



Marcelo Mallen: Serviço de streaming fortalece direito de escolha

O convívio crescente com a tecnologia se tornou algo praticamente indissociável dos hábitos da sociedade da informação[1], desde acompanhar notícias da economia global na televisão (via satélite ou a cabo), acesso rápido à internet nos aplicativos dos smartphones ou ainda por meio do consumo de vídeos sob demanda (*streaming*) ? a mais recente ferramenta de transição entre as tendências ou vertentes de serviços on-line à disposição dos mais diversos perfis de usuários.

O *streaming* é uma tecnologia de transmissão contínua e instantânea de dados de áudio e vídeo[2]. Por meio desse serviço é possível assistir a filmes ou simplesmente ouvir música sem a necessidade de fazer download. No Brasil, desenvolveu-se nos últimos anos principalmente pela melhora em dos seus principais pré-requisitos: o aumento da velocidade das conexões com a internet e a expansão do conceito banda larga[3]. Esse conceito vem gradativamente se popularizando, de acordo com uma pesquisa desenvolvida pelo Comitê Gestor da Internet no país (CGI.br).

Isso significa que a televisão tal como a conhecemos no dia a dia está à deriva diante da multiplicidade de plataformas de entretenimento. Mas qual o diferencial do serviço de *streaming* para essa geração de usuários? Certamente, o direito de escolha.

Enquanto de um lado tornou-se muito comum uma série de canais (abertos ou fechados) repleta de propagandas exibidas nos intervalos de atrações pré-moldadas[4]; noutro lado, a variedade de opções disponíveis no mercado de consumo permite a verdadeira liberdade de escolha.

A Constituição Federal reconhece a necessidade de se defender o consumidor (artigo 5º, XXXII). Por isso, a iniciativa privada deve respeitar o consumidor (artigo 170, V). O princípio foi reforçado com o advento do Código de Defesa do Consumidor. Como ensina Claudia Lima Marques: “Nunca é demais lembrar que o Código de Defesa do Consumidor tem origem constitucional e que, em caso de antinomia, a opção deve valorá-lo hierarquicamente, pois é direito fundamental do brasileiro à proteção de seus direitos como consumidor”. [5]

O objetivo do legislador ao criar as normas foi o de combater o autoritarismo e concentração de poder para bens e serviços, prevalecendo o exercício da autonomia da vontade como resposta a possíveis excessos ou atividades abusivas dos fornecedoras de serviços, neles englobadas as empresas tradicionais do ramo de entretenimento. Essa autonomia foi assim traduzida nas palavras de Irineu Strenger:“(…) a autonomia da vontade como princípio deve ser sustentada não só como um elemento da liberdade em geral, mas como suporte também da liberdade jurídica, que é esse poder insuprimível no homem de criar por um ato de vontade uma situação jurídica, desde que esse ato tenha objeto lícito”. [6]

Tal circunstância não está adstrita ao mercado interno quando se trata da escolha de alternativas ao sistema de TV. Um exemplo disso em nível internacional encontra-se estampado no famoso **The Wall Street Journal**[7]. Segundo reportagem do jornal, clientes de televisão cabeada, cansados de pagarem por canais de esporte pelos quais não assistem, terão em breve uma nova opção de serviços.

Atento a este detalhe impõe observar, portanto, que o direito de escolha revolucionou o *modus operandi*



das empresas de televisão, exigindo maior qualidade no fornecimento de conteúdo. É bom lembrar que os serviços de *streaming* têm obtido um número expressivo de adeptos para fazer frente ao velho e conhecido jeito de assistir TV. Onde? Quando? Como? Serão perguntas do passado. E, para não ficar de fora da nova realidade, conecte-se já.

[1] A definição de “Sociedade da Informação” foi primeiramente vinculada à sociedade pós-industrial, quando cientistas previram que tal fato mudaria profundamente a vida humana. Surgiu inicialmente por volta de 1970, entretanto, foi só a partir da década de 1980 que se expandiu pelo mundo. Assim, passou a ser produto de troca social. Dessa forma, a inovação tecnológica estaria preocupada com a produtividade informacional, segundo Yoneji Masuda in. A sociedade da informação como sociedade pós-industrial. Rio de Janeiro: Rio, 1982, p. 10.

[2] Para aprofundamento de informações sobre funcionalidades na rede mundial de computadores, consultar: <https://www.lifewire.com/internet-streaming-how-it-works-1999513> .

[3] Sobre o aumento de velocidade da internet ver:
<http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/05/conheca-o-streaming-tecnologia-que-se-popularizou-na-web.html> .

[4] As propagandas conferem faturamento às empresas do setor de radiodifusão que, muitas vezes sustentam os custos de audiência da programação. Contudo, ainda que este assunto comporte interessante discussão, este artigo de opinião manterá o foco no título inicial, sem digressões quanto ao relacionamento comercial entre anunciantes, agências de publicidade, veículos de comunicação ou regras impostas pela Lei nº 4.680/65 e Decretos nº 57.690/66 e 4.563/02.

[5] MARQUES, Claudia Lima; LOPES, José Reinaldo Lima, PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. Saúde e responsabilidade: seguros e planos de assistência privada à saúde. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999, p. 119.

[6] STRENGER, Irineu. Da autonomia da vontade: direito interno e internacional. São Paulo: LTr, 2000, p. 66.

[7] In: <https://www.wsj.com/articles/coming-soon-a-streaming-tv-bundle-for-people-who-dont-like-sports-1505170652> .

Date Created

23/09/2017