

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

BRUNO BENASSI RENUCCI

A DISTRIBUIÇÃO DE INFORMAÇÕES DIGITAIS:

O papel do *streaming* na democratização da mídia

São Paulo

2018

BRUNO BENASSI RENUCCI

**A DISTRIBUIÇÃO DE INFORMAÇÕES DIGITAIS: O papel do *streaming* na
democratização da mídia**

Trabalho de Conclusão do Curso de
graduação apresentado à Universidade
Presbiteriana Mackenzie para título de
Bacharel em Direito.

Orientador: Profa: Ms. Carolina Theodoro Mota Mourão

São Paulo

2018

BRUNO BENASSI RENUCCI

**A DISTRIBUIÇÃO DE INFORMAÇÕES DIGITAIS: O papel do *streaming* na
democratização da mídia**

Trabalho de Conclusão do Curso de Direito,
apresentado à Faculdade de Direito da
Universidade Presbiteriana Mackenzie para
obtenção do grau de Bacharel.

Aprovado em __ / __ / __

Prof. Profa: Ms. Carolina Theodoro Mota Mourão (orientador)
Universidade Presbiteriana Mackenzie

A DISTRIBUIÇÃO DE MÍDIAS DIGITAIS: O papel do streaming na democratização da mídia

Bruno Benassi Renucci¹

RESUMO

Cada vez mais a sociedade caminha ao ponto da era da informação. Tal caminhada se dá com o forte advento realizado pela *Internet* na vida civil. Com a existência da *Internet*, cada vez mais as pessoas utilizam das facilidades provenientes da rede, seja com contatos em redes sociais, com diversas formas de conteúdo e com os populares serviços de *streaming*. Serviços esses que se caracterizam por não mostrarem a necessidade de salvar os arquivos desejados no dispositivo, porém de transmissão contínua via rede. Logo, com o advento de tais serviços, como eles podem de alguma forma democratizar as mídias no Brasil, que se concentram nas mãos de poucos? E se democratizada a mídia, esses serviços exigiriam regulamentação além do Marco Civil da Internet? Para a resposta das presentes perguntas, será então necessário investigar acerca da natureza desses serviços. Logo, será verificada a definição de serviço de *streaming* e as facilidades que tais serviços trazem tanto para o acesso a conteúdos quanto para sua produção e a influência desses serviços na vida civil. Como o Marco Civil da *Internet* se relaciona com a regulamentação de tais serviços e quais propostas de regulamentação da mídia existem? E como elas poderiam influenciar na democratização da mídia no contexto de ampla difusão do *streaming*? E como a regulamentação de tais plataformas não incorreria em censura? Quais seus principais desafios jurídicos?

Palavras-chave: *Streaming*. Transmissão contínua. Meios de comunicação. Regulação. Democratização da mídia.

¹ Graduando na área de Direito
Universidade Presbiteriana Mackenzie
E-mail: brenucci@hotmail.com

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
1. OS SERVIÇOS DE STREAMING	9
2. DIPLOMAS LEGAIS DO SERVIÇO DE STREAMING	16
3. PROPOSTAS DE REGULAMENTAÇÃO	20
CONCLUSÃO	22
REFERÊNCIAS.....	25

INTRODUÇÃO

Cada vez mais o Mundo está imerso na dita “era da informação²”, dependendo cada vez mais serviços de difusão digital. Hoje em dia, sítios eletrônicos como o *YouTube*, assim como redes sociais, já se tornaram grandes fenômenos culturais e parte integrante da vida das pessoas. Nesse ponto, o Brasil não fica atrás, sendo o país um voraz consumidor de internet³.

A internet, por sua vez, apresenta uma gama de peculiaridades. Uma delas é a forma de transmissão mais democrática das informações, ou seja, se diferencia da televisão ou do rádio, onde as todas as informações, tal qual notícias, programas, músicas, são submetidas, primeiramente à programação, com horários e cronogramas pré-definidos. Seu conteúdo estará limitado aos profissionais que os produzem, logo os meios tradicionais de comunicação de massa dão voz àqueles que têm formação para a produção de tais conteúdos, como jornalistas, cinegrafistas e etc. Já a internet não tem essa limitação, todo conteúdo pode ser produzido e postado, todos podem ter sua voz, seja pela publicação de textos em *blogs* e outros portais virtuais, edição de vídeos, e outras formas de divulgação de pensamentos, ideias, notícias, dentre outros.

Frisa-se aqui a vital importância da mídia, seja ela impressa, televisiva, em radiofusão, tradicional ou independente para a manutenção de qualquer democracia. Entende-se que a mídia é um mecanismo de controle democrático tão importante quanto o Supremo Tribunal Federal, o Congresso Nacional e o Ministério Público. Desde a entrada em vigor da Constituição de 1988, após um violento momento histórico marcado por repressão, a livre manifestação do pensamento foi considerada um direito fundamental, positivada em seu texto:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes

² SENDOV, Blagovest. Entrando na era da informação, 1994. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141994000100008&lng=pt&tlng=pt (acesso 27 de outubro de 2018).

³ De acordo com a pesquisa realizada pela empresa de segurança *ESET*, cerca de 53% dos brasileiros gastam mais de 6 horas diárias na internet. Disponível em: <https://canaltech.com.br/internet/pesquisa-mostra-que-53-dos-brasileiros-passam-mais-de-6h-por-dia-na-internet-113988/> (acesso 27 de outubro de 2018).

no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

(...)

IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;

(...)

IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;

Logo, com o advento da internet, tal manifestação do pensamento não se tornou apenas mais ampla, mas se intensificou, e como dito acima, deu voz a todos que tivessem o mínimo acesso à rede. Porém, um dos desafios a partir do advento da rede é a facilidade de expressar opiniões e pensamentos de forma anônima.

Por outro lado, os tradicionais veículos de comunicação de massa se encontram na mão de poucas famílias, servindo a interesses econômicos, não à manutenção e proteção da democracia⁴. Isso porque saindo de um regime altamente repressivo com a liberdade de expressão, é muito fácil enquadrar qualquer tentativa de regulamentação da mídia como censura. O debate da regulamentação da mídia também é pouco presente nas discussões partidárias, assim como há o medo de que tal regulamentação acabe se tornando alguma espécie de censura, ainda mais com a Lei da Imprensa de 67 (Lei nº 5.250, de 1967), que foi o diploma legal mais próximo de se regulamentar o assunto no país, porém era uma norma extremamente proibitiva que previa censura de manifestações consideradas subversivas em “espetáculos ou diversões públicas”⁵. Obviamente, tal diploma era utilizado como forma de repressão à liberdade de imprensa, sendo a preocupação, de fato, justificada.

⁴ PASTI, André e GALLAS, Luciano. Investigando os donos da mídia no Brasil pós-golpe. Le Monde Diplomatique Brasil. Publicado em 16 de abril de 2018. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/investigando-os-donos-da-midia-no-brasil-pos-golpe/> (acesso 27 de outubro de 2018) e <http://brazil.mom-rsf.org/br/> (acesso 26 de outubro de 2018).

⁵ Afirma o texto da lei: “Art. 1º É livre a manifestação do pensamento e a procura, o recebimento e a difusão de informações ou idéias, por qualquer meio, e sem dependência de censura, respondendo cada um, nos termos da lei, pelos abusos que cometer.

§ 1º **Não será tolerada** a propaganda de guerra, de processos **de subversão da ordem política e social** ou de preconceitos de raça ou classe.

§ 2º O disposto neste artigo não se aplica **a espetáculos e diversões públicas, que ficarão sujeitos à censura**, na forma da lei, nem na vigência do estado de sítio, quando o Governo poderá exercer a censura sobre os jornais ou periódicos e empresas de radiodifusão e agências noticiosas nas matérias atinentes aos motivos que o determinaram, como também em relação aos executores daquela medida”.

Em outras palavras, não há forma de regulamentação da grande mídia que consiga diminuir a sua concentração nas mãos de poucos, que a utiliza em proveito próprio, não como um mecanismo de controle democrático como deveria ser.

Ao mesmo tempo, há a maior difusão e acesso à *Internet*, no contexto da sociedade da informação. Informação essa que não é filtrada pela rede, mas apenas pelo usuário. Quanto à regulamentação da *Internet*, no Brasil é muito notável a existência do Marco Civil da *Internet*, que prevê dispositivos importantes quanto ao seu uso.

Partindo do gigantesco mercado de consumo virtual no Brasil e no mundo, um dos serviços mais em voga são os serviços de *streaming*, que, grosso modo, funcionam de maneira parecida com a televisão ou o rádio em seu consumo, os usuários assistem seu conteúdo ou escutam músicas e realizam outras atividades sem a necessidade de baixar os arquivos em seu disco rígido.

Dentre esses serviços destacam-se serviços que funcionam de maneira similar a vídeo-locadoras, como o *Net Now*, serviços cuja utilização pelo usuário requer o pagamento de taxa para ter livre acesso a um catálogo de filmes, músicas, *podcasts*, como a *Netflix*, *Spotify*, ou o *Deezer*, e, por último, serviços que podem ter acesso gratuito ao seu conteúdo, apenas com a limitação de assistir comerciais ao longo ou antes dos vídeos, com o principal destaque o *YouTube*. Nele, qualquer pessoa inscrita pode ser criadora de conteúdo, que vai desde o amadorismo extremo até criadores profissionais de conteúdo, que se sustentam com o “salário” recebido para cada acesso aos vídeos, que chegam a tornarem-se verdadeiras celebridades, dentro e fora do mundo virtual.

Por ter uma extensa gama de conteúdos, a plataforma [*YouTube*] conta inclusive com veículos jornalísticos sérios, como a *BBC* ou o jornal francês *Le Monde* produzindo conteúdo para o *site*. Ou seja, há uma maior facilidade de criação de conteúdo sério pela plataforma, conseguindo criar uma brecha ao controle da grande mídia nos tradicionais meios de comunicação de massa.

Diante desse quadro, pergunta-se: é possível que serviços de *streaming*, como o *YouTube* consigam, de fato, democratizar a mídia? E, ausente um marco de regulamentação da mídia tradicional, é possível que essa difusão caótica de

informações via rede possa ser regulamentada apenas pelo Marco Civil da *Internet*? E quais os limites para essa regulamentação, em especial quanto aos temas que ela não cobre?

Para responder tais perguntas, será necessário, primeiramente, analisar como funcionam os serviços de *streaming* e verificar como eles impactam nos meios de comunicação, ainda mais em um contexto onde a grande mídia não é democratizada.

Em segundo momento, será essencial verificar a legislação sobre internet, que basicamente consiste no Marco Civil da *Internet*, mas também será necessário investigar outros dispositivos sobre o tema, se houver, e tentar interpretar tais serviços sob uma ótica constitucional.

Por último, será importante verificar as propostas de regulamentação do setor (de serviços de *streaming* em especial) e analisar os desafios e problemas advindos dessa ampla difusão de informações provenientes da facilidade de acesso pela internet, ainda mais com uma quantidade cada vez maior de brasileiros que os acessam.

1. OS SERVIÇOS DE STREAMING

Em primeiro lugar será necessário delimitar do que se tratam os tais serviços de *streaming*. Do inglês, o termo *stream* significa córrego, fluxo, e, derivado do termo, há a definição de *streaming*, referente, não ao fluxo de água como em um rio, mas referente ao fluxo de informações transmitido. De acordo com o Dicionário Cambridge, *streaming* significa “a atividade de escutar ou assistir músicas ou vídeos diretamente da internet” (tradução livre)⁶. Outros significados do termo apontam também para o mesmo sentido, de transmissão, fluxo de informações via rede.

Logo, serviços de *streaming* são serviços voltados à distribuição digital de informações, como músicas, vídeos e etc. diretamente pela rede. Então, para tais

⁶ Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/streaming> (acesso 26 de outubro de 2018)

serviços, não há a necessidade de se fazer *download*, de salvar os arquivos referentes aos conteúdos no disco rígido do computador onde esses conteúdos estão sendo acessados. Nota-se que atualmente existem duas formas principais de distribuição digital, sendo uma delas o *streaming*, e a outra, o *download*, cuja diferença para o *streaming* é a necessidade do armazenamento de dados no disco rígido do aparelho.

Quanto ao significado dos serviços de *streaming*, o STJ já apresentou um julgado que mostra uma tentativa de defini-los:

RECURSO EXTRAORDINÁRIO. DIREITO AUTORAL. INTERNET. DISPONIBILIZAÇÃO DE OBRAS MUSICAIS. TECNOLOGIA STREAMING. SIMULCASTING E WEBCASTING. EXECUÇÃO PÚBLICA. CONFIGURAÇÃO. COBRANÇA DE DIREITOS AUTORAIS. ECAD. RECURSO ADMITIDO. DECISÃO

Vistos.

Cuida-se de recurso extraordinário interposto pela OI MÓVEL S.A., com fundamento no art. 102, inciso III, alínea "a", da Constituição Federal, contra acórdão da Segunda Seção do Superior Tribunal de Justiça ementado nos seguintes termos (fls. 968-969, e-STJ): "RECURSO ESPECIAL. DIREITO AUTORAL. INTERNET. DISPONIBILIZAÇÃO DE OBRAS MUSICAIS. TECNOLOGIA STREAMING. SIMULCASTING E WEBCASTING. EXECUÇÃO PÚBLICA. CONFIGURAÇÃO. COBRANÇA DE DIREITOS AUTORAIS. ECAD. POSSIBILIDADE. SIMULCASTING. MEIO AUTÔNOMO DE UTILIZAÇÃO DE OBRAS INTELECTUAIS. COBRANÇA DE DIREITOS AUTORAIS. NOVO FATO GERADOR. TABELA DE PREÇOS. FIXAÇÃO PELO ECAD. VALIDADE.

1. Cinge-se a controvérsia a saber: (i) se é devida a cobrança de direitos autorais decorrentes de execução musical via internet de programação da rádio OI FM nas modalidades webcasting e simulcasting (tecnologia streaming); (ii) se tais transmissões configuram execução pública de obras musicais apta a gerar pagamento ao ECAD e (iii) se a transmissão de músicas por meio da rede mundial de computadores mediante o emprego da tecnologia streaming constitui meio autônomo de uso de obra intelectual, caracterizando novo fato gerador de cobrança de direitos autorais.

2. Streaming é a tecnologia que permite a transmissão de dados e informações, utilizando a rede de computadores, de modo contínuo. Esse mecanismo é caracterizado pelo envio de dados por meio de pacotes, sem a necessidade de que o usuário realize download dos arquivos a serem executados.

3. O streaming é gênero que se subdivide em várias espécies, dentre as quais estão o simulcasting e o webcasting. Enquanto na primeira espécie há transmissão simultânea de determinado conteúdo por meio de canais de comunicação diferentes, na segunda, o conteúdo

oferecido pelo provedor é transmitido pela internet, existindo a possibilidade ou não de intervenção do usuário na ordem de execução.

(...)

(RE nos EDcl no REsp 1559264, Relator: Ministro HUMBERTO MARTINS. Data da Publicação DJe 01/06/2017)

Com a posição do STJ, é possível observar dois pontos centrais. Um deles é a existência de uma definição já jurisprudencial do tema. Outro é a divisão entre *simulcasting* e *webcasting*. Não faz parte dos objetivos do trabalho, porém, analisar o caráter tributário ou autoral desse serviço, apenas demonstrar já um entendimento dos tribunais superiores a respeito do assunto.

Após a tentativa de definição dos serviços de *streaming* será necessário verificar suas espécies, ou seja, quais tipos de serviços de transmissão contínua existem. Isso seguindo a necessidade de pagamento para que tais serviços possam ser utilizados (diferenciando entre serviços pagos, gratuitos ou gratuitos com limitações). Os serviços de transmissão contínua se destacam pela distribuição, principalmente de vídeos e músicas, podendo até ser um serviço focado na distribuição de livros ou imagens, não há qualquer limitação temática quanto ao conteúdo distribuído pelo *streaming*. A proposta de recorte para analisar os serviços é a de pagos, gratuitos com restrições e gratuitos.

Dentre os serviços, serão subdivididos os pagos, em que o acesso se dá mediante pagamento de uma mensalidade, ou seja, para que o usuário tenha acesso ao seu conteúdo, deverá pagar um valor fixo, referente à sua manutenção. Como destaque para tal modalidade, há a *Netflix*, que não apenas dispõe de um amplo catálogo de filmes, séries, documentários e outros, como produz seu próprio conteúdo original. Dentre os serviços pagos, também há o modelo *on demand*, que funciona como uma vídeo-locadora, onde o usuário paga uma tarifa para ter acesso ao conteúdo durante um tempo limitado. Nesse modelo se destaca o serviço da operadora Net, o *Net Now*.

Outro grupo é o dos serviços gratuitos com restrições. O padrão para tal espécie de serviços é de que grande parte de seu conteúdo é gratuito, porém restrito a qualidades menores, ou à presença de propagandas durante a exibição, assim como parte de seu conteúdo fica restrito apenas para os usuários pagos. Dessa

modalidade, destacam-se o serviço de distribuição de música, *Spotify*, e o brasileiro *Globo Play*, que não se limita apenas a séries e novelas exibidas na TV Globo, como conteúdo jornalístico exibido no canal ou em outros canais pertencentes às Organizações Globo (como a Globo News).

Por último, há os serviços gratuitos. Como a classificação demonstra, esses serviços são gratuitos aos usuários, que não pagam pelo acesso ao conteúdo, que fica aberto a qualquer pessoa (apesar de existirem algumas restrições, como restrições regionais ou etárias). Grande parte desses serviços tem sua receita baseada nas propagandas que aparecem antes ou durante a transmissão dos vídeos, assim como a presença de propagandas no *layout* da página. Dentre tal classificação, existe também uma gama de sites, mas o maior destaque é de fato o *YouTube*.

Do presente ponto é necessário discorrer acerca da importância que a plataforma *YouTube* tem sobre os serviços de *streaming* e sobre os meios de comunicação em um geral.

Nos primórdios da *internet*, a conexão era discada e extremamente lenta, porém, com o advento e com o desenvolvimento de tecnologias de banda-larga e fibra ótica, cada vez mais os serviços de transmissão contínua se solidificaram. Antes do advento das tecnologias que aceleraram a conexão, assistir vídeos na internet era uma tarefa hercúlea, sendo que grande parte do tempo era dedicado ao carregamento dos vídeos. Então, com a evolução da tecnologia, um dos *sites* que mais cresceu foi o dito *YouTube*. Criado por três funcionários da rede de pagamentos virtuais *Pay Pal*, o *site* foi feito simplesmente para a criação e acesso a vídeos, logo acabou caindo no gosto popular, com destaque ao público brasileiro, sendo que o Brasil foi a primeira localização internacional do *site*, criando a página brasileira em junho de 2007, junto com diversos outros países⁷. No país, apesar de

⁷ Referente ao lançamento da plataforma em diversos países. Disponível em: <https://www.techadvisor.co.uk/feature/internet/google-launches-youtube-france-9772/>. Acesso em 28 de outubro de 2018.

amplamente utilizado em seus primórdios, o serviço já causou controvérsia em função do vazamento de um vídeo íntimo da apresentadora Daniela Cicarelli⁸.

Por muitos anos, e até o momento do presente trabalho, o *YouTube* é a maior plataforma de *streaming* do país. Logo, produtores de conteúdo amador acabaram se tornando verdadeiros empregados da plataforma⁹, recebendo dinheiro em troca da geração de conteúdo, o qual acaba sendo monetizado para que seja permitida a exibição de propagandas durante o vídeo.

A plataforma também se mostra extremamente permissiva quanto ao conteúdo que nela é postado: nesse sentido, veja-se a alta notoriedade alcançada pelo You Tube no Brasil em função da controvérsia envolvendo a apresentadora Daniela Cicarelli. Mesmo apresentando uma ampla gama de políticas de uso¹⁰, a plataforma preza muito pela liberdade da criação dos conteúdos, sendo que aplica suas políticas de maneira repressiva, ou seja, pune o usuário que desrespeita as regras do *site* após receber denúncias referentes ao seu mau uso. Não de maneira preventiva, onde haveria uma análise prévia do conteúdo para que possa ser postado, algo que também não seria possível, em primeiro lugar por acabar sendo configurado como uma espécie de censura prévia e em segundo lugar pelo contingente extremo de conteúdo produzido para a plataforma. Segundo dados do próprio serviço, mais de um bilhão de horas são assistidas por dia¹¹. Essa acertada falta de filtragem prévia ao conteúdo dos vídeos pode, porém levar a algumas situações desastrosas, como o triste caso do criador de conteúdo que filmou um suicídio e o postou¹².

⁸ A matéria discorre acerca dos desdobramentos do caso do vazamento do vídeo referente à Daniella Cicarelli. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/10/151014_google_cicarelli_cc. Acesso em 28 de outubro de 2018.

⁹ A matéria trata sobre a “profissionalização” da produção de conteúdo no *YouTube*. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2012/07/01/magazine/on-youtube-amateur-is-the-new-pro.html>. Acesso em 28 de outubro de 2018.

¹⁰ Política de Privacidade do *YouTube*. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/policies/#community-guidelines>. Acesso em 28 de outubro de 2018.

¹¹ Acerca de dados estatísticos do *YouTube*. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/>. Acesso em 28 de outubro de 2018.

¹² Notícia acerca do episódio do *youtuber* que gravou um suicídio e postou na plataforma. Disponível em: <http://www.jornalciencia.com/logan-paul-youtube-nao-da-conta-e-video-de-cadaver-em-floresta-do-suicidio-no-japao-se-espalha-e-explode-no-planeta/>. Acesso em 28 de outubro de 2018.

Logo, é possível ver que a plataforma é muito expressiva, contudo apresenta seus problemas. No Brasil, seu acesso já se aproxima do uso da televisão¹³, que historicamente sempre foi o maior meio de comunicação do país, porém com uma perspectiva de mudança¹⁴. Ou seja, apesar da televisão ainda ser o meio de comunicação padrão do brasileiro, a internet toma mais esse espaço. Nesse sentido é importante lembrar que a mídia no Brasil (seja ela impressa, televisiva ou por radiodifusão) não é democratizada¹⁵, criando uma grande concentração dos meios de comunicação nas mãos de poucas famílias.

Tal concentração, como já explicado na introdução, faz com que a importante ferramenta de controle democrático que é a mídia acabe se submetendo a interesses particulares, assim como o acesso à criação de informação acaba não sendo democrático. Já uma plataforma como o *YouTube* apresenta o quadro completamente oposto: trata-se de ferramenta extremamente aberta onde cada pessoa tem liberdade ampla para a criação de conteúdo, seja ele jornalístico, político, artístico ou até mesmo sem substância alguma.

O modelo do *Youtube* é reflexo de nossa sociedade atual. O mundo virtual deve ser regido por regras de conduta ética. Há liberdade de expressão, mas há limites também. E estes estão baseados nas leis vigentes. As marcas que querem associar-se a esta nova Internet, que acreditamos que não é um modismo ou uma tendência, veio para ficar, e, para evoluir para ambientes de mobilidade, precisam estar atentas para promover o uso ético e legal destes espaços e não serem coniventes, nem correrem o risco de ser responsabilizadas pela prática de ilícitos e crimes (PINHEIRO, 2016, p. 451).

Nota-se que essa ampla democratização do conteúdo não se dá apenas por essa plataforma. Textos jornalísticos sérios podem facilmente ser publicados em *blogs*, por exemplo, mesmo a grande mídia pode publicar seu conteúdo digitalmente, facilitando seu acesso, assim como programas de rádio ou entrevistas podem ser gravados no formato de *podcast* (que basicamente é uma forma de compartilhamento de ideias gravadas em áudio, mais ou menos como uma rádio, podendo ser baixada no disco rígido ou não, logo não se confunde com o *streaming*).

¹³ <https://exame.abril.com.br/marketing/metade-brasileiros-mais-videos-online-tv/>

¹⁴ <http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2014/03/segundo-meio-de-comunicacao-mais-usado-e-internet-aponta-pesquisa.html>

¹⁵ Ao afirmar que a mídia no Brasil não é democratizada refere-se à permissão da propriedade cruzada, que será analisada mais adiante.

Sobre *podcasts*, é possível que também sejam distribuídos via *streaming*. Diversas plataformas são aptas para a distribuição de *podcasts* sem a necessidade de download, inclusive é possível que sejam distribuídos pelo próprio *YouTube* via *webcasting* ao vivo, limitado apenas ao áudio. Não apenas o *YouTube*, como diversas plataformas menores, também distribuem *podcasts* e textos opinativos, como o brasileiro blablaísmo. Não é difícil, porém, fazer uma comparação entre os *podcasts* como uma resposta à oferta de serviços de rádio com o streaming para os serviços de televisão.

A rádio pública poderia ser propulsora de um novo modelo de comunicação entre a emissora e a audiência, como garantia de serviço público, aprofundando mais nas peculiaridades e novas transformações que origina sua presença na *Internet*, remoto do conceito de rádio tradicional. A interatividade que oferece a rádio pública através dos serviços adicionados de *rtve.es* e em concreto do *podcasting* marca uma nova tendência e oferece um novo recurso nos processos de comunicação da sociedade de informação e do conhecimento¹⁶. (GONZALES, 2009)

Logo, como demonstrado, é possível ver uma ampla democratização da geração e acesso a conteúdos pela influência da rede. No caso do *YouTube*, já foi apontado que a produção de conteúdo tornou-se profissional, com diversos criadores que tem como forma de vida a produção de vídeos para a plataforma. Porém, o site ainda é limitado a seu algoritmo¹⁷, que aumenta a visibilidade de vídeos de acordo com sua popularidade e número de curtidas. Nesse sentido, é possível observar então a dificuldade de canais pequenos ficarem em evidência, assim como para conteúdos jornalísticos ainda é difícil competir por aqueles gerados pela grande mídia, tendo em vista sua maior confiabilidade se comparada a canais pequenos e mal produzidos. Mesmo veículos de mídia sérios, porém menores, podem acabar sofrendo esse déficit na concorrência baseado nas fórmulas de como a plataforma disponibiliza os vídeos na sua página inicial. Não obstante, o algoritmo direciona conteúdo ao usuário, que teria uma maior chance de se deparar com conteúdos gerados por veículos de mídia ideologicamente compatíveis com seu

¹⁶ No original: “La radio pública podría ser propulsora de un nuevo modelo de comunicación entre la emisora y la audiencia, como garante de servicio público, profundizando más en las peculiaridades y nuevas transformaciones que origina su presencia en Internet, alejado del concepto de radio tradicional. La interactividad que ofrece la radio pública a través de los servicios añadidos de *rtve.es* y en concreto del *podcasting* marca una nueva tendencia y ofrece un nuevo recurso en los procesos comunicativos de la sociedad de la información y del conocimiento.” GONZÁLEZ, M.J. & Salgado, C. (2009). *Redes de participación e intercambios en la radio pública: los podcasting*. Comunicar, 33, 45-54.

¹⁷ <https://canaltech.com.br/redes-sociais/youtube-vai-usar-algoritmo-do-google-para-destacar-videos-de-noticias-117508/>

histórico de vídeos, criando a chamada “bolha digital”¹⁸, apesar dessa espécie de mídia também dar voz a grupos historicamente excluídos¹⁹.

Vista a existência dos serviços de *streaming* e, brevemente, sua influência na sociedade, será necessário então verificar a respeito da lei que regulamenta as atividades de internet, o Marco Civil da Internet.

2. O MARCO CIVIL DA INTERNET E O *STREAMING*

Será analisado aqui o grande marco legal referente à internet no Brasil, a Lei nº 12.965, de 2014. Nele são regulados todos os dispositivos referentes ao uso da Internet no país.

Analisando o texto da lei, em seu artigo 2º, preza, acima de tudo, pela liberdade de expressão nas redes. Além disso, reconhece a escala mundial da rede; os direitos humanos e o desenvolvimento da cidadania através da rede; a diversidade; a colaboração; a livre-iniciativa, livre-concorrência e defesa do consumidor; e a finalidade social da rede.

Após estabelecer suas bases, a lei aponta os princípios que a regem, em seu artigo 3º: garantia da liberdade de expressão e livre-manifestação do pensamento; da privacidade da rede; proteção dos dados pessoais; garantia de neutralidade da rede; garantia de boas práticas comerciais referentes à qualidade da rede; responsabilização dos agentes de acordo com suas atividades; preservação da natureza participativa da rede; e liberalidade dos modelos de negócios, na forma da lei.

A lei, além de prever definições mais técnicas acerca da internet, prevê também as garantias dos usuários, positivadas nos artigos 7º e 8º, que dispõem basicamente: inviolabilidade à vida privada; inviolabilidade do sigilo das informações; inviolabilidade das comunicações privadas; não suspensão das comunicações;

¹⁸ <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/09/1920816-cada-macaco-no-seu-galho---zuckerman.shtml>

¹⁹ https://www.washingtonpost.com/business/economy/in-online-video-minorities-find-an-audience/2012/04/20/gIQAdhliWT_story.html?utm_term=.093dd830078c

manutenção da qualidade da rede; informações claras acerca dos serviços contratados para o acesso à rede; não fornecimento de dados pessoais, salvo autorizados; informações claras acerca da coleta de dados pessoais; consentimento acerca de tal coleta; exclusão definitiva dos dados coletados ao fim da relação entre o usuário e o site; transparência acerca do uso dos provedores; acessibilidade aos usuários que apresentem condições especiais e aplicação das normas de direito do consumidor sobre os negócios realizados na rede. Além dessas garantias, a lei prevê que a garantia do direito à privacidade e à livre-manifestação do pensamento é condição para o exercício de acesso à internet.

A lei também prevê, ao tratar de neutralidade, que não poderá haver discriminação entre o conteúdo acessado pelo usuário. Ou seja, alguém que acesse a internet para trabalhos acadêmicos ou para trabalho terá o mesmo tratamento no sentido de quantidade de dados descarregados ou a velocidade da rede caso estivesse usando-a para o lazer. Em seguida, é positivada ampla proteção aos dados pessoais dos usuários da rede, instituindo diversos mecanismos para que não haja violações acerca da privacidade e comunicações.

Após discorrer sobre como funcionará a guarda dos dados pessoais, a lei prevê uma seção dedicada à responsabilização de danos gerados por terceiros, ou seja, de como algum gerador de conteúdo na rede, ao gerar alguma espécie de dano seria responsabilizado, excluindo tal responsabilização da plataforma em que o dano fora causado. Nesse sentido, a lei não prevê responsabilidade do provedor decorrente de danos, e logo aponta:

Art. 19. Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário.

§ 1o A ordem judicial de que trata o caput deverá conter, sob pena de nulidade, identificação clara e específica do conteúdo apontado como infringente, que permita a localização inequívoca do material.

§ 2o A aplicação do disposto neste artigo para infrações a direitos de autor ou a direitos conexos depende de previsão legal específica, que deverá respeitar a liberdade de expressão e demais garantias previstas no art. 5o da Constituição Federal.

§ 3o As causas que versem sobre ressarcimento por danos decorrentes de conteúdos disponibilizados na internet relacionados à honra, à reputação ou a direitos de personalidade, bem como sobre a indisponibilização desses conteúdos por provedores de aplicações de internet, poderão ser apresentadas perante os juizados especiais.

§ 4o O juiz, inclusive no procedimento previsto no § 3o, poderá antecipar, total ou parcialmente, os efeitos da tutela pretendida no pedido inicial, existindo prova inequívoca do fato e considerado o interesse da coletividade na disponibilização do conteúdo na internet, desde que presentes os requisitos de verossimilhança da alegação do autor e de fundado receio de dano irreparável ou de difícil reparação.

A lei tentou prever um procedimento para que os danos causados por conteúdos ofensivos nas plataformas sejam responsabilizados, porém exime a plataforma em que o conteúdo é postado de responsabilidade, em primeiro momento. Tal ponto é importante na discussão acerca os serviços de *streaming*, já que a gigante plataforma de distribuição de vídeos chegou a ser bloqueada temporariamente no país em função do “caso Cicarelli”, como já mencionado anteriormente, tratou-se de vazamento de um vídeo íntimo envolvendo a apresentadora Daniela Cicarelli e seu namorado em uma praia da Espanha²⁰.

Por último, a lei propõe mecanismos processuais a fim de reparar danos causados na rede e a atuação do poder público na internet, prevendo ações participativas entre os governos, empresas e sociedade civil, além de promover eficiência, racionalização e interoperabilidade na rede.

Nota-se então que o Marco Civil da *Internet* não regulamenta os serviços de *streaming* de forma direta, quanto ao seu conteúdo e propagação, mas dá um panorama geral quanto ao uso da rede, ou seja, não era interessante para o legislador regulamentar diretamente tais serviços, o que nem faria sentido observando os objetivos de tal lei. Contudo, é possível observar alguns pontos importantes acerca do *streaming* como uma forma de difusão do pensamento.

Como já amplamente percorrido durante o presente trabalho, o amplo acesso às redes, de uma forma ou de outra, acabou levando a certa democratização do acesso e da produção de informações. Logo, é muito fácil para que qualquer pessoa ou organização disposta possa preparar conteúdos, que serviriam, muitas vezes

²⁰Acerca do bloqueio da plataforma no país após a controvérsia envolvendo a apresentadora. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/youtube-diz-ter-bloqueado-acesso-video-de-cicarelli-4241742>. Acesso em 28 de outubro de 2018.

para dar voz a determinados grupos e facilitar a divulgação do pensamento, servindo em certa medida como resposta ao controle altamente concentrado da mídia tradicional.

A neutralidade da rede nesse sentido também é importante. Sendo a rede neutra, não há a diferenciação entre o conteúdo consumido, criando assim pluralidade nos conteúdos acessados. Diversos países em que não é reconhecida a neutralidade da rede é possível que as operadoras limitem o conteúdo acessado de acordo com o pacote que o consumidor utiliza. Ou seja, determinado pacote apenas dará acesso a determinados serviços de *streaming*, ou outro pacote que dará acesso apenas a redes sociais, porém excluindo os serviços de *streaming*, e etc.

Então, o sentimento de vedação à censura que o Marco Civil apresenta é importante para esses serviços, em especial aqueles em que a criação do conteúdo depende da vontade dos usuários. Outro ponto é a aplicação do princípio da neutralidade da rede e da sua estabilidade, já que são fatores vitais para o funcionamento dos serviços de *streaming*. Inclusive, foi a melhora na qualidade da rede que permitiu que o *streaming* crescesse e se popularizasse massivamente.

Assim, a velocidade dos recursos tecnológicos foi crescendo rapidamente, até chegar à Banda Larga (*broadband*), com conexões ADSL7, cabo e satélite. Estamos seguindo para um mundo de transmissões em tempo real, por meio de tecnologia streaming, uma evolução do conceito de videoconferência e a inserção de redes multimídias digitais que possibilitem interatividade, como a desenvolvida com linguagem MPEG4 (PINHEIRO, 2016, p. 64).

Porém, além do disposto no Marco Civil, até o momento do presente trabalho não há qualquer outra espécie de regulação ou tentativa de regulamentar esses serviços, causando certa limitação legislativa acerca do tema. A única proposta acerca da regulamentação específica do tema se dá com a posição da Agência Nacional de Cinema (ANCINE) de regulamentar tributariamente esse serviço²¹.

Apesar de democratizada, a forma de comunicação por *streaming*, por não ser regulamentada, poderá sofrer os mesmos efeitos da grande mídia no Brasil,

²¹ Notícia que expõe o interesse da ANCINE na regulação referente à tributação desse serviços. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/06/proposta-para-streaming-e-do-setor-nao-do-governo-diz-sergio-sa-leitao.shtml>. Acesso em 28 de outubro de 2018.

justamente por ser vítima dos algoritmos da plataforma, que não mostra transparência quanto a sua execução²².

3. PROPOSTA DE REGULAÇÃO

Muito se falou na ausência de regulamentação nos veículos da grande mídia e como isso acomete o Brasil, mas o que isso significa na prática? E como essa falta de regulamentação acaba concentrando os veículos nas mãos de poucas famílias?

Ocorre que pela ausência de regulamentação é permitido aos proprietários dos meios de comunicação que haja a chamada “propriedade-cruzada” da mídia, ou seja, um grupo empresarial é dono de mais de um meio de comunicação, melhor dizendo, por exemplo, determinado conglomerado financeiro é proprietário de diversos veículos de mídia impressa, assim como de um canal de televisão e uma estação de rádio, criando uma forte concentração do poder de comunicação desse grupo financeiro, por controlar as informações.

Um dos grupos mais vocais acerca da democratização dos meios de comunicação é o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, que inclusive propôs o texto do Projeto Lei da Mídia Democrática. Nele são propostos diversos dispositivos a fim de regulamentar as comunicações no Brasil. Nada é dito a respeito dos serviços digitais, por se focar em veículos tradicionais de comunicação social.

No pré-projeto de lei, é importante notar algumas definições:

Artigo 2 – Para efeito desta lei, considera-se:

I. Comunicação social eletrônica: as atividades de telecomunicações ou de radiodifusão que possibilitam a entrega de programação audiovisual ou de rádio em qualquer plataforma, com as seguintes características:

a) fluxo de sinais predominantemente no sentido da emissora, prestadora ou operadora para o usuário;

²² <https://diplomatie.org.br/na-internet-a-combinacao-de-novas-e-velhas-formas-de-concentracao/>

- b) conteúdo da programação não gerado pelo usuário; e
- c) escolha do conteúdo das transmissões realizada pela prestadora do serviço, seja como grade de programação, seja como catálogo limitado de oferta de programação.

II. Radiodifusão televisiva, ou televisão: atividades de comunicação social eletrônica efetuadas por transmissão primária, com ou sem fio, terrestre ou por satélite, codificada ou não, de sons e imagens, estáticas ou em movimento, destinados ao público geral.

III. Radiodifusão sonora, ou rádio: atividades de comunicação social eletrônica efetuadas por transmissão primária, com ou sem fio, codificada ou não, cujo objetivo principal seja a transmissão regular de programação sonora ao público geral.

IV. Radiodifusão de sons e imagens ou radiodifusão televisiva terrestre, ou televisão terrestre: é a radiodifusão televisiva que se utiliza de radiofrequências atmosféricas como meio de distribuição do sinal para os aparelhos receptores terminais;

V. Operação de rede: atividades de transmissão, distribuição ou difusão dos sinais contendo programação de uma ou mais de uma emissora realizada por pessoa jurídica de direito privado ou público detentora de outorga para essas atividades;

Aqui então se fala nos meios de comunicação em que seria aplicada essa lei. Ou seja, encaixa-se na definição de telecomunicação, principalmente no que se diz respeito à transmissão de informações. É notável que a Internet seja um serviço de telecomunicações, de modo que o reconhecimento dos direitos referentes à liberdade na rede e à neutralidade está intimamente ligado à democratização das comunicações.

Ainda há o estigma, porém, da censura no momento de regular a mídia, ainda mais em um país com um histórico autoritário como o Brasil:

Considerando-se esses aspectos, é paradoxal observar que justamente as empresas de comunicação privadas sejam as menos responsabilizáveis em relação aos outros tipos de capital. Além do mais, uma das mais fortes críticas desferidas aos regimes socialistas dizia respeito justamente à impossibilidade do dissenso, em razão do controle estatal dos meios de comunicação. Ou, em outras palavras, do pensamento único, na esteira da unicidade partidária e do monopólio produtivo por parte do Estado, supressor das iniciativas particulares, entre as quais a liberdade de imprensa. Dado esse contraponto, cabe indagar se a situação brasileira não seria semelhante de certa forma à tradição do socialismo “real”, em que há verdadeiros monopólios e oligopólios da comunicação – formais e informais –, sem que o Estado e a sociedade possuam instrumentos eficazes para fiscalizá-los, responsabilizá-los e contê-los, nos limites da democracia e do Estado de Direito Democrático, que não o jogo

do mercado e a Justiça, que são sabidamente insuficientes⁹. Apesar da existência do multipartidarismo, de diversos proprietários de meios de comunicação e do Estado não ser onipresente, teria havido aqui, em perspectiva histórica, consensos forjados, contribuindo assim para uma sociedade não “poliárquica”. (FONSECA, 2011)

Porém é importante observar que a discussão e eventual aprovação de tal projeto desconcentrariam a mídia das mãos de poucos grupos econômicos. Sobre a relação de tal projeto com serviços de *streaming*, como argumentado no início, serviriam como alternativa para os veículos tradicionais de comunicação de massa, que não se apresentam democráticos e acabam servindo a interesses econômicos em função justamente de sua concentração.

CONCLUSÃO

Existem dois grandes problemas relacionados aos serviços de *streaming* como substitutos da grande mídia. Um deles é essa torrente de informações, que acaba causando desconfiança acerca dos veículos tradicionais de comunicação, além de diversas produções vazias de conteúdo que acabam por se tornar verdade apenas por estar de acordo com o ponto de vista político-ideológico daquele que o vê, a ascensão das chamadas *fake news* e a era da “pós-verdade”²³.

As empresas devem estar atentas quando fizerem uso de ambientes de redes sociais para não gerarem confusão junto ao público-alvo da empresa, sejam investidores, colaboradores, clientes, isto é, a informação deve ser consistente, quer seja com uma abordagem corporativa, quer com uma mais pessoal. Afinal, é uma informação por escrito que compromete sempre a empresa. Deve-se evitar “achismos”, deve-se evitar “informações desconstruídas” e “informações não oficiais”. Dicas e recomendações mais direcionadas a determinados públicos é um bom complemento, pois em um ambiente de rede social pode-se assumir um “tom” mais relacionado com determinado público-alvo. Por exemplo, a empresa quer atrair um estudante universitário ou quer atrair um investidor estrangeiro. Ela poderá utilizar linguagens distintas para cada um, até mesmo imagens, cores, mas o conteúdo tem de ser o mesmo no sentido mais financeiro (não pode haver previsões distintas de

²³ Matéria do Jornal Nexo acerca da definição de “pós-verdade”. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/11/16/O-que-%C3%A9-%E2%80%98p%C3%B3s-verdade%E2%80%99-a-palavra-do-ano-segundo-a-Universidade-de-Oxford>. Acesso em 28 de outubro de 2018.

crescimento, mas pode-se focar temáticas diferentes para gerar mais interatividade). (PINHEIRO, 2016, p. 453)

Tais meios de comunicação também podem acabar ao mesmo tempo dando voz a grupos minoritários, mas ao mesmo tempo fortalecendo ou radicalizando grupos que se pautam em discursos de ódio. E até onde a acertada ação da plataforma em banir ou excluir usuários que apresentem tal discurso de ódio não se configurariam como censura?

Já profetizado por Lipovetsky ao falar da propaganda, é possível ver a influência da era digital com a eleição do presidente americano Donald Trump em 2016, principalmente no sentido de conseguir modificar a imagem do líder perante o eleitorado.

O que leva tantas análises a não ver sempre senão uma das faces dos fenômenos? Paradoxalmente a denúncia da forma da moda na arena política prende-se ao mais imediato, ao mais superficial, não vê que a sedução contribui ao mesmo tempo para manter, para enraizar de maneira duradoura as instituições democráticas. Adotando uma forma espetacular, o discurso político torna-se menos entediante, menos “estranho”, aqueles que não se interessam por ele podem encontrar aí um certo interesse, ainda que seja não político, alimentado pelo pega dos políticos em evidência ou pelo show do “homem na arena”. Os grandes duelos eleitorais, as declarações dos líderes nos diferentes tipos de transmissões diretas de televisão são amplamente acompanhadas pelo público, mesmo se são aprendidos na ordem do jogo e da distração, nenhuma dúvida de que o público, nessas ocasiões esteja em situação de aquisição e de recepção dessas informações; seu nível de conhecimento das diversas posições políticas se vê aumentado, embora de maneira muito desigual. Contrariamente às teses dos acusadores do Estado-espetáculo, não há que traçar uma linha de demarcação rígida entre informação e divertimento; a forma moda, longe de ser antinômica com a abertura para o político, torna-a possível para uma parte crescente da população. A sedução torna-se menos rebarbativo o debate que envolve o todo coletivo, permite aos cidadãos apenas escutar, estar mais informado sobre os diferentes programas e críticas dos partidos. É antes o instrumento de uma vida política democrática de massa que é o novo ópio do povo. (LIPOVETSKY, 1987, p. 201)

Quanto ao advento da internet, o que vimos é a concretização das palavras de Lipovetsky, porém com uma latente radicalização do discurso. A questão da queda da confiabilidade dos veículos da grande mídia então acaba por trazer novos desafios e problemas, sejam eles, como manter a confiabilidade da mídia tradicional em um contexto onde há uma grande torrente de informações sem praticamente quaisquer filtro derivado dessa maior democratização da mídia? E mesmo com a

perda da confiabilidade, no caso do Brasil, a mídia tradicional parece ainda manter seu poder, mesmo com o advento da internet, em especial pela facilidade que há em utilizar dos algoritmos do *YouTube* em vantagem própria.

Entende-se, por último, que os serviços de *streaming* de livre produção de conteúdo não substituem a mídia tradicional - e a torna mais democrática até certo ponto. Entende-se também que para que haja uma democratização de fato das mídias, não basta regulamentar a mídia tradicional, é importante que uma eventual legislação fique em harmonia com o Marco Civil da Internet, que consegue abrir, de fato o acesso às mídias digitais. Contudo, a lei, sozinha, não tem a capacidade de regulamentar de todo a ampla difusão de conteúdo na internet, em especial por seu artigo 19 eximir os provedores de responsabilidade. Logo os desafios advindos da Era da Informação – e sua repercussão no campo do Direito - estão longe de serem superados.

DISTRIBUTION OF DIGITAL MEDIA: The Role of Streaming Media Democratization

ABSTRACT

Increasingly society is moving to the point of the information age. Such a pace takes place with the strong advent of the Internet in civilian life. With the existence of the Internet, more and more people use the facilities provided by the network, whether with contacts in social networks, with various forms of content and with popular streaming services. These services are characterized by not showing the need to allocate the desired files on the device, but continuous transmission via network. So with the advent of such services, how can they in any way democratize the media in Brazil, which are concentrated in the hands of a few? And if democratized, would such services require regulation outside the Civilian Framework of the Internet? For the answer to the present questions then, it will be necessary to investigate these services. Therefore, the definition of streaming service and the facilities that these services bring both for access to content and for its production, the influence of these services on civil life will be verified; how does the Civil Internet Framework relate to

the regulation of such services and what media regulation proposals are there? And how could they influence the democratization of media in the context of widespread streaming? And how would the regulation of such platforms not incur censorship? And its legal challenges?

Keywords: Streaming. Media. Democratization of the media.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Bia; EKMAN, Pedro. Regulação da Mídia não é censura. *Carta Capital*, São Paulo, Caderno Intervezes, publicado em 03 de junho de 2014. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervezes/regulacao-da-midia-nao-e-censura-2340.html>. Acesso 28 de outubro de 2018.

BARROSO, Ricardo Cavalcante, Regulação da mídia, opressão e democracia. *Revista de informação legislativa*, Brasília, v. 52, n. 208, p. 101-114, out./dez. 2015. Disponível em: <http://www2.senado.gov.br/bdsf/handle/id/517700>. Acesso 28 de outubro de 2018.

BBC Brasil. *O que significa regular a mídia?* 28 de novembro de 2014. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/11/141128_regulacao_midia_lab. Acesso 28 de outubro de 2018.

BRASIL. *CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso 28 de outubro de 2018.

_____. LEI No 5.250, DE 9 DE FEVEREIRO DE 1967. *Regula a liberdade de manifestação do pensamento e de informação (vetado)*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L5250.htm. Acesso 28 de outubro de 2018.

_____. LEI Nº 12.965, DE 23 DE ABRIL DE 2014. *Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso 28 de outubro de 2018.

BUCCI, Eugênio. *O Estado de Narciso*. 1ª Edição. São Paulo, Cia. Das Letras. 2015.

_____. *A Forma Bruta dos Protestos*. 1ª Edição. São Paulo, Cia. Das Letras. 2016.

_____. *A Imprensa e o Dever da Liberdade*. 1ª Edição. São Paulo, Ed. Contexto. 2009.

_____. *Brasil em tempo de TV*. 1ª Edição. São Paulo, Boitempo Editorial. 1996

CADEMARTORI, Daniela Mesquita Leutchuk de; JACOB DE MENEZES NETO, Elias. Poder, Meios de Comunicação de Massas e Esfera Pública na Democracia Constitucional. *Seqüência: Estudos Jurídicos e Políticos*, Florianópolis, p. 187-212, jul. 2013. ISSN 2177-7055. Disponível em:

<https://periodicos.ufsc.br/index.php/sequencia/article/view/25009>. Acesso 28 out. 2018. doi:<https://doi.org/10.5007/2177-7055.2013v34n66p187>.

CAMPOS, Luiza Borges. *Comunicação em plataformas de streaming: Interações entre músicos e fãs em serviços de rádio social*. 133 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil, 2016.

DEARO, Guilherme. Metade dos brasileiros já vê mais vídeos online que TV. *Revista Exame*, São Paulo, publicado em 8 de outubro de 2017. Disponível em:

<https://exame.abril.com.br/marketing/metade-brasileiros-mais-videos-online-tv/>. Acesso 28 de outubro de 2018.

DEWEY, Caitlin. Why YouTubers are accusing the site of rampant “censorship”. *The Washington Post*. Publicado em 1 de setembro de 2016. Disponível em:

https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/09/01/why-youtubers-are-accusing-the-site-of-rampant-censorship/?noredirect=on&utm_term=.590eb1f4d0e6. Acesso 28 de outubro de 2018.

FONSECA, Francisco. Mídia, poder e democracia: teoria e práxis dos meios de comunicação. *Rev. Bras. Ciênc. Polít.*, Brasília, n. 6, p. 41-69, Dec. 2011.

Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-33522011000200003&lng=en&nrm=iso. Acesso 28 de outubro de 2018.

GONZÁLEZ, M.J. & Salgado, C. (2009). Redes de participación e intercambios en la radio pública: los podcasting. *Comunicar*, 33, 45-54. <https://doi.org/10.3916/c33-2009-02-004>. Acesso 28 de outubro de 2018.

GONÇALVES, Maria Eduarda. *Informação e Direito na Era Digital: Um Novo Paradigma Jurídico?* 2018, UFSC.

Harvard Law School. *Podcasting vs Streaming*. Disponível em:

<https://hls.harvard.edu/dept/its/podcasting-vs-streaming/>. Acesso 28 de outubro de 2018.

HERRMAN, John. For the new far right, YouTube has become the new talk radio.

The New York Times Magazine. Publicado em 3 de agosto de 2017. Disponível em:

<https://www.nytimes.com/2017/08/03/magazine/for-the-new-far-right-youtube-has-become-the-new-talk-radio.html>. Acesso 28 de outubro de 2018.

INGRAM, Mathew. YouTube's secret life as an engine for right-wing radicalization. *Columbia Journalism Review*. Publicado em 19 de setembro de 2018. Disponível em: https://www.cjr.org/the_media_today/youtube-conspiracy-radicalization.php. Acesso 28 de outubro de 2018.

KLEIN, Ezra. The rise of YouTube's reactionary right. *Vox*. Publicado em 24 de setembro de 2018. Disponível em: <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/9/24/17883330/dave-rubin-ben-shapiro-youtube-reactionary-right-peterson>. Acesso 28 de outubro de 2018.

LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do Efêmero: A Moda e seu Destino nas Sociedades Modernas*. São Paulo: Cia. Das Letras. 1987.

LUIZ, Lucio; ASSIS, Pablo de. O podcast no Brasil e no mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. In: *CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 33., 2010, Caxias do Sul. Anais... São Paulo: Intercom, 2010. 1 CD-ROM.

Organização das Nações Unidas. *Especialista da ONU pede democratização da mídia*. Publicado em 15 de setembro de 2017. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/especialista-da-onu-pede-democratizacao-da-midia/>. Acesso 28 de outubro de 2018.

ORIGGI, Glória. Diga adeus à era da informação. Agora o que vale é a reputação. *Nexo Jornal*. Publicado em 07 de abril de 2018. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/externo/2018/04/07/Diga-adeus-%C3%A0-era-da-informa%C3%A7%C3%A3o.-Agora-o-que-vale-%C3%A9-a-reputa%C3%A7%C3%A3o>. Acesso 28 de outubro de 2018.

PINHEIRO, Patrícia Peck. *Direito Digital*. 6ª Ed. Editora Saraiva, São Paulo, 2016.

SORJ, Bernardo (org.), *Meios de Comunicação e Democracia: Além do Estado e do Mercado*. 2011, São Paulo, Plataforma Democrática. Disponível em: http://www.plataformademocratica.org/Arquivos/Meios_de_comunicacao_e_democracia.pdf. Acesso 28 de outubro de 2018.

Think With Google. *Pesquisa revela a intimidade dos brasileiros com o YouTube*. Publicado em novembro de 2015. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/busca/pesquisa-revela-intimidade-dos-brasileiros-com-o-youtube/>. Acesso 28 de outubro de 2018.

TRAVANCAS, Isabel; NOGUEIRA, Sílvia Garcia (orgs). *Antropologia da comunicação de massa* [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2016. Coleção

Paradigmas da Comunicação, 307 p. ISBN 978-85-7879-332-6. Disponível em: <http://books.scielo.org>. Acesso 28 de outubro de 2018.

TSUKAYAMA, Hayley. In online video, minorities find na audience. *The Washington Post*. Publicado em 20 de abril de 2018. Disponível em: https://www.washingtonpost.com/business/economy/in-online-video-minorities-find-an-audience/2012/04/20/glQAdhliWT_story.html?utm_term=.093dd830078c. Acesso 28 de outubro de 2018.

VALENTE, Jonas. *Regulação democrática dos Meios de Comunicação*. Coleção O que Saber. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo. 2013.

_____. Regulação da Mídia: A invisibilidade de uma agenda essencial à democracia. *Revista Le Monde Diplomatique Brasil*. Especial Proprietários da Mídia. Publicado em 2 de outubro de 2018. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/regulacao-da-midia-a-invisibilidade-de-uma-agenda-essencial-a-democracia/>. Acesso 28 de outubro de 2018.

_____; BANDEIRA, Oliveira. Na internet, a combinação de novas e velhas formas de comunicação. *Revista Le Monde Diplomatique Brasil*. Especial Proprietários da Mídia. Publicado em 12 de setembro de 2018. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/na-internet-a-combinacao-de-novas-e-velhas-formas-de-concentracao/>. Acesso 28 de outubro de 2018.

VIANA, Natalia. Debate sobre liberdade de imprensa e regulação da mídia avança no mundo. *Opera Mundi*. Publicado em 29 de setembro de 2010. Disponível em: <https://operamundi.uol.com.br/noticia/6654/debate-sobre-liberdade-de-imprensa-e-regulacao-da-midia-avanca-no-mundo>. Acesso 28 de outubro de 2018.

WALKER, Rob. On YouTube, amateur is the new pro. *The New York Times Magazine*. Publicado em 28 de junho de 2012. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2012/07/01/magazine/on-youtube-amateur-is-the-new-pro.html>. Acesso 28 de outubro de 2018.

AGRADECIMENTOS

À Professora Carolina, por ter uma paciência quase religiosa ao me orientar nesse trabalho, sempre me incentivando e conseguindo contornar minhas inseguranças. Aos meus colegas com quem compartilho a faculdade e o estágio, que me proporcionaram diversos momentos de descontração e deixaram o final do curso imensamente mais leve.

À minha mãe que me cobrava pelo trabalho mais que eu mesmo.

À Juliana, que ficou do meu lado, passando pelas minhas mesmas dificuldades que eu, virando noites junto comigo e sempre me apoiando.



TERMO DE AUTENTICIDADE DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Eu, Bruno Benassi Renucci

Aluno(a), regularmente matriculado(a), no Curso de Direito, na disciplina do TCC da 10ª etapa, matrícula nº 31407021 , Período Manhã , Turma A ,

tendo realizado o TCC com o título: A DISTRIBUIÇÃO DE INFORMAÇÕES DIGITAIS: O papel do *streaming* na democratização da mídia

sob a orientação do(a) professor(a): Carolina Theodoro Mota Mourão

declaro para os devidos fins que tenho pleno conhecimento das regras metodológicas para confecção do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), informando que o realizei sem plágio de obras literárias ou a utilização de qualquer meio irregular.

Declaro ainda que, estou ciente que caso sejam detectadas irregularidades referentes às citações das fontes e/ou desrespeito às normas técnicas próprias relativas aos direitos autorais de obras utilizadas na confecção do trabalho, serão aplicáveis as sanções legais de natureza civil, penal e administrativa, além da reprovação automática, impedindo a conclusão do curso.

São Paulo, 06 de novembro de 2018.

Assinatura do discente