

Campo das Mídias, Miatização e Normatização: um Olhar sobre o Marco Civil da Internet¹

Marcio GRANEZ²

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul - UNIJUÍ, Ijuí, RS

Resumo

O artigo visa a abordar o tema da normatização da mídia a partir dos conceitos de campo das mídias e miatização. Analisa o Marco Civil da Internet como ponto de confluência entre a sociedade miatizada e a normatização. O objetivo é verificar os limites estabelecidos pelo novo regramento e a natureza de suas cláusulas, tirando-se daí as balizas para compreender a miatização que se processa na comunicação *online* e no jornalismo.

Palavras-chave: campo das mídias; miatização; normatização; Marco Civil da Internet.

Primeiras palavras

Neste artigo pretendemos investigar o cenário atual da normatização da mídia, interrogando os limites dessa normatização no contexto do campo das mídias e da miatização. Para tanto, vamos nos deter sobre os conceitos de campo das mídias, miatização e normatização. Também vamos fazer um primeiro olhar sobre um dos mais recentes fenômenos da normatização da mídia no Brasil, o Marco Civil da Internet.

A intenção é explorar o cenário da normatização midiática atual, suas características e alcance. O contexto teórico em que tal investigação acontece é o do campo das mídias e miatização, tal como os entendem os estudiosos desses fenômenos. Concentraremos nossa exposição sobre as contribuições de Adriano Rodrigues (1999) quanto ao conceito de campo das mídias e Hjarvard (2012) quanto ao conceito de miatização. Quanto à normatização, vamos trazer as contribuições de Manuel Chaparro (1994) e Daniel Cornu (1994).

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor Doutorando do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, da UNIJUÍ, email: granez@unijui.edu.br

Primeiramente, faremos uma explanação sucinta do conceito de campo das mídias e midiatização, amparados na contribuição de Rodrigues (1999) e Hjarvard (2012). Em seguida, vamos abordar o conceito de normatização, seu alcance e entendimento no âmbito dos estudos da Comunicação, com ênfase no jornalismo, tomando como guias as obras de Chaparro (1994) e Cornu (1994). Finalmente, lançaremos um primeiro olhar sobre o “Marco Civil da Internet”, a fim de verificarmos como se processam nele os aspectos normativos da midiatização.

Campo das mídias e midiatização

No cenário recente dos estudos na área de comunicação, o conceito de campo das mídias ganhou espaço como teoria explicativa. Sua compreensão pode ser sintetizada nas contribuições de Adriano Rodrigues (1999, p. 19). Este parte do conceito de campo social:

Por campo social entendo uma instituição dotada de legitimidade indiscutível, publicamente reconhecida e respeitada pelo conjunto da sociedade, para criar, impor, manter, sancionar e restabelecer uma hierarquia de valores, assim como um conjunto de regras adequadas ao respeito desses valores, num determinado domínio específico da experiência.

Resumidamente, a noção de campo das mídias diz respeito ao entendimento da ação específica dos meios de comunicação de massa, entendida como um dos campos sociais, o qual apresenta uma delimitação própria, reconhecida e normatizada, e ao mesmo tempo relação peculiar com os demais campos. Nas palavras de Rodrigues (1999, p. 24), temos uma síntese do conceito:

Como vimos, logo na primeira parte, são os dispositivos de mediação que delimitam os objectos da percepção e da sensação que integram o Mundo vivido. No entanto, só na modernidade tardia esses dispositivos se problematizam, autonomizando-se num campo próprio. Enquanto a experiência tradicional se alimenta da amnésia da arbitrariedade ou do esquecimento naturalizante dos quadros da experiência formados pelos dispositivos de percepção do mundo, a experiência moderna procede da autonomização desses dispositivos e da instituição de um campo dotado de legitimidade para superintender à experiência de mediação, instituição a que dou o nome de *campo dos media*. O processo de autonomização do campo dos media dá-se, por conseguinte, na sequência do acesso à consciência reflexiva moderna que está na origem da instauração do projecto de desconstrução e de problematização dos quadros do sentido da experiência.

Esse conceito foi ampliado por autores como Hjarvard (2012), que chegou, com outros, à formulação de ‘midiatização’. O conceito de midiatização diz respeito ao fenômeno pelo qual a interação entre a mídia a sociedade se estabelece de forma abrangente, para além da mediação. Nesta, havia a percepção de que os meios de comunicação de massa serviam como intermediários, num esquema comunicativo em que o

emissor transmitia sua mensagem ao receptor por um canal de forma linear. Percepção essa que foi radicalmente alterada pela eclosão de novas formas de comunicação, tornadas mais visíveis a partir da revolução que caracterizou as sociedades contemporâneas industrializadas.

Todavia, a explanação de Adriano Rodrigues mapeia de forma consistente a trajetória dessa evolução na linha dos estudos da comunicação a par das transformações sociais, desde o mundo antigo aos nossos dias. É com base nessa síntese que entendemos o conceito de campo das mídias. Já a contribuição de Hjarvard amplia o conceito, na linha de raciocínio desenvolvida por autores como Antônio Fausto Neto (2006) e Eliseo Verón (2014), instituindo uma lógica em que a mídia passa, de meio e de campo específico, a elemento constitutivo da experiência.

Vejamos o conceito de midiatização trazido por Hjarvard (2012, p. 64):

Aqui, *midiatização* é utilizada como conceito central em uma teoria sobre a importância intensificada e mutante da mídia dentro da cultura e da sociedade. Por midiatização da sociedade, entendemos o processo pelo qual a sociedade, em um grau cada vez maior, está submetida a ou torna-se dependente da mídia e de sua lógica. Esse processo é caracterizado por uma *dualidade* em que os meios de comunicação passaram a estar *integrados* às operações de outras instituições sociais ao mesmo tempo em que também adquiriram o *status* de instituições sociais *em pleno direito*.

Parece-nos que tais conceitos – de campo das mídias e de midiatização – são perpassados por um aspecto essencial: o aspecto normativo, as regras que caracterizam os campos e o alcance dessas regras no campo das mídias e no processo de midiatização. Percebe-se que a midiatização amplia essa perspectiva, na medida em que, estendendo o alcance da mídia, coloca em xeque a normatização desta e dos demais campos.

Dito isso, pretendemos a seguir mapear, no âmbito do conceito de campo das mídias e de midiatização, os aspectos referentes ao caráter normativo, a fim de verificar os pontos de contato com a noção de normatização que iremos aprofundar em seguida. Quais seriam esses pontos de contato?

O conceito de Rodrigues se baseia amplamente na noção de campo social. Ele entende a mídia como um desses campos. Retomemos por um momento o que se entende por campo. Este consiste em um segmento com características próprias, que o diferenciam dos demais, nos moldes que se observam nas instituições sociais. Essas, por sua vez, apresentam normas próprias e consolidadas ao longo do tempo. A noção de campo ajuda a entender como se processam os fenômenos sociais, a lógica interna de cada segmento que compõe o todo social por assim dizer.

O conceito de Hjarvard amplia a noção de campo, ampliando por consequência o alcance do fenômeno midiático. Não se trata aqui de entender apenas o campo da mídia ou sua mediação: trata-se de conceber a experiência humana como inerentemente midiática.

Pois bem: o campo das mídias é um campo próprio das sociedades contemporâneas, semelhante aos outros quanto a sua estrutura, mas peculiar em seu funcionamento. O conceito de midiatização representa um passo adiante nessa concepção, ampliando a forma como esse campo opera. Ele seria um campo social peculiar, que se realiza na interface dos demais campos, um “metacampo” por assim dizer. Entre suas características centrais, a midiatização apresenta:

a. Independência em relação aos outros campos sociais

Trata-se de um fenômeno com lógica própria, que deve ser estudado a partir do que o caracteriza. Nesse ponto, se avança em relação ao entendimento meramente instrumental dos meios de comunicação.

b. Caráter institucional

Hjarvard considera que a midiatização implica a observância do caráter institucional da ação da mídia na sociedade. Esse caráter implica o reconhecimento da interação entre a técnica, a cultura e a sociedade (2012, p. 60).

Essas características nos colocam algumas questões relativas ao tema da normatização. A primeira delas é a amplitude das ações e seu impacto social. Ao se constituir em uma esfera independente dos outros campos sociais, o campo da mídia se coloca em constante aproximação com os demais campos, instiga-os, questiona-os, narra-os e transforma-os. Seu caráter abrangente potencializa todos os fenômenos ali refratados. Consequentemente, os conflitos sociais também se potencializam quando midiatizados. Há necessidade de uma resposta institucional para esse quadro.

Isso nos remete à segunda característica destacada acima. A perspectiva institucional destacada por Hjarvard também traz aspectos que impactam na normatização: ao se institucionalizar, o campo da mídia o faz sob a lógica da midiatização. No mais das vezes, a falta de uma hierarquia rígida, de uma codificação de classe ou de grupo, a inexistência de um vocabulário e de uma gramática especializadas implica a negação da autoridade ou ao menos a sua relativização. Daí derivam diversas consequências, algumas delas já apontadas por Rodrigues (1999) – a desconfiança dos campos já sedimentados, o conflito com o campo jurídico, o saber especializado *versus* o saber generalista etc.

Assim, um breve olhar sobre essas características do campo das mídias e da midiaticização permite-nos contemplar alguns aspectos normativos decorrentes: relação potencialmente conflituosa entre a lógica dos campos e a lógica do campo das mídias e da midiaticização; necessidade de regulação das áreas não institucionalizadas. Ficaremos por ora com essas características em mente, a fim de explorá-las oportunamente na análise do *corpus*. Antes disso, passemos ao entendimento de alguns aspectos da normatização aplicada ao conceito de mídia e ao âmbito do jornalismo.

A normatização e a mídia]

Abordar a normatização da mídia implica interrogar-nos acerca das regras e leis do campo midiático. A reflexão acerca desses tópicos é perpassada tanto pela normatização do campo jurídico como pela normatização própria do campo midiático. Tomamos como guia nessa reflexão a obra de Daniel Cornu (1994), a qual enfoca aspectos deontológicos da informação jornalística. Também as reflexões de Chaparro (1994) quanto à pragmática do jornalismo serão consideradas nessa etapa de nossa investigação de forma complementar, bem como as observações sobre o tema da normatização em Rodrigues (1999) e Hjarvard (2012).

A ação do campo das mídias, vimos no segmento anterior, extrapola de forma constitutiva o âmbito restrito que caracteriza outros campos. Ela, por assim dizer, potencializa sua ação, redimensiona os efeitos e altera de forma substancial os sentidos que são construídos a partir de sua ação, o que acaba por constituir propriamente a midiaticização.

Todavia, a ação do campo das mídias não é onipotente: há regramentos próprios dos outros campos que se manifestam de forma concorrente, cada um deles impondo sua lógica a partir de sua autoridade. É o que demonstrou Rodrigues (1999) ao expor a forma como a autoridade advém do conhecimento especializado e se cristaliza ao longo do tempo em campos próprios. Nesse contexto, faz-se presente a ação cogente, obrigatória, do regramento do campo jurídico, como elemento relevante a considerar.

O campo jurídico tem preponderância sobre os demais no que diz respeito a sua ação como definidor das normas e regulador do funcionamento da lei (REALE, 2004). Como tal, sua ação normativa extrapola o campo jurídico em si e se espalha sobre os demais campos, num movimento semelhante ao que acontece com a ação integradora do campo das mídias em relação aos demais campos sociais.

Tudo isso está em constante tensão ao se considerar a normatização do campo das mídias: ela tem de dialogar com a lógica dos campos próprios, cada um dos quais amparado em conhecimento especializado, e ao mesmo tempo tem de prestar contas à totalidade que caracteriza a confluência de todos os campos, que chamamos ‘sociedade’.

Daniel Cornu (1994) mostra que os códigos deontológicos da mídia e do jornalismo refletem o conflito permanente entre os interesses privados e corporativos e os públicos e comunitários. Ao final de sua obra “Jornalismo e verdade”, ele aponta para os caminhos possíveis de uma normatização no contexto das novas “vias de comunicação”:

Por detrás de uma formidável tecnologia espreita o perigo de uma informação de tipo novo, de uma informação sem jornalistas que significaria a extinção do espaço público. A parada é considerável. Será que o desmoronamento dos termos clássicos da responsabilidade social dos media permitiria reduzir, ou pelo menos travar os efeitos mais deploráveis para a democracia subjacentes a esta evolução? Para combater um uso das novas tecnologias virado para meros fins de exploração e de consumo, haveria que definir uma doutrina nova, que fosse a da *responsabilidade mediática da sociedade*. O seu objetivo principal seria o de conceber modos de regulação alargados, aos quais seria adstrito o conjunto dos media do sector público e do sector privado, a fim de instituir as condições de uma informação ao serviço de todos e o acesso de cada um à informação. Ou pelo menos o de justificar um acesso desigual a este bem primário das sociedades modernas pela melhoria das condições dos mais desfavorecidos. (1994, p. 436)

A efetividade dos códigos deontológicos, expressa no poder de sanção das regras de caráter ético, é talvez seu calcanhar de Aquiles: a reprovação moral não se mostra suficientemente eficaz a ponto de coibir as ações, sobretudo num mundo cujos valores foram fortemente relativizados desde o Iluminismo. Exemplo disso são os conflitos vividos pelos profissionais do jornalismo, alguns deles retratados por Chaparro em seu livro já clássico “Pragmática do Jornalismo”. Ele revela a dupla face da normatização dos manuais de redação, questionando-lhes a efetividade:

Na realidade, existem dois discursos: o discurso da fisionomia institucional, configurado nos manuais e na metalinguagem de cada veículo; e o discurso-produto que resulta da prática, desenvolvida no contexto complexo das relações sociais, culturais, políticas e econômicas, de múltiplos intervenientes e conflitantes interesses, e do qual o próprio jornalista faz parte – tanto o repórter, que investiga e escreve a notícia, quanto o editor que, direta ou indiretamente, pauta, reescreve e decide o quê, o porquê e o como do que vai ser publicado. (1994, p. 100)

Eis o diagnóstico feito pelo autor algumas páginas adiante, ao considerar as ocorrências mais comuns da prática do jornalismo:

O escamoteio ou a distorção de informações; as pautas motivadas por interesses particulares não revelados; a irresponsabilidade com que se difundem falsas informações ao público; a acomodação dos repórteres a um jornalismo de relatos superficiais; os textos confusos e imprecisos; a facilidade com que a imprensa acolhe, sem apurar, denúncias que favorecem ou prejudicam alguém; a freqüente prevalência dos objetivos do marketing sobre as razões jornalísticas; o desprezo pelo direito de resposta; a arrogância com que se protege o erro e se faz a apropriação anti-social do direito à informação (direito do leitor) –

são claros sintomas de um desequilíbrio de identidade do jornalismo, enquanto função social. (1994, p. 108)

Não obstante, registre-se que tais conflitos são inerentes, não sendo apenas próprios do campo jornalístico e do campo midiático. Ocorre que, dada a visibilidade e o alcance próprios do campo da mídia, os dilemas e conflitos observados nesse campo tomam uma dimensão maior.

Sobre a normatização da mídia Hjarvard (2012, p. 69-70) traz aspectos importantes:

Em virtude da própria formalização, as regras formais geralmente levam a sanções explícitas, que são bem definidas e conhecidas de antemão; em alguns casos, violar essas regras pode levar a processos legais. Assim como outras instituições, os meios de comunicação também são guiados por regras. Eles estão sujeitos a inúmeras leis e regulamentos, alguns dos quais também se aplicam a outras instituições, enquanto outros são voltados especificamente para a atividade do meio em questão. Exemplos deste último incluem a liberdade de legislação da imprensa, funcionalidades embutidas que permitem aos usuários relatar o mau uso dos meios de comunicação em redes sociais e leis relativas à difamação. Algumas empresas de mídia declaram publicamente seus princípios orientadores e a função pública que procuram exercer. A práxis concreta da produção midiática é, em grande parte, guiada por regras informais que são expressas em rotinas, hábitos e normas implícitas de profissionalismo. Assim, os jornalistas obedecem regras quando selecionam suas histórias (critérios de pertinência da notícia) ou quando interagem com fontes de notícia, ao mesmo tempo que incorporam normas como a objetividade em sua produção de notícias como um ritual estratégico.

As observações de Hjarvard explicitam o aspecto normativo da ação midiática, sobretudo quando se considera o fenômeno do jornalismo. Ele mostra, igualmente, que as regras operam aqui como nos demais campos sociais, auxiliando a moldar a prática da mídia. Às vezes, essa prática se concretiza por meio de regras informais, rotinas, muitas das quais não são expressas necessariamente em códigos de conduta ou leis. Há uma tendência a explicitar as regras quando o conflito se acirra e os códigos implícitos perdem sua força.

Do que foi dito até aqui, podemos sintetizar afirmando que a normatização operada no âmbito da mídia tem um caráter *sui generis*, peculiar. Os conflitos sociais, potencializados pela mídia, tendem a ganhar um contorno muito mais amplo, na medida em que ultrapassam a esfera privada. As regulações que caracterizam os campos sociais são relativizadas e redimensionadas ao passar pelo processo de midiaticização, o que gera expectativas e incertezas também potencializadas.

Recentemente, dada a magnitude alcançada pelo avanço técnico e novas formas de socialização, a partir dos quais surgiu uma miríade de formas de contato – e conflito –, colocou-se de maneira imperativa a necessidade de se pensar em um mínimo de normatização para a internet, essa que é a mais nova fronteira da comunicação mundial. No próximo segmento, vamos deitar nosso olhar sobre o resultado desse processo: o Marco Civil da Internet.

O Marco Civil da Internet

A análise que iremos efetuar agora tem caráter exploratório, dadas as dimensões deste artigo. Começamos com alguns dados para situar o fenômeno. O Marco Civil da Internet é a lei que reúne as regras gerais de conduta para a rede de comunicação mundial. Sua elaboração começou em 2007. Houve consulta pública de 08 de abril a 30 de maio de 2010, na qual foram colhidos os subsídios para a elaboração da lei.

Em 2014 o Marco foi sancionado pela presidente Dilma Rousseff. Atualmente está sendo regulamentado em alguns de seus artigos, em processo que também contou com consulta pública.

Alguns consideram o Marco Civil da Internet como um avanço institucional de grande relevância para o Brasil, na medida em que ele explicita como devem proceder os usuários da rede, suas garantias mínimas, seus direitos e deveres. A ‘terra sem lei’ que muitos viam na internet seria agora uma terra demarcada – passo primeiro para a institucionalização.

Mas o que há de fato nessa normatização? De que forma ele expressa as tensões entre os campos sociais, o campo da mídia e a própria midiaticização?

Façamos um primeiro olhar sobre o Marco, isolando dele aqueles elementos que fazem menção explícita aos temas que dizem respeito ao campo das mídias e à midiaticização.

A lei 12.965, de 23 de abril de 2014, conhecida popularmente como o Marco Civil da Internet, estabelece “princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil e determina as diretrizes para a atuação da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios em relação à matéria”, conforme se lê no artigo 1º do texto.

A lei está composta por cinco capítulos: Disposições preliminares; Dos direitos e garantias dos usuários; Da provisão de conexão e de aplicações de internet; Da atuação do poder público; e Disposições finais.

O capítulo III está subdividido em quatro seções: a seção I, Da neutralidade da rede; a seção II, Da proteção aos registros, aos dados pessoais e às comunicações privadas; a seção III, Da responsabilidade por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros, e a seção IV, Da requisição judicial de registros.

A seção II, Da proteção aos registros, aos dados pessoais e às comunicações privadas, está subdividida na subseção I, Da guarda de registros de conexão, subseção II,

Da guarda de registros de acesso, e subseção III, Da guarda de registro de acessos a aplicações de internet na provisão de aplicações.

O Marco Civil está composto por 32 artigos, a maior parte dos quais desdobrados em parágrafos e incisos que detalham o conteúdo do artigo. A seguir vamos destacar alguns deles, reunidos em blocos temáticos.

Liberdade de expressão e comunicação

O Marco Civil da Internet possui um caráter amplamente favorável à liberdade de expressão e comunicação. Nesse bloco, podemos destacar os artigos 2º, 3º e 4º:

Art. 2º A disciplina do uso da internet no Brasil tem como fundamento o respeito à liberdade de expressão (...)

Art. 3º A disciplina do uso da internet no Brasil tem os seguintes princípios:

I - garantia da liberdade de expressão, comunicação e manifestação de pensamento, nos termos da Constituição Federal; (...)

Art. 4º A disciplina do uso da internet no Brasil tem por objetivo a promoção:

I - do direito de acesso à internet a todos;

II - do acesso à informação, ao conhecimento e à participação na vida cultural e na condução dos assuntos públicos; (...)

Como se vê, o Marco Civil da Internet garante a mesma liberdade de informação e expressão que foram asseguradas pela Constituição Federal do Brasil de 1988. O art. 8º reforça esse teor da lei:

Art. 8º A garantia do direito à privacidade e à liberdade de expressão nas comunicações é condição para o pleno exercício do direito de acesso à internet.

Sigilo dos dados

Relativamente ao sigilo dos dados dos usuários da internet, o Marco Civil da internet plasmou, no artigo 3º, incisos II, III, IV e V, os princípios a ser observados. São eles:

Art. 3º. (...)

II - proteção da privacidade;

III - proteção dos dados pessoais, na forma da lei;

IV - preservação e garantia da neutralidade de rede;

V - preservação da estabilidade, segurança e funcionalidade da rede, por meio de medidas técnicas compatíveis com os padrões internacionais e pelo estímulo ao uso de boas práticas; (...)

A garantia expressa no Marco Civil está em consonância com a proteção à intimidade, também ela assegurada pela Constituição Federal do Brasil de 1988. Essa garantia é superada se houver motivado pedido da autoridade judiciária para a quebra do sigilo, conforme dispõe o ordenamento jurídico pátrio. Também o art. 7º detalha a proteção à intimidade, elencando os direitos do usuário:

Art. 7º O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos:

I - inviolabilidade da intimidade e da vida privada, sua proteção e indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

II - inviolabilidade e sigilo do fluxo de suas comunicações pela internet, salvo por ordem judicial, na forma da lei;

III - inviolabilidade e sigilo de suas comunicações privadas armazenadas, salvo por ordem judicial; (...)

Natureza colaborativa

O Marco Civil da Internet é uma lei que remete ao contexto colaborativo que deu origem à internet. Nesse sentido, ele consagra também em seu regramento o princípio básico da colaboração em rede. Lê-se no art. 2º:

Art. 2º A disciplina do uso da internet no Brasil tem como fundamento o respeito à liberdade de expressão, bem como: (...)

IV - a abertura e a colaboração; (...)

No art. 3º, visto acima, o qual trata dos princípios do uso da internet no Brasil, novamente a colaboração está destacada, dessa vez no inciso VII, no qual se afirma que um desses princípios é a “preservação da natureza participativa da rede”. Mais adiante, ao abordar as diretrizes para o desenvolvimento da internet no país, o tema da colaboração e da participação é reforçado, remetendo a ações futuras nessa direção, nos artigos 24 e 25 e incisos:

Art. 24. Constituem diretrizes para a atuação da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios no desenvolvimento da internet no Brasil:

I - estabelecimento de mecanismos de governança multiparticipativa, transparente, colaborativa e democrática, com a participação do governo, do setor empresarial, da sociedade civil e da comunidade acadêmica; (...)

Art. 25. As aplicações de internet de entes do poder público devem buscar: (...)

V - fortalecimento da participação social nas políticas públicas. (...)

A leitura do Marco Civil da Internet remete-nos a dois aspectos centrais: seu caráter normativo genérico e sua submissão à legislação pátria para as matérias não regulamentadas. Em que pese o caráter amplo e por vezes genérico de suas formulações, como regra geral para as práticas realizadas pela internet, ele inova e avança em vários aspectos. Um deles é a proteção aos dados, zelando pelo sigilo das informações, como expresso nos artigos 3º, incisos II, III, IV e V.

A proteção dos dados pessoais é um aspecto de grande interesse para o debate público, já que retoma, agora na seara online, o conflito entre o princípio da proteção à

pessoa e o princípio da liberdade de expressão e informação. O art. 10º detalha essa proteção:

Art. 10. A guarda e a disponibilização dos registros de conexão e de acesso a aplicações de internet de que trata esta Lei, bem como de dados pessoais e do conteúdo de comunicações privadas, devem atender à preservação da intimidade, da vida privada, da honra e da imagem das partes direta ou indiretamente envolvidas.

Quanto à submissão às leis existentes, o Marco Civil também apresenta peculiaridades. Nessa linha, merece destaque a proteção aos direitos de autor, explicitada nos artigos 19 e 31:

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. (...)

§ 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.

Art. 31. Até a entrada em vigor da lei específica prevista no § 2º do art. 19, a responsabilidade do provedor de aplicações de internet por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros, quando se tratar de infração a direitos de autor ou a direitos conexos, continuará a ser disciplinada pela legislação autoral vigente aplicável na data da entrada em vigor desta Lei.

A regra expressa no art. 19, § 2º, carece de regulamentação, remetendo-nos à Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998), no caso dos conflitos surgidos quanto a esse assunto. Veja-se que a nova lei remete a lei já existente, o que configura a necessidade de pautar o tema pela regra já consolidada.

Independentemente dessa e outras lacunas, as regras dispostas no Marco Civil têm um claro poder de delimitação para o que será construído em termos de comunicação via internet no país. O passo mais importante foi dado: estabelecer as regras gerais para a comunicação pela internet. Nesse sentido, o Marco Civil da Internet parece configurar-se como legislação de caráter “metalegal”, estabelecendo as regras sobre as regras da internet.

Até aqui, analisamos aspectos que dizem respeito ao texto da lei e sua interpretação. Mas o contexto também merece algumas palavras.

Vimos que o Marco Civil da Internet teve em sua origem um processo de discussão pública, que também foi realizado de forma online em 2010. Antes disso, na fase de esboço da minuta, ele foi construído com base nas sugestões colhidas em um blog por seu idealizador. Vimos que esse processo de consulta pública agora se repetiu no primeiro semestre de 2015 para colher subsídios na fase de regulamentação de alguns e seus artigos.

A novidade, que interessa ressaltar, é o fato de ter havido a ampla consulta pública para a formulação da lei e para sua regulamentação. Isso parece marcar uma abordagem diferenciada, que remete ao processo de midiatização – no qual, diga-se, a participação e a interação estão fortemente presentes.

A título de síntese

Problematizamos até aqui a relação entre a normatização e os conceitos de campo da mídia e midiatização. Nossa intenção era interrogar os limites e as potencialidades dessa relação, a partir de um corpus específico, o Marco Civil da Internet. Neste segmento, apresentamos uma breve síntese do conteúdo analisado à luz dos conceitos de campo das mídias e midiatização. De maneira esquemática, é possível considerar três aspectos principais do Marco Civil da Internet:

1. Abrangência

O Marco Civil apresenta características de metalegislação, balizando e indicando caminhos para as relações que se concretizam pela internet. O equilíbrio entre as suas balizas e a legislação específica será testado pelas práticas dos usuários e pela ação governamental. Os conflitos que se verificam nos campos sociais tendem a se potencializar quando se observa o alcance da internet, tal como observados nos exemplo dos códigos de ética do jornalismo. Porém, não se trata mais de um campo apenas: midiatizada, a sociedade discute agora as balizas de um campo que tende a moldá-la de forma indelével, imbuída da autoridade do campo jurídico e do alcance do fenômeno abrangente configurado pela comunicação via internet;

2. Proteção

Vimos que no texto do Marco Civil há ampla proteção ao cidadão enquanto consumidor de informação e serviços. Subjaz como pano de fundo a noção de que todos os cidadãos têm direito a iguais condições de consumir as informações e a trafegar na rede, na medida em que a internet é, por assim dizer, a nova realidade e possivelmente o espaço público mais importante desde que os meios de comunicação de massa começaram a existir;

3. Participação

O Marco Civil da Internet é uma lei de caráter amplo, ainda não regulamentada em alguns de seus artigos. O processo público de consulta que deu origem à lei é por si um exemplo das transformações que a internet trouxe para a configuração atual da sociedade brasileira. Podemos avançar e ver nisso um traço marcante também do processo de mediação: a lógica da participação, que marcou o início das discussões, mantém-se na consolidação da lei, na fase de regulamentação de seus artigos. No texto do Marco Civil da Internet esse caráter participativo também está presente, instaurando a colaboração como um dos diferenciais da nova lei.

Palavras finais

Vimos neste artigo que a noção de normatização tem um alcance significativo quando entendida no contexto da mediação. Isso porque ela extrapola a noção de campo das mídias e perpassa os demais campos sociais. Regular a atividade da comunicação online, que acontece pela internet, é uma tarefa de caráter desafiador, que implica o entendimento de uma realidade complexa, a qual ainda está em construção. De certa forma, o Marco Civil da Internet consagra esse entendimento da natureza participativa, em construção, da normatização das relações via internet – que podem ser tomadas em larga medida como indícios da mediação na sociedade brasileira contemporânea.

O surgimento do Marco Civil da Internet vem responder a essa necessidade de explicitar as regras e de construir um sistema de sanções e de controle que esteja em consonância com as demais regras que regulam a mídia e os demais campos sociais. Nesse sentido, ele apresenta um potencial imenso para a problematização da mediação. Ao explicitar as regras, toca em conflitos que são típicos dos campos, regulados até então pelo campo jurídico e pelas regras específicas e muitas vezes implícitas dos campos sociais.

É o caso, por exemplo, da normatização proposta pelo Marco Civil referente ao direito autoral. Ao dispor que o conteúdo da internet é regulado pela Lei de Direitos Autorais até que o § 2º do artigo 19 seja regulamentado, o Marco Civil abre possibilidades de superação do ordenamento em vigência, apontando para as novas formas de transação e de interpretação do direito de autor.

Também é o caso das regras concernentes à divulgação dos dados e ao sigilo na rede. Ao estabelecer que as companhias não podem fazer uso das informações dos usuários da rede senão por decisão judicial fundamentada, o Marco Civil reforça o direito à

intimidade e a proteção à personalidade, reforçando um dos princípios basilares da Constituição Federal de 1988.

Temas como a emergência de um novo espaço público, o tema da liberdade de expressão e do direito de autor, que são candentes no novo contexto da sociedade midiaticizada, ganharam no Marco Civil da Internet os seus contornos mais definidos até o momento.

Ao observarmos os detalhes do Marco Civil da Internet, pudemos perceber de que forma se entrelaçam os aspectos normativos da uma lei nascida no contexto da sociedade em midiaticização. Esses aspectos remetem, de um lado, ao campo específico das mídias, de outro, aos campos sociais conexos, e, de outro ainda, ao amálgama próprio do fenômeno da midiaticização.

REFERÊNCIAS

- CHAPARRO, Manual Carlos. **Pragmática do jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1994.
- CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade**: para uma ética da informação. Lisboa: Piaget, 1994.
- FAUSTO NETO, Antônio. **Midiaticização** - prática social, prática de sentido. Paper Compós. Bauru, 2006. In: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_544.pdf
- REALE, Miguel. **Lições preliminares de Direito**. São Paulo: Saraiva, 2002.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. **Experiência, modernidade e campo dos media**. Universidade Nova Lisboa, 1999. E-book.
- STIG, Hjarvard. **Midiaticização**: Teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Matrizes*. V.5, n.2, 2012. pp. 53-91. <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/338>. Acesso em 12 de abril de 2015.
- VERÓN, Eliseo. Teoria da midiaticização: uma perspectiva semiantropológica e algumas de suas consequências. In: *Matrizes*. Vol. 8, nº 1, Jan./jun. São Paulo, 2014.

LEGISLAÇÃO CONSULTADA

- LEI Nº 12.965, DE 23 DE ABRIL DE 2014.
- LEI Nº 9.610, DE 19 DE FEVEREIRO DE 1998.
- CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988.