

Roberto Ricomini Piccelli

REGIME CONSTITUCIONAL DAS MÍDIAS DIGITAIS

EDITORA LUMEN JURIS
RIO DE JANEIRO
2022

Copyright © 2022 by Roberto Ricomini Piccelli

Categoria: Direito Constitucional

PRODUÇÃO EDITORIAL
Livraria e Editora Lumen Juris Ltda.

Diagramação: Rômulo Lentini

A LIVRARIA E EDITORA LUMEN JURIS LTDA.
não se responsabiliza pelas opiniões
emitidas nesta obra por seu Autor.

É proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer
meio ou processo, inclusive quanto às características
gráficas e/ou editoriais. A violação de direitos autorais
constitui crime (Código Penal, art. 184 e §§, e Lei nº 6.895,
de 17/12/1980), sujeitando-se a busca e apreensão e
indenizações diversas (Lei nº 9.610/98).

Todos os direitos desta edição reservados à
Livraria e Editora Lumen Juris Ltda.

Impresso no Brasil
Printed in Brazil

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO-NA-FONTE

P587r

Piccelli, Roberto Ricomini

Regime constitucional das mídias digitais / Roberto Ricomini Piccelli. –
Rio de Janeiro : Lumen Juris, 2022.
288 p. ; 23 cm.

Bibliografia: p. 241-278.

ISBN 978-85-519-1888-3

1. Direito constitucional - Brasil. 2. Direito à informação. 3. Comunicação
de massa. 4. Mídia social. 5. Redes sociais on-line. I. Título.

CDD 342.810853

Ficha catalográfica elaborada por Roge Cavalcante da Silva CRB-8/010483

Sumário

Introdução	1
Capítulo I. Comunicação Social e Democracia	7
I.1. Elementos distintivos da comunicação social	12
I.2. Comunicação social como fonte de poder político na sociedade.....	18
I.2.1. Comunicação social e gênero da mensagem	19
I.2.2. Poder social decorrente da comunicação em massa	21
I.2.3. Comunicação social e cultura democrática	24
Capítulo II. Disciplina Jurídico-Constitucional	
Tradicional da Comunicação Social.....	31
II.1. Raízes históricas da disciplina jurídica da comunicação social no Brasil.....	35
II.2. Liberdade de manifestação do pensamento, de expressão e de informação e seus limites	45
II.2.1. A inter-relação entre os direitos enunciados nos incisos IV e IX do artigo 5º e seus limites textuais.....	46
II.2.2. Direito à informação.....	51
II.2.3. Direitos mencionados no artigo 220, caput.	57
II.2.4. Direito de resposta	58
II.3. Regime institucional da comunicação social	62
II.3.1. Reserva de Constituição e seu significado.....	62
II.3.2. Princípios aplicáveis ao conteúdo da radiodifusão de sons e imagens.....	66

II.3.3. Jornalismo profissional, direito de informação jornalística e sigilo da fonte	74
II.3.4. Restrições constitucionais subjetivas à propriedade e à direção das empresas de comunicação social	79
II.3.5. Proibição do oligopólio e do monopólio	82
II.3.6. Imunidade tributária dos periódicos.....	84
II.4. Monopólio da União na exploração dos serviços de radiodifusão	86
Capítulo III. Novos Agentes de Comunicação	93
III.1. Mídias sociais	96
III.1.1. Elementos distintivos e definições	97
III.1.2. Curadoria automatizada de conteúdo nas mídias sociais	105
III.1.2.2. O YouTube e a sequência de vídeos recomendados	106
III.1.2.1. O Facebook e o “feed de notícias”	108
III.1.2.3. O Twitter, os “tweets em destaque” e os “trending topics”	116
III.1.2.4. O Instagram, seu feed e stories	121
III.1.2.5. O TikTok e o “For You”	122
III.1.2.6. Outras mídias sociais moduladas e suas características	125
III.1.2.7. Visão geral dos algoritmos de modulação	126
III.1.3. Mídias sociais sem curadoria algorítmica	132
III.1.3.1. A Wikipédia e as mídias wiki.....	133
III.1.3.2. Blogs e fóruns	136
III.1.4. Mídias sociais como comunicação social	137
III.2. Mídias de notícias e entretenimento	140
III.2.1. Serviços de streaming.....	142

III.2.2. Portais eletrônicos de notícias e seções de comentários.....	146
III.3. Motores de busca	148
III.4. Tendência à concentração	152
Capítulo IV. Enquadramento Comparado da Questão.....	157
IV.1. Estados Unidos	158
IV.1.1. Citizens United e a questão da autonomia da cláusula constitucional da imprensa.....	160
IV.1.2. Liberdade de expressão e anonimato.....	165
IV.1.3. Responsabilidade das plataformas	168
IV.1.4. Titularidade das mídias	171
IV.2. Europa	174
IV.2.1. Diretiva 2000/31 e a responsabilidade das plataformas	177
IV.2.2. A responsabilidade editorial.....	181
IV.2.3. Anonimato	187
Capítulo V. Enfrentamento Jurídico dos Novos Meios	193
V.1. Novas mídias, sua tipologia e enquadramento como veículos de comunicação social	194
V.1.1. Tipologia jurídica das novas mídias	195
V.1.2. Obrigações comuns das empresas de comunicação social.....	198
V.1.2.1. Dimensão subjetiva: titularidade e responsabilidade	202
V.1.2.2. Dimensão objetiva: o conteúdo e a sua propagação	205
V.1.3. Direitos e garantias das plataformas	212
V.2. Direitos e obrigações dos usuários geradores de conteúdo	215

V.3. Jornalismo e sua nova conformação jurídica	219
V.4. Estado e novos meios	221
V.5. Limites territoriais e soberania nacional	224
V.6. Legislação infraconstitucional em matéria de internet à luz do enquadramento das novas mídias como instâncias de comunicação social	229
Conclusão	237
Bibliografia.....	241