

A mídia livre, a blogosfera progressista e a democratização da comunicação no Brasil em Creative Commons¹

Renato Rovai²

Universidade Federal do ABC, Santo André, SP

Resumo

Este artigo apresenta como surgiram os blogues no Brasil e o movimento dos blogueiros progressistas, e como a possibilidade de republicação de conteúdos contribuiu para o avanço da blogosfera. A livre reprodução foi utilizada para a construção de redes, passando a constituir uma comunidade de bens informativos comuns. Ao não seguir os princípios do Copyright, blogueiros e midialivristas garantiram maior visibilidade aos seus veículos, diferenciando-se da mídia comercial tradicional que proíbe a circulação de seus conteúdos.

Palavras-chave

liberdade de expressão; direitos autorais; creative commons; midialivrimo; blogosfera

Texto do trabalho

O Brasil é um dos países com a mídia mais concentrada do planeta. Em recente visita ao país o relator da Organização das Nações Unidas para a Liberdade de Opinião e Expressão, o guatemalteco Frank William La Rue, tratando do assunto, acrescentou que “a concentração de mídias traz concentração de poder político e isso atenta não só contra o direito à diversidade, mas também contra a democracia”. La Rue ainda afirmou que “os grandes conglomerados esquecem que as mídias comunitárias também são imprensa e que as telecomunicações não podem ser vistas somente pelas óticas do mercado, pois setores

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal do ABC. Email: renato.rovai@gmail.com.

mais pobres também têm o direito a reproduzir sua cultura para proteger suas identidades”³. Desde o processo de redemocratização do Brasil que movimentos sociais, acadêmicos, setores da política e profissionais de comunicação têm pautado o tema da reforma da legislação no setor. Machado Rodrigues (2014) registra que no âmbito da sociedade civil organizada o debate em torno da democratização da comunicação encontrou seu espaço na década de 80 através da Frente Nacional por Políticas Democráticas de Comunicação, que mais tarde, na década de 90, constituir-se-ia no atual Fórum Nacional Pela Democratização da Comunicação (FNDC). O objetivo da Frente era influenciar a Assembleia Nacional Constituinte (ANC) de 1987-88 nos temas acerca da comunicação social. E lembra que a Constituição Federal de 1988 traz em seu corpo um capítulo destinado apenas à comunicação social. O Capítulo 5 do Título VIII da Constituição intitulado “Da comunicação social” está dividido em cinco artigos: 220; 221; 222; 223 e 224. Um capítulo que nunca foi regulamentado o que fez com que no III Encontro de Blogueiros Progressistas da Bahia se aprovasse, como lema da luta pela democratização da mídia, uma palavra de ordem extraída de uma apresentação ao público feita pelo ex-ministro da Secretaria de Comunicação (Secom) no governo Lula, o jornalista Franklin Martins, “nada além da Constituição”.⁴

Machado Rodrigues (2014) considera que “a falta de regulamentação da Constituição de 88 é um forte exemplo daquilo que Bachrach e Baratz (2011) definiram na teoria política como “não-decisão”. O que “não significa apenas que determinada medida não seja efetivada, mas sim que recursos políticos sejam mobilizados de forma que aquela determinada medida não entre sequer na agenda pública ou que tenha meios de ser aprovada.”

Enquanto a regulamentação da radiodifusão não entra na agenda pública, a internet vem possibilitando a democratização da mídia. Ao escrever o código do TCP-IP, em 1989, Tim Berners-Lee não apenas deu uma nova forma à internet, mas permitiu que a produção informativa passasse a enxergá-la como plataforma para novos veículos. Como na internet os custos de produção são muito menores do que no jornalismo industrial e não há restrições para operar, como no caso da TV e do Rádio que exigem concessão pública, ela acabou sendo ocupada não só por veículos de comunicação dos grandes conglomerados

³ Reprodução de citação de Reportagem publicada no site Observatório da Comunicação. <http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=9541> Data de acesso: 16/05/2014

⁴ Reportagem da Revista Fórum registra o contexto em que o ministro Franklin Martins usou a frase e como ele se tornou slogan do III Encontro de Blogueiros. <<http://www.revistaforum.com.br/blog/2012/05/nada-alem-da-constituicao-e-o-mote-da-blogsfera-no-3blogprog/>> Data de acesso: 30/05/2014

mediáticos como também por projetos independentes e/ou vinculados a organizações sociais. Isso aconteceu principalmente após a criação da plataforma para publicação em blogues, inventada por Jorn Barger, em 17 de dezembro de 1997, e que se tornaria popular a partir de 1999, com a criação da ferramenta Blogger, lançada pela empresa Pyra Labs de São Francisco, Califórnia (US), que depois viria a ser adquirida pelo Google.

A história dos blogues no Brasil

Antes do surgimento dos blogues, publicar era algo que exigia alguma formação em programação, em geral, em HTML, a principal linguagem utilizada em produtos informativos. No Brasil, o primeiro blogue foi produzido em fevereiro de 1998 pela gaúcha Viviane Vaz de Menezes, o Delights to Cheer, escrito em inglês⁵. Em entrevista ao site Play, Viviane explica a história.

Eu comecei fazendo em inglês, como uma seção de menor importância dentro de um diário que eu tinha. Era onde eu escrevia quando queria ser breve, mas tinha algo a dizer. De repente, no final de 1999, encontrei um, dois, três brasileiros. E resolvi fazer em português. Era início de 2000 e em poucos meses surgiram vários. No início era fácil acompanhar todos que tinha, em menos de seis meses, ficou impossível!! Virou moda, uma que todo mundo devia aderir, pra fazer amizades, expressar sua opinião, etc. Agora estamos no segundo estágio, weblogs como uma ferramenta poderosa de mídia, jornalismo, etc. Fico imaginando qual será a próxima fase de teorias... (rindo)⁶

Até 2005 a blogosfera brasileira é ocupada principalmente por blogs de tecnologia, de cultura e de discussões acadêmicas. O principal portal do país, o UOL, por exemplo, lançou o seu primeiro blogue apenas em 22 de setembro de 2003, escrito por Marcelo Tas⁷. Nessa época, porém, já havia várias iniciativas que podem ser definidas como de pré-blogues. A Revista Primeira Leitura, por exemplo, atualizava diariamente uma coluna de Reinaldo Azevedo, então editor do veículo, que passou a ter grande audiência. Na Revista Fórum, desde 2001, quando foi lançada após o I Fórum Social Mundial, havia a newsletter Lado B, que duas ou três vezes por semana era enviada para milhares de leitores atualizando as novas publicações do site e que sempre contava com uma coluna do editor da revista e autor

⁵Artigo sobre a história da blogosfera brasileira escrito por Alexandee Inagaki.

<<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/1,,EDG74942-5856,00.html>> Data de acesso: 25/05/2014

⁶Entrevista com Vivian Vaz de Menezes para a revista Play.

<<http://web.archive.org/web/20030418225153/www.pl4y.com.br/players/ler.asp?id=51973>> Data de acesso: 25/05/2014

⁷Reportagem do anúncio do lançamento do blog de Marcelo Tas <<http://marcelotas.blog.uol.com.br>> Data de acesso: 25/05/2014

deste artigo. Em 2005, o número de cadastrados no Lado B era de 50 mil pessoas.

Os blogues de informação política começam a ganhar força principalmente em 2005, no episódio do mensalão. O que primeiro se destacou foi o Blog do Noblat. Na época, era hospedado no Estadão.com. Noblat atualizava-o com celeridade e nas diversas CPIs que tratavam do caso do mensalão, seu blogue começou a ser citado ou como fonte de informação ou mesmo por entrevistas e artigos lá publicados. Neste contexto, começam a surgir blogues independentes ou de jornalistas que não se associam ao discurso da cobertura da mídia comercial sobre aquele episódio e que viriam a criar em 2010 o Encontro de Blogueiros Progressistas, o Blogprog.

Antes disso, em 2007, como lembra Darbilly (2014, p.89), o jornalista Luis Nassif “publicou em seu blog uma série de artigos intitulado ‘O caso Veja’, em que denuncia práticas jornalísticas desta mesma revista e que gerou bastante repercussão no universo jornalístico”. À época o blog de Nassif, que nasceu em 2006, estava abrigado no UOL. O jornalista Carlos Castilho, em artigo no site Observatório da Imprensa, escreveu: “O confronto entre o jornalista Luis Nassif e a revista Veja ganhou ares de primeira grande batalha política a ser travada no mundo dos blogs brasileiros.”⁸

Aquela série⁹ foi a primeira ação visível de desafio da rede de blogueiros e ativistas digitais aos conglomerados midiáticos. Esses blogueiros que tinham posições distintas numa série de assuntos, mas muito semelhantes quando se tratava da crítica ao jornalismo produzido pela mídia comercial tradicional, enxergavam na Veja o símbolo daquele jornalismo a que se opunham. Ao lançar essa série, Nassif contribui para a formação dessa rede que depois viria a se encontrar presencialmente no I Encontro de Blogueiros e se autodenominaria de blogosfera progressista.

A série de Nassif teve grande visibilidade porque, entre outros motivos, toda a sua produção não era veiculada apenas no blogue do autor, mas replicada por dezenas de veículos de internet. A difusão distribuída era parte da estratégia do jornalista. Nassif, em entrevista ao autor para este artigo, disse que apesar de o seu site atual, o Jornal GGN, não ter o selo do Creative Commons “os posts são para livre publicação”. E que no caso da série sobre a Veja, além de permitir e de incentivar a republicação, na ocasião “vários blogueiros se valeram de um recurso do Google e sempre que mencionavam a série, linkavam com a

⁸Observatório da Imprensa, Ano 18, no 799. <<http://www.observatoriodaimpresa.com.br/posts/view/caso-nassifveja-esquenta-a-guerra-politica-na-blogosfera-brasileira>> Data de acesso: 10/06/2014

⁹Link da série sobre a Veja realizada pelo jornalista Luís Nassif <<https://sites.google.com/site/luisnassif02/>> Data de acesso: 10/06/2014

página. Com isso, pelo menos por dois anos, sempre que se colocava o nome Veja no Google, o segundo link era o da série”.

A livre reprodução de textos como estratégia de construção de redes

Os conglomerados corporativos comerciais não são mais os mediadores exclusivos de circulação de informação em massa e já há indícios da constituição de uma outra esfera pública, interconectada e de comunicação cidadã (BENKLER, 2006), da qual participam tanto web-atores (RAMONET, 2012) quanto veículos midialivristas e uma blogosfera que não faz parte dos conglomerados tradicionais.

E umas das principais características desses produtores de informação é que enquanto os grupos tradicionais do setor defendem os direitos reservados de reprodução, eles têm na livre reprodução do seu conteúdo a principal força para divulgar o trabalho que realizam. E também por isso enquanto os veículos tradicionais se entendem como concorrentes, a colaboração e a construção de redes é percebida como forma de ampliar o alcance por esse segmento.

O Indymedia (The Independent Media Center) é considerado o marco deste novo movimento. Ele foi criado por várias organizações de ativistas independentes e de mídias alternativas, com o objetivo de fornecer uma cobertura dos protestos que ocorreram na Organização Mundial do Comércio (OMC, em 2001, em Seattle). Sem a cobertura realizada pelo Indymedia, o resultado daqueles protestos que impactaram e impactam profundamente o movimento social deste início de século e o relato histórico daquele momento teriam sido muito diferentes. “Seu papel efetivo no protesto de Seattle gerou uma rede global de centros independentes de mídia temporários (específicos para o evento) ou permanentes que são o backbone da informação do movimento antiglobalização”. (CASTELLS, 2003, p.117)

É razoável afirmar que a ação do Indymedia no contexto de Seattle foi mais de ciberativismo do que de jornalismo, mas isso não impede que se caracterize a iniciativa como um marco histórico do ponto de vista da circulação da informação numa esfera pública interconectada digitalmente.

David Ugarte (2008, p.55) explica que “o ciberativismo não é uma técnica, mas uma estratégia”.

Fazemos ciberativismo quando publicamos na rede — em um blog ou em um fórum — esperando que os que lêem avisem aos outros, entrelaçando seus próprios blogs

ou recomendando-lhes a leitura por outros meios, ou quando enviamos um e-mail ou um SMS para outras pessoas, na esperança de que o reenviem à sua lista de contatos. (UGARTE, 2008, p.55)

James Boyle (2010) registra que a criação da licença Creative Commons, em 15 de dezembro de 2002, em São Francisco, teve relação com essa explosão de publicação de novos conteúdos. Entre os criadores estavam Larry Lessig, Hal Abelson e Eric Eldred (BOYLE, 2010, p. 180). O objetivo era permitir que autores pudessem escapar do licenciamento em Copyright que é realizado de forma automática.

Assim que você levanta a caneta do papel, ou clica o botão de enter para publicar um artigo seu trabalho se torna Copyright. Não existem formalidades. Não há necessidade sequer de usar o símbolo ©. Uma vez que está protegida por direitos a obra é protegida por todo o poder do sistema legal (BOYLE, 2010, p. 188).

Quando surge a World Wide Web muitas pessoas e instituições passaram a publicar conteúdos online e, mesmo sem especificar que era Copyright, tudo aquilo estava protegido por direitos. “Mas o que você poderia fazer com aquele conteúdo? Você poderia lê-lo, olhá-lo, e até se divertir com ele, até porque senão pudesse o autor não teria colocado aquele conteúdo ali, mas e copiá-lo?” (BOYLE, 2010, p. 188).

Entre outras diferenças do Copyright e do Creative Commons uma importante é que a segunda não é impositiva. O autor que escolhe o que quer ou não compartilhar, com quem e em que termos. Para Boyle (2010, p. 188), o resultado disso é que se criou uma rede global do comum de diversos tipos de materiais. Essa rede também acaba sendo fundamental para a existência dos veículos de mídia livre e para a blogosfera. No Brasil, ela tem sido essencial. É fundamentalmente com imagens sem direitos reservados, por exemplo, que essas páginas são ilustradas.

Mas o mais importante para o avanço da blogosfera foi a possibilidade que muitos blogues e veículos tiveram de poder republicar conteúdos de outros. Isso permitia acessos e reputação tanto para os publicadores originais quanto para os republicadores.

A Agência Pública, criada por Marina Amaral e Natália Viana, por exemplo, aposta exatamente na republicação para construir público e reputação na rede. O site da agência tem uma visitação relativamente pequena. Segundo registro do Alexa.com, no dia 25 de maio de 2014, o www.apublica.org estava na posição 283,403 em nível global e 9.660 no Brasil. Ao mesmo tempo, segundo informação do site de A Pública o projeto tinha 53 sites

republicadores. A partir deles que se dá a maior parte da leitura das matérias realizadas pelo projeto que já recebeu alguns prêmios de jornalismo no seu curto período de existência. No seu site, a agência não só estimula a republicação, divulgando os nomes dos parceiros, como também explica os critérios para aqueles que desejarem fazê-lo.

As reportagens da Pública podem ter os títulos alterados e mudanças pequenas para adequar conteúdo ao estilo do veículo. O conteúdo não pode ser drasticamente reduzido ou editado e nem retirado do contexto. Todas as republicações devem trazer o nome da Pública e do autor com destaque, na parte superior do textos – mesmo aqueles que editamos de parceiros. internacionais. Neste caso, também deve constar o nome do autor e do parceiro internacional. Todas as histórias devem trazer o link para o site da Pública e, no caso de impressos, o nosso site: www.apublica.org. Todos os tweets sobre reportagens nossas republicadas devem conter a menção: @agenciapublica. Reportagens publicadas no site não podem ser revendidas. Fotos e vídeos podem ser reutilizadas, desde que com os devidos créditos.¹⁰

Boyle (2010) diz que as licenças Creative Commons ou as ferramentas de software livre e de código aberto são um exemplo visível de um tipo de criatividade, de inovação, que existe há muito tempo, mas que ganhou destaque com a Internet por conta do compartilhamento de materiais como um bem comum.

Aquele que acende sua vela na minha recebe luz e não me deixa no escuro

A livre circulação de ideias e de informação são princípios fundamentais para a liberdade de imprensa. Mas os conglomerados midiáticos ao adotar o Copyright e proibir que seus conteúdos possam circular livremente nunca consideraram ou não quiseram considerar que essa opção pudesse ser em si também uma forma de censura. Muito pelo contrário, sempre a defenderam como um direito adquirido e parte inerente do negócio. Mas não o utilizam só para isso. Como também para impedir o desenvolvimento do ecossistema da informação. O processo movido pela Folha de S. Paulo contra o blogue Falha de S. Paulo, em 2010, é exemplar de como em nome do Copyright os veículos comerciais se associam à censura de ideias e ao combate à criação.

Alegando uso indevido da marca e afirmando que seus leitores poderiam confundir aquele blogue com o jornal, a empresa Folha da Manhã S. A. conseguiu tirar do ar a criação dos irmãos Lino Bochini e Mario Bochini e ainda está buscando deles indenização por danos morais.¹¹

A liberdade de imprensa deveria ter como base fundamental a permissão e não o

¹⁰ Disponível em: <http://apublica.org> Data de acesso: 15/06/2014

¹¹ Os autores explicam o caso no blogue www.desculpeanossafalha.com.br/entenda-o-caso/ Data de acesso: 15/06/2014

impedimento da circulação daquilo que se produz em qualquer outro veículo informativo. Mas é exatamente o contrário que vem sendo assumido pela mídia comercial. Por exemplo, utilizando como exemplo a mesma Folha de S. Paulo, se porventura desejasse extrair um trecho de uma reportagem publicado online pelo jornal neste artigo e usasse o famoso Ctrl C e Ctrl V para isso, a mensagem que apareceria na tela seria a que se reproduz a seguir. E a justificativa é que “as regras têm como objetivo proteger o investimento que a Folha faz na qualidade de seu jornalismo”.

Para compartilhar esse conteúdo, por favor utilize o link <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2014/05/1459879-zuluaga-e-santos-vaio-disputar-segundo-turno-na-colombia.shtml> ou as ferramentas oferecidas na página. Textos, fotos, artes e vídeos da Folha estão protegidos pela legislação brasileira sobre direito autoral. Não reproduza o conteúdo do jornal em qualquer meio de comunicação, eletrônico ou impresso, sem autorização da Folhapress (pesquisa@folhapress.com.br). As regras têm como objetivo proteger o investimento que a Folha faz na qualidade de seu jornalismo. Se precisa copiar trecho de texto da Folha para uso privado, por favor logue-se como assinante ou cadastrado.¹²

A questão dos direitos autorais e da livre circulação de ideias e de informação é fruto de debate antigo. Thomas Jefferson, que foi o terceiro presidente dos EUA, o principal autor da declaração da independência do país e é considerado um dos fundadores da Nação, mesmo defensor da escravidão, tinha um entendimento liberal muito mais sofisticado para tratar da questão do que os que se dizem defensores da liberdade de imprensa e que sacrificam a circulação de informação em nome do Copyright.

Boyle (2010, p. 37) destaca um trecho de uma carta de Jefferson a McPherson, onde defende que as ideias deveriam circular livremente de um para o outro, por todo o globo: “Quem recebe uma ideia minha, recebe instrução sem fazer com que eu perca o que ensinei; como quem acende uma vela com a minha, recebe luz sem me deixar no escuro”.

Malini e Antoun (2013) definem o indivíduo que produz informação fora dos conglomerados midiáticos como o “hacker das narrativas”.

O midialivista é o hacker das narrativas, um tipo de sujeito que produz, continuamente, narrativas sobre acontecimentos sociais que destoam das visões editadas pelos jornais, canais de TV e emissoras de rádio de grandes conglomerados de comunicação. Em muitos momentos, esses hackers captam a dimensão hype de uma notícia para lhe dar um outro valor, um outro significado, uma outra percepção, que funcionam como ruídos do sentido originário da mensagem atribuído pelos meios de comunicação de massa (ANTOUN; MALINI, 2013, p. 23).

¹² Mensagem no site do veículo. <http://www.folha.uol.com.br/> Data de acesso: 30/06/2014

Esse hackeamento das narrativas passa muitas vezes pelo uso indevido do conteúdo que teria de ser autorizado para ser republicado ou remixado. É o desrespeito, porém, a essa regra que garante que se produza um ecossistema informativo menos pautado na lógica da informação como mercadoria, algo fundamental para a democracia.

O jurista Fábio Konder Comparato em prefácio do livro *Liberdade de Expressão x Liberdade de Imprensa* (LIMA, 2010, p 11) registra que:

Nunca é demais repetir que público opõe-se a próprio. Público é o que pertence a todos. Próprio é o que pertence exclusivamente a alguns. A comunhão ou a comunidade é exato contrário de propriedade. Neste sentido, pode-se dizer que a liberdade de expressão, como direito fundamental, não pode ser objeto de propriedade de ninguém, pois ela é um atributo essencial da pessoa humana, um direito comum a todos.

Ao permitir a livre circulação de seus textos e da informação que produzem os blogueiros progressistas e midialivristas passaram a se constituir numa comunidade de bens informativos comuns. E isso além de garantir maior visibilidade aos seus veículos cria um problema para a mídia comercial tradicional que tem que lidar com a proibição da circulação de conteúdo tendo concorrentes que utilizam como arma exatamente um outro tipo de licenciamento e a livre circulação do que produz. Aliás, boa parte deles permite essa circulação livre sem utilizar o Creative Commons ou qualquer outra licença.

O uso do creative commons pelos blogueiros progressistas

Darbilly (2014, p. 7) registra que:

[...] dentre os diversos grupos de agentes que ingressaram no campo da comunicação nos últimos tempos, pode-se mencionar um movimento organizado específico que ganhou visibilidade nos últimos anos tanto por sua atuação política, como por seu engajamento na discussão sobre a democratização da mídia no Brasil: o Movimento dos Blogueiros Progressistas (BlogProg). O BlogProg, que é composto por jornalistas egressos de grandes organizações de mídia tradicional, jornalistas ligados a veículos de mídia alternativa e militantes políticos vinculados a partidos de esquerda, foi responsável pela realização de diversos encontros nacionais em que foram feitas diversas reivindicações em prol da formulação de políticas públicas que garantissem a democratização do campo da comunicação no Brasil e que incentivassem a própria blogosfera.

O presidente da principal entidade organizadora do Blogprog, o Barão de Itararé, é Altamiro Borges, do Blog do Miro. Em entrevista para este artigo, disse: “Acho que sem o Creative

Commons seria muito difícil a blogosfera ter o alcance que obteve nos últimos anos. O compartilhamento livre dos textos garantiu maior sinergia entre os blogueiros, amplificou as vozes de cada um dos blogs, permitiu a livre circulação de análises e dados. O CC é uma das almas da internet”.

A comissão original que organizou o I Encontro dos Blogueiros Progressistas era formada por dez pessoas: Altamiro Borges (blog do Miro), Eduardo Guimarães (Blog da Cidadania), Luis Nassif (Jornal GGN), Conceição Lemes e Luis Carlos Azenha (Viomundo), Paulo Henrique Amorim (Conversa Afiada), Conceição Oliveira (blog da Maria Frô), Rodrigo Vianna (Escrevinhador), Renato Rovai (Revista Fórum) e Diego Casaes (que escrevia para o Global Voices). Desses, com exceção de Casaes, todos ainda mantêm blogues e sites. No dia 25 de maio de 2014, quatro anos após o I Encontro dos Blogueiros e sendo que todos permitem a reprodução livre de artigos e textos que publicam em seus sites e blogues, alguns ainda não mantinham nenhum licenciamento ou mesmo destacavam o Copyright nos seus veículos informativos. O Viomundo, por exemplo, tinha tanto o símbolo do Copyright quanto o do Creative Commons; o Conversa Afiada, destacava que todos os direitos eram reservados; o Blog da Cidadania e o Jornal GGN, não tinham qualquer menção à licenciamento; no Escrevinhador ao invés da divulgação de uma licença, optou-se pela frase “reprodução de conteúdo autorizada desde que citada a fonte”. Apenas no site da Revista Fórum, no Blog do Miro e no Blog da Maria Frô que o licenciamento em Creative Commons era claro. Ou seja, é muito provável que entre a maior parte dos blogues associados ao Blogprog essa estatística se repita. A ampla maioria não reivindica o Copyright e libera a republicação dos seus textos, mas ainda não se utiliza do Creative Commons como licença porque tem dúvidas sobre o que ela realmente representa.

A rede de produção informativa em Creative Commons de reprodução livre de conteúdo é muito mais fruto do fazer do que de uma opção legal ou mesmo de um entendimento deliberado de rompimento com os direitos reservados. Já se avançou muito no país em relação a essa compreensão, principalmente por conta da ação atabalhoada da ministra Ana de Holanda quando assumiu o Ministério da Cultura (MinC), em 2011, e retirou o selo do Creative Commons do site da instituição, alegando que não poderia fazer propaganda de uma empresa americana num produto público. Em depoimento ao Senado, Hollanda disse:

Não somos contra a creative forms; a creative forms é uma das formas que se utiliza. Os pontos futuros são muito usados em creative forms, porque eles gostam muito de compartilhar as suas produções. Então, eles trabalham com uma ferramenta muito útil. Agora, só estou falando que no site teve esse problema,

porque, de uma certa forma, induzia ao uso de uma marca de uma entidade privada que oferece um serviço.¹³

Mesmo com todo aquele debate ainda se faz necessário refletir de forma mais ampla sobre os riscos que o Copyright impõe na distribuição de conhecimento e na livre circulação informativa. Não é exagerado dizer que o Copyright tem sido usado como impedimento claro à circulação de informação e à construção de uma sociedade do conhecimento mais democrática no que diz respeito ao fazer jornalístico. E que em alguns casos pode ser utilizado, inclusive, como instrumento de censura a produtos informativos. Por isso, torna-se tão importante o debate da Lei de Direitos Autorais (LDA) que está em curso no Congresso Nacional. Ela tem que ser discutida com base na formulação do Marco Civil da Internet, que entende a rede como um espaço de direitos e não de privações e negócios. Para o bem da real liberdade de imprensa e de expressão.

Referências Bibliográficas

- ANDERSON, C. W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. *Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present*. Nova York: Tow Center for Digital Journalism, Columbia University, 2012. <http://towcenter.org/wp-content/uploads/2012/11/TOWCenter-Post_Industrial_Journalism.pdf> Data de acesso: 30/05/2014
- BENKLER, Yochai. *The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom*, 2006.
- BOYLE, James. *The Public Domain: Enclosing the Commons of the mind*. Yale University Press and New Haven & London, 2008.
- CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- DARBILLY, Leonardo Vasconcelos Cavalier. *Blogosfera, Estratégias de Subversão e o Campo da Comunicação no Brasil: Uma análise dos movimentos dos blogueiros progressistas sob uma perspectiva de estudos organizacionais*. Tese de Doutorado. 297 f. Fundação Getúlio Vargas, 2014.
- LIMA, Venício A. de. *Liberdade de Expressão x Liberdade de Imprensa: Direito à comunicação e democracia*. São Paulo, Publisher Brasil, 2010.
- MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. *A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas*

¹³Trecho extraído de reportagem publicada na Revista Info. <<http://info.abril.com.br/noticias/mercado/minc-explicar-retirada-do-creative-commons-28042011-33.shl>> Data de acesso: 30/05/2014

redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARTINS, Antonio. *Copyleft contra o monólogo dos meios de comunicação*. In: CATTANI, Antonio David. *Fórum Social Mundial*. Editora Vozes, 2001.

RAMONET, Ignacio. *A explosão do jornalismo: das mídias de massa às massas de mídias*. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

RODRIGUES, Theófilo Codeço Machado. A Constituição de 1988 e a comunicação: história de um processo inacabado de regulamentação. *Mosaico*. Edição nº 7, ano IV <<http://cpdoc.fgv.br/mosaico/?q=artigo/constitui%C3%A7%C3%A3o-de-1988-e-comunica%C3%A7%C3%A3o-hist%C3%B3ria-de-um-processo-inacabado-de-regulamenta%C3%A7%C3%A3o>> Data de acesso: 30/06/2014

UGARTE, David. *O poder das redes: manual ilustrado para pessoas, organizações e empresas, chamadas a praticar o ciberativismo*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.