente seja aplicada de maneira eficaz. Isso envolve ações legais contra indivíduos, organizações e plataformas envolvidos na disseminação de informações falsas, além de esforços para promover a criação de novas leis ou regulamentações abrangentes que abordem esses problemas. Além disso, o movimento também atua na defesa dos direitos fundamentais frequentemente afetados pela desinformação, como a liberdade de expressão, o direito à informação e a proteção da privacidade.

Com isso, o SGBR busca conscientizar a sociedade sobre a importância desses direitos e mobilizar esforços para garantir sua preservação em um contexto cada vez mais digital e influenciado pela desinformação. O SGBR reconhece seu papel ao utilizar a justiça como uma ferramenta, fortalecendo o poder dos cidadãos na batalha contra a desinformação, destacando a importância da responsabilização e garantindo a proteção dos direitos fundamentais. Através desses esforços, o Sleeping Giants Brasil demonstra um compromisso valioso em construir uma sociedade informada, engajada e mais justa em diversas esferas, para além da comunicação digital.

Nos últimos meses, enviamos propostas, notas técnicas e representações para órgãos estaduais, auxiliando na regulação e fiscalização do Estado sobre a atividade de outros atores, bem como realizando encontros físicos no Distrito Federal com lideranças políticas e promovendo ações e eventos em defesa de pautas relacionadas ao combate à desinformação e à defesa de um ambiente informacional de qualidade. Nossas ações foram:

1) Jovem Pan

Preservação de provas e responsabilização: Em 23 de janeiro, a 28ª Vara Cível do Tribunal de Justiça de São Paulo determinou que o Google Brasil seja obrigado a preservar a íntegra de mais de 2.300 vídeos publicados no YouTube pela Jovem Pan e que a emissora tentou esconder. Entre os conteúdos constam ataques ao processo eleitoral, ao STF, às urnas eletrônicas e à vacinação. A decisão atendeu a um pedido do Sleeping Giants Brasil para que a justiça determinasse ao Google o armazenamento de provas de conteúdos ilícitos da Jovem Pan, com a finalidade de utilizar essas provas para ajuizar uma Ação Civil Pública posteriormente, responsabilizando a emissora por seus comportamentos ilícitos;



Vitória no STF: Em 25 de abril de 2023, o Ministro Alexandre de Moraes determinou o arquivamento de um inquérito criminal movido pela Jovem Pan contra o Sleeping Giants. A emissora tentou obter a quebra dos dados bancários e telemáticos do movimento e de seus fundadores, utilizando a Polícia Civil de São Paulo com essa finalidade. Em parceria com a Rede Liberdade, solicitamos ao STF que assumisse a investigação, o que efetivamente ocorreu. Após o envio dos autos ao Supremo Tribunal Federal, o Ministro Alexandre de Moraes determinou o encerramento da investigação devido à ausência de justa causa;

Censura nunca mais: Além das investidas criminosas, a Jovem Pan tentou silenciar o Sleeping Giants Brasil e retirar a campanha #DesmonetizaJovemPan do ar. A emissora teve seu pedido indeferido pela 9ª Vara Cível de São Paulo, recorreu ao Tribunal de Justiça do Estado e novamente teve seu pedido indeferido pelo relator. Em seguida, a emissora recorreu, pela segunda vez, à turma recursal e teve seu pedido negado por unanimidade por três desembargadores. Resultado de 3x0 a favor da Liberdade de Expressão.

2) Eleições

Não à violência política: Em um processo movido pelo Sleeping Giants, uma decisão do TRE-MG determinou a remoção de conteúdo discriminatório e com violência política produzido pelo Deputado Eleito Cabo Junio Amaral (PL-MG). Os conteúdos em questão eram racistas, lgbtfóbicos, misóginos e continham ataques à memória de Marielle Franco;

Vote Preto: Após realizarmos uma campanha em parceria com a Coalizão Negra por Direitos, incentivando os eleitores a votarem em candidatos comprometidos com a agenda antirracista em 2022, fomos processados por propaganda eleitoral irregular. No entanto, uma decisão do TRE-SP em uma ação movida por bolsonaristas contra o SGBR deu razão ao Sleeping Giants. Após o movimento apresentar sua defesa e o Ministério Público Eleitoral concordar com as fundamentações do movimento, conseguimos vencer na justiça eleitoral, estabelecendo um importante precedente no país. Esse precedente indica que iniciativas coletivas de promoção de candidaturas de grupos minorizados, como LGBTQs, mulheres, negros, indígenas, etc., não podem ser consideradas propaganda eleitoral irregular.

3) Sikêra Jr.

Continuamos enfrentando um inquérito criminal e uma ação cível movida por Sikêra Jr. devido à campanha #DesmonetizaSikera. As irregularidades do inquérito criminal serão analisadas pelo Superior Tribunal de Justiça ainda no primeiro semestre de 2023, enquanto a ação cível aguarda julgamento no Tribunal de Justiça do Amazonas e espera-se que seja concluída no decorrer deste ano.

4) Big Techs

Ação Civil Pública: Ajuizamos em 29 de maio de 2023 uma Ação Civil Pública em desfavor do Google, Twitter, Facebook (Meta), Spotify e Telegram devido à manipulação do debate público realizado pelas plataformas em relação ao PL 2630. Solicitamos que a Justiça determine que as plataformas cessem a manipulação da circulação de informações sobre o tema, além de uma condenação pelos danos causados à coletividade;



Notificações: Notificamos o Google e a Taboola (Yahoo) por continuarem a monetizar o site da Jovem Pan. Apresentamos às empresas as transgressões cometidas pela emissora e questionamos se elas pretendem continuar financiando tais práticas. A Taboola (Yahoo) respondeu afirmando que está analisando a situação, mas ainda não tomou nenhuma providência. As notificações serão utilizadas como provas pré-constituídas para o ajuizamento de uma Ação Civil Pública posterior;

Pressão sobre investidores: Notificamos a BlackRock, maior acionista do Google, em maio de 2022 devido à empresa não disponibilizar relatórios de transparência de publicidade política completos para as eleições de 2022 no Brasil. Em 18 de agosto de 2022, o Google anunciou que os candidatos aos cargos estaduais (governadores, deputados estaduais e senadores) seriam incluídos no Relatório de Transparência de Publicidade Política. Além da notificação, mais de 13 mil e-mails foram enviados para os executivos da Alphabet Inc., juntamente com uma campanha massiva nas redes sociais exigindo que a empresa oferecesse essa ferramenta de transparência ao Brasil;

Manipulação das eleições: Ajuizamos uma Petição Cível contra o YouTube no Tribunal Superior Eleitoral devido ao favorecimento ao candidato Bolsonaro. Essa ação foi movida pelo Sleeping Giants devido ao histórico de campanhas anteriores do movimento em relação à plataforma, como "YOUTUBE SEM PARTIDO", "BLACKROCK DO SOMETHING" e "YOUTUBE APOIA FAKE NEWS". A petição ainda aguarda julgamento pelo Tribunal.

5) Outras ações

Proteção da reputação do SGBR: Em 25 de maio de 2023, a 23ª Vara Cível de São Paulo proferiu sentença no processo movido pelo Sleeping Giants contra o Twitter Brasil, determinando que o Twitter forneça os IPs de 7 contas chamadas "Sleeping Zap" que usurparam a marca registrada "Sleeping Giants Brasil" com o objetivo de assediar candidatos e eleitores progressistas. O Twitter tem a opção de recorrer, mas, caso seja condenado, poderemos desvendar uma rede de ódio que se utilizou da imagem do Sleeping Giants para cometer crimes;

Resposta a extremistas: Otávio Fakhoury, conhecido por financiar a atividade de extremistas brasileiros, moveu um processo contra o Sleeping Giants devido à nossa acusação de comportamento lgbtfóbico durante os debates da CPI da Covid em relação ao Senador Fabiano Contarato. Fakhoury obteve os IPs das contas do Sleeping Giants por meio desse processo e, juntamente com seu advogado, Emerson Grigolette, começou a divulgar informações sobre o movimento. Movemos uma ação contra Fakhoury, Grigolette e Flávia Ferronato devido a esses ataques e, em 20 de setembro de 2022, a 2ª Vara Cível de São Paulo emitiu uma decisão obrigando os extremistas a cessarem os ataques ao movimento, sob pena de multa. Os processos ainda estão em andamento.



Regula Big Techs

Nota Técnica: Elaboramos uma [Nota Técnica](#) com as sete principais recomendações do Sleeping Giants Brasil para uma proposta eficiente de regulação de plataformas. A proposta teve ampla repercussão, totalizando mais de 90 inserções na imprensa e levando algumas das propostas do movimento para o centro das discussões. Dos sete tópicos recomendados, o Sleeping Giants Brasil se sente contemplado em seis no Relatório apresentado pelo relator do PL 2630, o deputado Orlando Silva. Os pontos mais importantes sugeridos pelo Sleeping Giants e incorporados pelo relator foram, sem dúvida, a responsabilidade solidária dos intermediários por conteúdos publicitários/impulsionados, além da criação de repositórios de transparência de anúncios.

Sugestões de redação: Além da Nota Técnica, o Sleeping Giants produziu três documentos com sugestões de redação para propostas de regulação. Foram elaborados um documento de sugestões ao texto apresentado pelo Governo Federal (Ministério da Justiça e Secom), um documento de sugestões ao texto apresentado pelo Deputado Orlando Silva e outro documento de sugestões apresentado ao PL 2370/19, de relatoria do deputado Elmar Nascimento. Em todos os três documentos, a preocupação central do Sleeping Giants estava centrada na transparência da publicidade e na responsabilidade solidária dos intermediários por esses conteúdos. Conseguimos incorporar essas propostas tanto no PL 2630/20 quanto no PL 2370/19, o que representa uma grande vitória.

Diálogo com autoridades: A incidência política para a incorporação de nossas sugestões no texto foi uma tarefa árdua. Além da produção dos documentos, tivemos que realizar diversas audiências com parlamentares e outras autoridades. Foram realizadas quatro reuniões com o Ministério da Justiça, quatro reuniões com a Secretaria de Comunicação da Presidência, três reuniões com o deputado Orlando Silva, uma reunião com o Deputado Elmar Nascimento e uma reunião com a Secretaria de Relações Institucionais da Presidência da República.

Outras incidências sobre o tema: Produzimos um [documento](#) explicativo com o objetivo de sintetizar as discussões relativas ao PL 2630/20 e distribuimos esse material para os 513 deputados federais. Além disso, realizamos uma estratégia de pressão via telefone, entrando em contato com os gabinetes de todos os parlamentares, discutindo o texto e apoiando sua aprovação. Também participamos da composição e construção do documento "[Regulação das plataformas digitais no Brasil: Posicionamento das organizações da sociedade civil reunidas na Sala de Articulação contra a Desinformação](#)" em parceria com a Sala de Articulação da Desinformação, obtendo o apoio de mais de 100 organizações signatárias.





**CLUBE DE
GIGANTES**

Clube de Gigantes

Você sabia que a cada R\$1,00 doado R\$371,00 são desmonetizados dos discursos de ódio e da desinformação?

Em 2023, o Sleeping Giants Brasil continua suas atividades com maior independência por meio da expansão e fortalecimento do 'Clube de Gigantes', nossa plataforma de autofinanciamento recorrente. Desde o lançamento em maio de 2021, arrecadamos mais de R\$134 mil, contando com o apoio de 1.153 doadores totais e 356 apoiadores recorrentes atualmente, que acreditam em nosso trabalho.

Por meio do Clube de Gigantes, convidamos nossos seguidores a fazerem doações mensais que contribuem para financiar nosso trabalho de investigar, denunciar, conscientizar e desmonetizar conteúdos nocivos na internet ao longo de todo o ano. Reconhecemos a importância fundamental de uma base de apoiadores que não apenas apoiam nosso trabalho nas redes sociais, mas também financeiramente. Esses apoiadores desempenham um papel crucial no fortalecimento e na sustentabilidade do movimento, permitindo que ele prospere e alcance consistentemente seus objetivos.





SG BR

NA IMPRENSA

SGBR na imprensa

Em 2023, o SGBR tem se destacado na imprensa como uma referência no enfrentamento da desinformação e dos discursos de ódio na sociedade. Até o momento, fomos mencionados em centenas de veículos de diferentes portes, incluindo mídias internacionais, nacionais e locais. Entre as reportagens que tiveram maior repercussão, destacamos as seguintes:

Janeiro

- 1- [Mais um para conta: C6 Bank encerra parceria com a Jovem Pan](#)
- 2- [A pedido da Justiça, Twitter bloqueia conta de Rodrigo Constantino](#)
- 3- [Jovem Pan toma atitude surpreendente em editorial após ser alvo de campanha](#)
- 4- [Comentaristas da Jovem Pan News têm perfis bloqueados no Twitter](#)
- 5- [Alvo de campanha inimaginável, Jovem Pan toma atitude drástica para se salvar](#)
- 6- [Amazon e Sprite aderem ao #DesmonetizaJovemPan; grupo perde seu 12º anunciante](#)
- 7- [A Oi decidiu aderir à campanha #DesmonetizaJovemPan que busca...](#)
- 8- [#DesmonetizaJP: Faculdade Anhanguera se torna a 14ª empresa a retirar anúncios da Jovem Pan](#)
- 9- [Extremistas.br: Globoplay vai lançar série sobre bolsonaristas radicais](#)
- 10- [Como as narrativas de desinformação moldaram o 2º turno das eleições](#)
- 11- [Cielo é a 15ª empresa a aderir ao #DesmonetizaJovemPan](#)
- 12- [Frente a frente com radicais](#)
- 13- [Comentarista da Jovem Pan defende vândalos por horas no ar: "A revolta é legítima"](#)
- 14- [Jovem Pan News afasta Tutinha da presidência após atos terroristas](#)
- 15- [Cielo é a 15ª empresa a aderir ao #DesmonetizaJovemPan](#)
- 16- [Fuga ou estratégia copiada da Globo: Por que Tutinha renunciou à Jovem Pan?](#)
- 17- [Em clima de desespero, Jovem Pan afasta Constantino, Figueiredo e Zoe](#)
- 18- [Extremistas.br](#)
- 19- [Jovem Pan afasta Constantino, Paulo Figueiredo e Zoe Martinez](#)
- 20- [Jovem Pan News sacrifica comentaristas de direita para tentar sobreviver](#)
- 21- [Globoplay vai ao submundo da extrema direita em série atualizada às pressas](#)
- 22- ['Extremistas.br' mostra no Globoplay subterrâneos do radicalismo no Brasil três dias após ação no DF](#)
- 23- ['Extremistas.br' mostra no Globoplay subterrâneos do radicalismo no Brasil três dias após ação no DF 62 Comentários](#)
- 24- [ALVO DO MPF: Jovem Pan afasta Constantino, Paulo Figueiredo e Zoe Martinez](#)
- 25- [Confiança de Allan dos Santos e tática para viralizar: infiltrada em grupo bolsonarista revela modus operandi do 'gabinete do ódio'](#)
- 26- [Globoplay estreia "extremistas.br", sobre a onda golpista que assusta o Brasil](#)
- 27- [MPF abre investigação por discursos golpistas na Jovem Pan; emissora afasta Constantino e Figueiredo](#)
- 28- ['extremistas.br': nova série do Globoplay sobre o extremismo da direita radical no Brasil](#)
- 29- ['extremistas.br': nova série original Globoplay mostra o que está por trás dos movimentos radicais no Brasil](#)
- 30- ['Cancelada', Jovem Pan estuda estratégia para recuperar imagem e anunciantes](#)
- 31- [Campanha aciona operadoras de TV paga e pede remoção da Jovem Pan](#)
- 32- [#DesmonetizaJP: Nissan se torna a 26ª empresa a retirar anúncios da Jovem Pan](#)
- 33- [Monark é punido após posicionamento em favor de terroristas](#)



- 34- ['Davi x Golias': a campanha do Sleeping Giants Brasil contra a Jovem Pan](#)
- 35- [Jovem Pan News contrata advogado para ser comentarista após várias demissões](#)
- 36- [Claro TV, Vivo TV, SKY e DGO devem explicações à justiça por causa da Jovem Pan](#)
- 37- [Como explicar a mudança? c](#)
- 38- [Caixa anuncia na Jovem Pan, é questionada pelo Sleeping Giants e cria crise nas redes](#)
- 39- [Limpa tudo](#)
- 40- [Bastidores](#)
- 41- [Jovem Pan sofre com nova atitude surpreendente do Sleeping Giants após investigação](#)
- 42- [Justiça ordena que YouTube preserve mais de 2.000 vídeos da Jovem Pan sob investigação](#)
- 43- [Justiça ordena que YouTube preserve mais de 2.000 vídeos da Jovem Pan sob investigação](#)
- 44- [Justiça ordena que YouTube preserve mais de 2.000 vídeos da Jovem Pan sob investigação](#)
- 45- [Justiça ordena que YouTube preserve mais de 2 mil vídeos da Jovem Pan](#)
- 46- [Justiça manda YouTube preservar vídeos da Jovem Pan, por fake news](#)
- 47- [Arquivo aberto](#)
- 48- [Justiça ordena que YouTube presrve mais de 2.000 vídeos da Jovem Pan](#)
- 49- [Jovem Pan demite mais um comentarista e vive nova crise](#)
- 50- [Sikêra Jr fica surpreso com aparição inédita no Fantástico e reage](#)
- 51- [Sleeping Giants pede que Google corte monetização da Jovem Pan](#)
- 52- [Sleeping Giants vai à Justiça para impedir que Jovem Pan delete vídeos sob investigação](#)
- 53- [Sky, Claro TV, Vivo TV e outras terão que se explicar na Justiça após polêmica com a Jovem Pan](#)
- 54- [Quem foi poupado das demissões na Jovem Pan News em sua fuga da extrema-direita](#)
- 55- [Rodrigo Constantino e Zoe Martinez são demitidos da Jovem Pan após afastamento](#)
- 56- [Sleeping Giants mira operadoras que transmitem a Jovem Pan](#)
- 57- [Operadoras podem ser punidas por transmitir sinal da Jovem Pan](#)
- 58- [Série 'Extremistas.br' mostra subterrâneos do radicalismo no Brasil três dias após ação no DF](#)
- 59- [Nova série documental 'Extremistas.br' fala sobre bolsonaristas radicais](#)
- 60- [TELEVISÃO: Tutinha renuncia presidência do grupo Jovem Pan](#)
- 61- [Tutinha deixa a presidência do Grupo Jovem Pan](#)
- 62- [Sob pressão, Jovem Pan News perde um de seus melhores âncoras](#)
- 63- [Rodrigo Constantino tem perfil bloqueado no Twitter 22 23 2 Comentários](#)
- 64- [YouTube desmonetiza canal de Rodrigo Constantino](#)

Fevereiro

- 1- [#DesmonetizaJP: Jovem Pan perde R\\$ 838 mil com pressão da Sleeping Giants](#)
- 2- [E-mails internos mostram executivos da Jovem Pan lamentando prejuízo de R\\$ 838 mil com perda de anúncios](#)
- 3- [Após desmonetização, Jovem Pan apresenta prejuízo surpreendente](#)
- 4- [#DesmonetizaJovemPan afunda a emissora](#)
- 5- [Executivos da Jovem Pan lamentam rombo no faturamento](#)
- 6- [Sleeping Giants diz que campanha fez 50 anunciantes desistirem da Jovem Pan](#)
- 7- [MPF pede prisão de Sikêra Jr. e multa por crime de racismo – Intervozes – CartaCapital](#)
- 8- [Justiça nega pedido da Jovem Pan para derrubar campanha pela 'desmonetização' da emissora](#)
- 9- [Jovem Pan tem pedidos contra ativistas negados em sequência pela Justiça](#)



- 10- [Jovem Pan tem pedidos contra ativistas negados em sequência pela Justiça](#)
- 11- [Sleep Giants deram prejuízo a Jovem Pan de quase 1 milhão de reais - Litoral Hoje](#)
- 12- [Altamiro Borges: #DesmonetizaJovemPan afunda a emissora](#)
- 13- [Jovem Pan é perseguida e sofre sérias consequências por apoiar Bolsonaro](#)
- 14- [Sleeping Giants diz que campanha fez 50 anunciantes desistirem da Jovem Pan](#)
- 15- [Jovem Pan tem prejuízo catastrófico após desmonetização por fake news](#)
- 16- [Jovem Pan paga caro por apoio a Bolsonaro e perde mais de R\\$ 830 mil de anunciantes](#)
- 17- [E-mails internos mostram executivos da Jovem Pan lamentando prejuízo de R\\$ 838 mil com perda de anúncios](#)

Março

- 1- [Jovem Pan e Fox News: o que explica crise dos ícones da mídia de direita](#)
- 2- [Jovem Pan e Fox News, a crise da mídia de direita.](#)
- 3- [Investigada pelo MPF e alvo de campanha de desmonetização, Jovem Pan tenta dar a volta por cima](#)
- 4- [Justiça nega liminar para derrubar campanha de desmonetização da Jovem Pan](#)
- 5- [Justiça nega liminar para derrubar campanha de desmonetização da Jovem Pan](#)
- 6- ['Problemas financeiros': Jovem Pan tenta derrubar ação de desmonetização](#)
- 7- [Justiça nega liminar para derrubar campanha de desmonetização da Jovem Pan](#)
- 8- ['Problemas financeiros': Jovem Pan tenta derrubar ação de desmonetização](#)
- 9- [Coca-Cola atende ao Sleeping Giants e deixa de anunciar na Jovem Pan](#)
- 10- [Estudo mostra como a tecnologia pode ajudar a segurança pública](#)
- 11- [Regula Big Techs: uma regulação para seguir o dinheiro das plataformas](#)
- 12- [Associação de consumidores apresenta propostas para responsabilização na internet](#)
- 13- [Portal Paraná Empresarial](#)
- 14- [Sleeping Giants apresenta propostas para responsabilização na internet](#)
- 15- [Sleeping Giants apresenta propostas para responsabilização na internet](#)
- 16- [Sleeping Giants Brasil inicia movimento que pede a regulação das big techs](#)
- 17- [Sleeping Giants apresenta propostas para responsabilização na internet](#)
- 18- [Sleeping Giants Brasil inicia movimento que pede a regulação das big techs](#)
- 19- [Sleeping Giants apresenta propostas para responsabilização na internet](#)
- 20- [Sleeping Giants apresenta propostas para responsabilização na internet](#)
- 21- [Sleeping Giants apresenta propostas para responsabilização na internet](#)
- 22- [Sleeping Giants apresenta propostas para responsabilização na internet](#)
- 23- [Sleeping Giants apresenta propostas para responsabilização na internet](#)
- 24- [Sleeping Giants apresenta propostas para responsabilização na internet](#)
- 25- [Sleeping Giants apresenta propostas para responsabilização na internet](#)
- 26- [Sleeping Giants apresenta propostas para responsabilização na internet](#)
- 27- [Sleeping Giants apresenta propostas para responsabilização na internet](#)
- 28- [Sleeping Giants apresenta propostas para responsabilização na internet](#)
- 29- [Sleeping Giants quer regulamentação para Big Techs](#)



Abril

- 1- [Diário do Grande ABC Money Blocker: extensão bloqueia anúncios em sites que propagam desinformação](#)
- 2- [Com demissão de Sikêra Jr., maior expressão do bolsonarismo na TV sai do ar](#)
- 3- [Sikêra Jr. era maior expressão do bolsonarismo na TV, diz Chico Alves](#)
- 4- [RedeTV! abriu mão de Sikêra Jr. por faturamento, não por ideologia](#)
- 5- [O Twitter de Musk: emoji com fezes, bloqueio de hashtag e negativa para retirada de perfis de ódio](#)
- 6- [Usuários repudiam postura e lançam campanha 'Twitter apoia massacres](#)
- 7- [Redes sociais falham em moderar conteúdos relacionados a violência](#)
- 8- [Sleeping Giants lança ferramenta que bloqueia anúncios em sites de desinformação](#)
- 9- [Nova ferramenta para Google Chrome bloqueia anúncios de sites que propagam fake news e desinformação;](#)
- 10- [Sleeping Giants e Congresso em Foco lançam Money Blocker](#)
- 11- [Congresso em Foco e Sleeping Giants unem-se para bloquear anúncios em sites de desinformação](#)
- 12- [Efeito Elon Musk: sem moderação, Twitter se torna rede social mais agressiva e violenta](#)
- 13- [Em parceria com organizações amazônidas, Interozes lança relatório de combate à desinformação na Amazônia Legal](#)
- 14- [Dia do Trabalhador e da Trabalhadora. Como as novas configurações tecnológicas reconfiguram as lutas sociais? Entrevista especial com Bruno Cava, Carolina Salomão e Murilo Duarte](#)
- 15- ['Twitter apoia massacres' chega aos trend topics; governo cobra mudança de postura de redes](#)
- 16- [Pesquisa identifica 70 perfis que propagam notícias falsas na Amazônia](#)
- 17- [Money Blocker: Chrome diz não à fake news e corta anúncios!](#)
- 18- [Congresso em Foco e Sleeping Giants se unem para bloquear anúncios em sites de desinformação](#)
- 19- [O que dizem especialistas sobre a regulamentação das plataformas](#)
- 20- [Gleisi defende regulação para plataformas digitais: 'ódio e violência violam termos de uso. Precisamos combater a barbárie'](#)
- 21- [Demissão de Sikêra Júnior tira do ar 'fiel tradução do bolsonarismo'](#)
- 22- [Associação de consumidores apresenta propostas para responsabilização na internet](#)
- 23- [Pesquisa identifica 70 perfis que propagam notícias falsas na Amazônia](#)
- 24- [Sleeping Giants indica propostas para responsabilidade na internet](#)
- 25- [Como o posicionamento de veículos de imprensa após o massacre na creche de SC reforça o papel social do jornalismo?](#)

Maio

- 1- [Diário do Grande ABC Orlando Silva acusa big techs de 'ação suja' e 'sabotagem' contra PL das Fake News](#)
- 2- [Dino avalia prática abusiva em campanha do Google contra PL das Fake News](#)
- 3- [Dino pede apuração de 'abusos' de big techs contra o PL das fake news](#)
- 4- [Dino pedirá investigação de campanhas de big techs contra PL das Fake News](#)
- 5- [Dino aciona Defesa do Consumidor contra o Google por PL das fake news](#)
- 6- [Campanha do Google contra PL das Fake News vai ser apurada](#)



- 7- [Deputado Orlando Silva acusa big techs de ação suja](#)
- 8- [Dino quer apuração sobre campanha](#)
- 9- [Dino quer apuração sobre campanha do Google contra PL das Fake News](#)
- 10- [Artistas, influenciadores, jornalistas repudiam campanha do Google e redes sociais contra PL das Fake News](#)
- 11- [Dino anuncia que Google será obrigado a exibir mensagem favorável ao PL das Fake News; assista](#)
- 12- [Críticas do Google não invalidam PL das Fake News, dizem especialistas](#)
- 13- [Anúncios contrários ao PL 2630 dominam em redes da Meta](#)
- 14- [Big Techs na mira da lei](#)
- 15- [De Juliette a Anitta: fãs-clubes se unem no Twitter em apoio ao PL 2.630](#)
- 16- [Dino quer apuração sobre campanha do Google contra PL das Fake News](#)
- 17- [Dino quer apuração sobre campanha do Google contra PL das Fake News](#)
- 18- [Dino quer apuração sobre campanha do Google contra PL das Fake News](#)
- 19- [Estudo do Sleeping Giants mostra plataformas sem filtro à desinformação sobre ciência](#)
- 20- [Google e Meta negam participação em ofensiva do Telegram contra a PL das Fake News](#)
- 21- [Ministério da Justiça irá apurar possíveis abusos em ação do Google contra PL das Fake News](#)
- 22- [Google terá que sinalizar como “publicidade” material feito contra PL 2630](#)
- 23- [Governo investiga Google por anúncio contra PL das Fake News](#)
- 24- [Impacto que a inteligência artificial pode ter no mundo do trabalho](#)
- 25- [Direita bolsonarista usa fake news contra... PL 2630 das fakenews. E leva vantagem nas redes sociais, mostra estudo](#)
- 26- [Maierovitch: Google abusa do poder econômico e faz ciberterror com PL 2630](#)
- 27- [Governo investiga Google por anúncio contra PL das Fake News](#)
- 28- [Google \(GOGL34\): campanha contra PL das Fake News será investigada](#)
- 29- [Flávio Dino diz que vai pedir apuração sobre campanha do Google contra PL das Fake News](#)
- 30- [Google lança ofensiva contra PL das Fake News, mostram emails e relatório](#)
- 31- [Dino quer apurar se Google agiu contra PL das Fake News](#)
- 32- [Governo investiga Google por anúncio contra PL das Fake News](#)
- 33- [Governo investiga Google por anúncio contra PL das Fake News](#)
- 34- [Ministério da Justiça vai apurar campanha do Google contra PL das Fake News](#)
- 35- [Flávio Dino cita leis estrangeiras contra fake news para rebater Google](#)
- 36- [Google faz lobby contra PL das fake news em seu mecanismo de busca](#)
- 37- [Google faz lobby contra PL das fake news em seu mecanismo de busca](#)
- 38- [Google inclui link contra PL das Fake News em página principal e Dino quer apuração sobre conduta da empresa](#)
- 39- [Google promove ofensiva contra PL das Fake News, apontam emails e relatório](#)
- 40- [Fortalecer a democracia](#)
- 41- [Flávio Dino aciona secretaria contra Google para apurar "prática abusiva"](#)
- 42- [Google lança ofensiva contra PL das Fake News, mostram emails e relatório](#)
- 43- [Organização acusa big techs de censura](#)
- 44- [Telegram dispara desinformação em massa para usuários contra o PL das Fake News](#)



OBRIGADO!