

Política de comunicação e mudança: a TV digital no Governo Lula

César Ricardo Siqueira Bolaño*

Valério Cruz Brittos**

Introdução

O caso da implantação da televisão digital terrestre (TVD), no Brasil, é paradigmático para o estudo das políticas de comunicação no país. Tendo em vista o atraso histórico do mercado midiático nacional, marcado pela concentração, privilégios político-partidários, falta de controle público dos processos de publicização e ausência de um sistema não-comercial paralelo com força junto ao público, estes problemas deveriam ser atacados justamente neste momento, de transição tecnológica. Como um conjunto de tópicos essenciais ao funcionamento televisivo, envolvendo concessões, equipamento e conteúdos, terão que ser re-regulamentados, na passagem para o digital, há um motivo claramente provocador da rediscussão da TV brasileira. No entanto, isto não aconteceu, nem há perspectiva de que venha a ocorrer, apesar do Brasil ser governado por um partido historicamente identificado com o espectro de esquerda, o PT.

Esta timidez política, contudo, não significa que o Governo Luís Inácio Lula da Silva (2003-2006) venha repetindo a postura do Governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), quanto à televisão digital, que consistiu numa hesitação, própria de seu partido, o PSDB, sem avançar para um investimento na tecnologia nacional, em acordo com

* Professor da Universidade Federal de Sergipe (UFS), onde coordena o Observatório de Comunicação (Obscom), e doutor em Economia pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Jornalista graduado pela Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), é autor, entre outras publicações, no Brasil e no exterior, de *Indústria cultural, informação e capitalismo* (São Paulo: Hucitec, 2000), *Mercado brasileiro de televisão* (Aracaju: PEUFS, 1988, atualizado em 2003, ainda indisponível) e *Políticas de comunicação e Economia Política das Telecomunicações no Brasil: convergência, regionalização e reforma* (Aracaju: Eptic, 2002. Disponível em: <www.eptic.com.br>.). Coordena o GT de Economia Política da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC).

** Professor no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Graduado em Comunicação Social – Jornalismo e Direito, com especialização em Ciência Política, desenvolve estudos na área da Economia Política da Comunicação, com ênfase no audiovisual. Possui inúmeros artigos publicados, em periódicos nacionais e internacionais, como *História, Economia Política e tendências da TV brasileira* (Conexão-Comunicação e Cultura, Caxias do Sul, v. 1, n. 1, p. 19-42, jun. 2002), é autor da obra *Recepção e TV a cabo: a força da cultura local* (2. ed. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2001), e organizador de *Comunicação, informação e espaço público: exclusão no mundo globalizado* (Rio de Janeiro: Papel & Virtual, 2002).

outros países emergentes. Relativamente a esta temática, o Governo Lula adotou medidas as quais culminam no desenvolvimento de uma solução tecnológica brasileira, viabilizadora de produtos a preços mais condizentes com os poucos recursos da imensa maioria da população e da inclusão de conteúdos que contribuam para o exercício da cidadania. Este estudo é desenvolvido nos marcos da Economia Política da Comunicação, analisando os movimentos dos agentes regulamentadores, movimentos sociais e operadores.

A baixa ação do governo petista em termos de regulamentação da mídia a partir dos interesses democráticos insere-se numa lógica já tradicional no partido, de manter a chamada *boa relação* com as grandes indústrias culturais. Tanto que, apesar da origem e processos diferenciados do PT, o partido nunca investiu no controle de uma grande mídia, ainda que possuísse recursos para tal, ante o volume de contribuições que recebe, de seus filiados. É desnecessário afirmar que o fato de gerir algumas poucas mídias não representaria uma radical mudança na forma de fazer jornalismo e entretenimento, mas poderia, com a competência dos quadros intelectuais tradicionalmente reunidos sob a sigla, implicar no acréscimo de novas pautas e outras abordagens, com repercussões na agenda do cidadão brasileiro. Esta postura, que nada mais significa do que a aceitação de comunicar-se com o público através de companhias privadas, deve ser lida como parte do processo de subordinação capitalista, agora, no Governo Federal, identificada na falta de ousadia para tratar dos fenômenos comunicacionais ou para enfrentar os capitais internacionais.

Capitalismo e Estado

Um novo arranjo capitalista começou a delinear-se na década de 1970 e substituiu o que prevalecia desde o final da Segunda Guerra Mundial, caracterizado pela produção e consumo de massa, gestão planejada da economia pelos monopólios públicos e privados, Estado fortemente intervencionista na atividade econômica, proteção da relação de trabalho, modelos administrativos rígidos e atuação corporativa centralizada e vertical. O conjunto de dinâmicas que demarcam o planejamento, desenvolvimento, circulação e consumo comunicacional na contemporaneidade inserem-se no período atual do capitalismo, caracterizado pela mudança do papel do Estado, que se afasta da atividade econômica direta, alterando e redirecionando a regulamentação, na linha de

fortalecimento dos mercados, com base em privatizações e desregulamentação. “Houve uma mudança histórico-estrutural da natureza do capitalismo, resultando na crescente importância dos mercados e atingindo as empresas dominantes, que tiveram de condicionar-se a disputar e enfrentar-se em um número superior de praças”.¹

Há também retrocesso das políticas públicas de distribuição da renda, declínio da produção em massa, em favor de estratégias de segmentação que se adequam à tendência de exclusão, terceirização e flexibilização geral, referida tanto à maior liberdade de movimento do capital, especialmente financeiro, graças às políticas econômicas neoliberais, quanto ao emprego (quebra da rigidez da relação de trabalho, redundando em perda de direitos e precarização), produção (sistemas mais versáteis, como o *just-in-time* e o conjunto das inovações de processo conhecidas como modelo japonês) e consumo (com estratégias que visam a sua maior dinamização por parte da população incluída).

As tecnologias da informação e da comunicação têm um papel fundamental nisso tudo, permitindo troca ágil de informações, maior eficiência empresarial e diversidade de bens produzidos pelas firmas. Na reestruturação do capitalismo, é primordial a função desempenhada pela inovação tecnológica, estimulando o consumo, permitindo o funcionamento sincronizado de mercados e acelerando a transmissão de informações. O lançamento constante de recursos tecnológicos avançados, desencadeado na década de 70 do século XX e viabilizado pelo avanço da microeletrônica, imbrica-se com as próprias alterações no interior do capitalismo, em que a dinâmica tecnológica está ligada à globalização (compreendida como o cume de uma trajetória do próprio capitalismo, envolvendo mudanças estruturais modificadoras da totalidade social, tanto quantitativa, quanto qualitativamente) e à adoção de políticas de liberalização e privatização.

No sistema capitalista, o Estado é um garantidor das condições gerais necessárias ao processo de desenvolvimento que o capital individual não tem capacidade de suprir. O Estado

produz as condições externas necessárias à acumulação. Esta é a preocupação central da política econômica em países capitalistas. Para que ele cumpra essa função, deve

¹ BRITTOS, Valério. Globo, transnacionalização e capitalismo. In: ____; BOLAÑO, César. **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2005. p. 131-154. p. 133.

garantir também a sua própria legitimidade diante da população, através de uma política social que atenda aos interesses e às necessidades das amplas massas nacionais. Com a crise, a política social é a primeira a ser questionada, pois, no capitalismo, a política de apoio à acumulação não pode ser prejudicada. É claro que os mais fracos entre os trabalhadores e os excluídos em geral serão os mais prejudicados pela crise em função do avanço do desemprego e da impossibilidade de se continuar tendo uma política de *Welfare State* da mesma amplitude de antes, por causa da crise fiscal. É nessas condições que o neoliberalismo ganha força no debate econômico em prejuízo do pensamento *keynesiano* até então dominante.

A ideologia neoliberal respalda justamente a política de redução dos gastos sociais e de enxugamento do Estado. Este acaba assumindo a aparentemente inesperada função (crucial, diga-se de passagem) de organizar a sua própria retirada, definindo, através de suas políticas, quais serão os perdedores. Assim, o Estado continua sendo o lócus fundamental para a construção da hegemonia. É ele que assume, de fato, a responsabilidade pelo sucesso ou fracasso na implementação do chamado projeto neoliberal. É pura fantasia, portanto, a idéia de uma tendência à supressão dos estados nacionais como resultado da globalização econômica. O neoliberalismo é fundamentalmente uma ideologia característica da crise, que colabora para o aprofundamento desta, porque traz argumentos importantes a favor da retirada do Estado, defendendo inclusive abertamente a necessidade de aumento das desigualdades sociais, encaradas como criativas, na medida em que seriam um estímulo ao trabalho. Mas o neoliberalismo não apresenta saída para a crise, tendendo a ceder passo a ideologias mais próximas do *keynesianismo* quando as condições para a expansão estiverem repostas.

De qualquer forma, a onda neoliberal é conseqüência do fato de que os estados nacionais são obrigados a se submeter às exigências do capital internacional, do capital financeiro, do capital que se globaliza. Nessas condições, os estados nacionais passam a disputar entre si os fluxos do capital internacional que, diante da fraqueza do Estado passa a ditar as regras do jogo. Na medida em que o Estado Nacional se enfraquece diante do capital globalizado, e dado que isso se traduz num determinado grau de incapacidade de coordenação visando a saída da crise ou mesmo sua administração no sentido de evitar desastres mais ou menos graves, vem imediatamente ao espírito a

questão sobre a eventualidade de uma tendência à construção de algo como um Estado Global capaz efetivamente de garantir a estabilidade do sistema frente às tendências destruidoras da concorrência entre os capitais individuais e os estados nacionais capitalistas.

Dan Schiller comenta que “os arquitetos do capitalismo digital tinham em vista um objetivo principal: criar uma rede econômica alargada que pudesse apoiar o leque cada vez mais vasto de projetos no interior das empresas e no relacionamento entre elas”, o que passava pela formação de uma malha planetária de computadores transmissora de sinais de áudio, vídeo, imagem e dados, requerendo a total alteração da regulamentação e das estruturas de telecomunicações dos diversos países.² Para chegar a isso, as telecomunicações foram desregulamentadas e privatizadas, começando pelo desmembramento da norte-americana AT&T, em 1984. Todos os setores econômicos, em especial os mais dinâmicos, onde se incluem as comunicações em geral, são atingidos pela onda de liberalização. Isto é atestado por fenômenos como abertura ao capital estrangeiro, viabilização técnica de maior quantidade de canais (de TV aberta e por assinatura), abertura ao mercado, inclusive, mais raramente, privatização, nos países de tradição de radiodifusão estatal. É intensificada a idéia e a prática do livre fluxo, mas trata-se de uma liberdade condicionada ao que é liberado para circulação, a quem tem condições de produzir (e produzir de forma a captar e fidelizar o consumidor) e a quem pode pagar. Livre fluxo, deve ser dito, não corresponde a diversidade cultural, podendo mesmo, na medida em que depende do poder econômico das empresas oligopolistas que controlam a distribuição, acabar com muitas culturas, ou redimensioná-las e hibridizá-las no âmbito do capitalismo, o que, de qualquer forma, prejudica o projeto da diversidade.

O ente estatal é desafiado pela globalização e o neoliberalismo. Com seu poder reduzido diante dos capitais, o Estado não se torna imparcial: ao contrário, aproxima-se ainda mais dos interesses dominantes, reforçando o caráter de barreira à entrada exercido pela regulamentação e contribuindo para a oligopolização dos mercados. A exacerbação da globalização não elimina, portanto, as funções do Estado, que permanece uma entidade viva, capaz de contemplar interesses e produzir sentidos, indispensável para a acumulação de capital e proposições em rumo diverso. Mas agora são impostos

² SCHILLER, Dan. **A globalização e as novas tecnologias**. Lisboa: Editorial Presença, 2001. p. 21.

deslocamentos ao ente estatal, o qual mais diretamente relaciona-se com (e é influenciado por) organismos e objetivos externos à realidade nacional, que necessariamente devem ser considerados no processo de tomada de decisões, por todos os atores sociais.

Então, prevalece uma espiral de desregulamentação, que se espraia entre quase todos os mercados. Não é suprimida toda a intervenção pública, mas a adoção de novas modalidades de regulação nas quais a posição de supremacia do Estado tende a ser assumida pelos agentes privados. Isto não corresponde, necessariamente, à diminuição do número de regras. Nos EUA, a “tarefa da FCC de predizer sua missão regulatória através da análise econômica tornou-se mais complexa em uma época de rápida mudança tecnológica”.³ Até pela entrada de novas tecnologias, o mercado audiovisual tem sido muito regulamentado, se bem que muitas vezes primeiro é criado o precedente no caso concreto e só depois é editado o diploma legal, como aconteceu no início dos sistemas televisivos pagos no Brasil. Para Enrique Bustamante, o significado estreito do fenômeno contemporâneo “seria de re-regulação, e mais exatamente o de transregulação, de transição de uma regulação estatal a uma empresarial, de uma lógica político-cultural a uma econômica, ainda que a política permaneça onipresente, camuflada sob o manto da concorrência e do mercado”.⁴

Tecnologia e hegemonia

Longe de ser eliminada, a dominação de classe exercida sobre o Estado é acelerada com a globalização, tendo em vista a criação de novas relações com os capitais, que aumenta o seu poder, muitas coordenando mais recursos do que entes públicos. A regulamentação não faz senão referendar consensos sociais construídos sobre a base da estrutura hegemônica numa determinada conformação historicamente determinada das forças políticas. A conquista e o exercício do poder requerem negociação com os

³ CORN-REVERE, Robert. *Economis and media regulation*. In: ALEXANDER, Alison; OWERS, James; CARVETH, Rod (Eds.). **Media economics: theory and practice**. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1993. p. 71-90. FCC corresponde a Federal Communications Commission, constituindo-se na agência regulamentadora-fiscalizadora do setor de comunicações nos Estados Unidos.

⁴ BUSTAMANTE, Enrique, **La televisión económica: financiación, estrategias y mercados**. Gedisa: Madri, 1999. p. 48.

dominados, não sendo só imposição, conforme o conceito *gramsciano* de hegemonia,⁵ uma variável que se constrói e reconstrói-se, para manter a supremacia de dominantes sobre dominados, de forma, contudo, sempre mediada e relacional, repleta de negociações capazes de garantir a eficácia de objetivos. A noção de hegemonia, conforme proposto por Gramsci, inclui, além do partido, outras instituições da sociedade civil que tenham nexos com a cultura, de forma que a teoria da hegemonia liga-se “não apenas a uma teoria do partido e do Estado, [...] mas engloba a [...] concepção da sociedade civil”.⁶

Ao incorporar traços de outras culturas, a hegemonia não se manifesta uniformemente, explicando a identificação e a repercussão dos bens simbólicos no interior da sociedade e clareando os eventuais descompassos entre as ações estatais e aquelas das elites econômicas. Uma contribuição particular do conceito *gramsciano* de hegemonia é seu entendimento da ideologia como um processo social total, movendo o foco das idéias formais e convicções conscientes para a experiência de vida, suas práticas culturais e significados. A classe hegemônica deve tornar-se protagonista também de reivindicações de outros extratos sociais, unificando através da ideologia e mantendo articulado um grupo de forças heterogêneas, realizando assim a hegemonia enquanto descobre mediações e vínculos e faz valer, no campo simbólico, suas posições.⁷ A questão da hegemonia e dos seus rebatimentos sobre a flexível estrutura do Estado capitalista permitem que o núcleo de poder se situe num dado setor, num dado momento, deslocando-se em seguida, de modo a preservar sempre os interesses das frações hegemônicas.

Tudo expressa uma situação nova para os sistemas de televisão: surgimento de novas mídias (a partir do desenvolvimento tecnológico), expansão das práticas mercadológicas na produção e distribuição de conteúdos culturais, privatização de empresas estatais do setor, ingresso de conglomerados financeiros e de outros ramos industriais na área, consolidação da relação (de aprendizagem) do receptor com os meios e mudança nos padrões de regulamentação. As opções de hoje, da tradicional televisão aberta às perspectivas da TVD, consubstanciam-se em formatos tecnológicos, mas relacionam-se

⁵ GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. 7. ed. Civilização Brasileira: Rio de Janeiro, 1989.

⁶ BOBBIO, Norberto. **O conceito de sociedade civil**. Rio de Janeiro: Graal, 1982. p. 48.

⁷ Ver GRUPPI, Luciano. **O conceito de hegemonia em Gramsci**. Rio de Janeiro: Graal, 1978.

com o quadro de mudanças econômicas, políticas e culturais mais amplas. Apesar de acelerado nas décadas finais do século XX, o processo de inovação tecnológica, no sistema televisivo, deve continuar intenso.

As inovações tecnológicas televisivas lançadas constantemente atendem mais a preceitos industriais de renovação do conjunto de equipamentos profissionais e domésticos, bem como de viabilização de ofertas máximas para consumo doméstico e busca de rentabilização dos estoques de produtos culturais destinados à re-difusão, do que a uma efetiva necessidade do consumidor, atestada em pesquisa. Dito de outra forma, confirma a (sabida) desconexão com a demanda. A tecnologia contemporânea busca elevar a taxa de interatividade entre espectador, televisor e operadora, reunindo conteúdos tradicionais e elementos próprios da internet, na busca de complementos à programação tradicional. Por isso, os modelos novos de televisão apontam para um quadro de financiamento híbrido, variando entre a sustentação via publicidade e o pagamento direto pelo telespectador.

O ápice desta evolução é a TV digital terrestre, que, no Brasil, pode representar a segunda geração da televisão por assinatura, embora qualquer modelo de digitalização venha a incluir canais de livre recepção e a solução brasileira caminhe para uma saída calcada na disponibilização de conteúdos – televisivos e característicos da internet – gratuitos. Mais do que um tópico tecnológico, relativo à conexão entre comunicação eletrônica, satélite, fibra ótica e informática, a alteração midiática contemporânea é uma problemática a ser analisada sob a perspectiva da Economia Política da Comunicação, pois se refere essencialmente à invenção e incorporação de dispositivos tecnológicos em mercados capitalistas, onde seu uso alternativo é mais uma questão de subversão, a ser construída pelos agentes sociais, pressionando atores econômicos e Estado, do que uma vocação natural, como podem pensar alguns mais iludidos.

Centradas na televisão digital terrestre e na TV pela internet, as novas tecnologias audiovisuais não conduzem a uma superação do atual período histórico do mercado televisivo brasileiro. Esses movimentos articulam-se com a ampliação quantitativa de opções ao receptor, viabilizada, em parte, pela alteração tecnológica, que redundava, por outro lado, em acirramento da luta competitiva. Desencadeiam-se, assim, movimentos estruturantes que afetam a televisão e os demais meios de comunicação. As respostas estratégicas das empresas brasileiras do setor redundarão numa crise de endividamento

que, naturalmente, as fragiliza no momento da implantação da TV digital terrestre e da esperada entrada do capital estrangeiro permitida por uma mudança legislativa que, em si, já significou uma derrota frente às pressões para a internacionalização de mercados onde já vêm sendo contestadas as situações de liderança e aparecendo novos atores.

A reflexão acerca da tecnologia e sua vinculação econômica e social deve ser embasada não somente a partir do financiamento, concepção e desenvolvimento da pesquisa que conduz à inovação. Deve ser considerado todo o processo de regulação e sua adoção num contexto histórico marcado pela existência de agentes com diferentes capacidades de ação, em conformidade com a racionalidade empresarial, mas sujeito a pressões não hegemônicas também. Nem toda invenção é definitivamente implantada ou assumida nos moldes inicialmente projetados. A inovação desenvolve-se também a partir de novas utilizações para um mesmo bem ou o direcionamento para uma determinada potencialidade não explorada de um produto já existente, num movimento em que o processo de uso, por parte dos consumidores, é muito importante, sendo por isso incitado e monitorado. Como é a partir da interação entre usuário e tecnologia que se pode modificar, substituir e inovar, cresce o papel dos departamentos de atendimento ao consumidor das empresas e renova-se a função das pesquisas de mercado.

Concentração e solução

Passados mais de dois da posse de Luis Inácio Lula da Silva, o movimento de regulamentação prossegue sem ser concebido de forma ampla, considerando a diversidade econômica, social e cultural do país. Ademais, não há uma mudança substancial com relação à tradição brasileira de não incorporação da sociedade civil na discussão e gestão das mídias. Até o momento, permanece o quadro regulador herdado do governo anterior, desconectado de outros instrumentos, sendo mantido o tratamento compartimentado do conjunto das telecomunicações, isolando o mercado televisivo do de telefonia, além de não serem atacados os principais entraves para o avanço das comunicações brasileiras: a concentração da propriedade das indústrias culturais e a ausência de controle público sobre os conteúdos transmitidos por essas companhias.

O quadro 1 oferece uma síntese do grau de concentração da televisão brasileira, através de indicadores relativos ao posicionamento das principais redes no mercado, com base em dados consolidados de 2003. A liderança da Globo é incontestada, com mais de 50%

da audiência nacional, considerando o dia todo. Apesar de bem à frente das demais, o SBT tem menos da metade do que os índices da Globo, enquanto a Record também não atinge 50% do público do Sistema Brasileiro de Televisão. A Band tem só cinco por cento dos telespectadores, a Rede TV três por cento e a CNT e a Gazeta apresentam números tão baixos que não aparecem isoladamente (estas duas são consideradas redes nacionais unicamente se suas geradoras em sinal aberto forem somadas às possibilidades de captação por televisão por assinatura). As demais variáveis em linhas gerais ratificam os resultados apresentados. A cobertura geográfica do sistema televisual nacional evidencia que todos os municípios do país recebem o sinal de pelo menos uma das grandes redes de TV e as duas maiores, Globo e SBT, encontram-se disponíveis em praticamente 100% dos domicílios com televisor.

Quadro 1. Posicionamento mercadológico das principais redes de TV do país (2002)

Redes	Controle	Geradoras	Cobertura		Audiência (%)
			Municípios (%)	Domicílios com TV (%)	
Globo	Família Marinho	117	97,86	99,59	55
Sistema Brasileiro de Televisão (SBT)	Família Abravanel	97	87,41	97,27	20
Record	Bispo Edir Macedo	68	70,57	90,26	8
Bandeirantes	Família Saad	42	56,78	87,9	5
Rede TV!	Amílcare Dalevo Jr.	38	62,57	81,93	3
Central Nacional de Televisão	Família Martinez	18	4,17	35,46	–

(CNT)					
Gazeta	Fundação Cásper Líbero	3	4,64	25,03	–

Fonte: GRUPO DE MÍDIA DE SÃO PAULO. Mídia dados 2004. São Paulo, 2004. p. 158, 159; autores.

No Brasil, não há um marco regulamentar coerente, previamente debatido, planejado e construído, visando os interesses da maioria da população e em articulação com as diversas organizações representativas da heterogeneidade do país, a partir de metas econômicas, políticas e culturais, de curto, médio e longo prazos. Apesar disso, há uma contínua edição de normas legislando sobre os fenômenos midiáticos, em particular aqueles relacionados com a TV. À ampliação do número de agentes e produtos televisuais à disposição dos consumidores, não tem correspondido, historicamente, uma maior diversidade econômica e cultural quanto ao acesso, programação e gestão de companhias comunicacionais.

O processo de debate, planejamento e ação visando a implantação da televisão digital terrestre no Brasil é pouco acessível à sociedade civil. De fato, no sentido amplo do termo, esse debate não se realiza. As brechas que se apresentam limitam-se às audiências e consultas públicas e aos novos lugares criados, como o Conselho de Comunicação Social, do Congresso Nacional, sendo conhecidas as limitações de todas essas possibilidades, por sua própria natureza e pela condição econômica e cultural de acesso do brasileiro médio. Estes sinais permitem supor que o futuro modelo de televisão digital, a ser implantado no Brasil, não incorporará, na medida necessária, projetos pluralistas, que estimulem a cidadania, já que o processo repercute sobre o resultado final.

Embora a partir do Governo Lula tenha havido investimento numa saída que desenvolva os potenciais do conhecimento científico nacional, não há indícios de alterações profundas em itens como o controle social dos conteúdos. Apesar disso tudo, em 26 de novembro de 2003 foi editado o Decreto 4.901, que instituiu o Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD), estruturado em três grupos: o Comitê de Desenvolvimento, o Comitê Consultivo e o Grupo Gestor. Os objetivos do SBTVD são: promover a inclusão social, a diversidade cultural do País e a língua portuguesa por meio do acesso à tecnologia digital, visando à democratização da informação; planejar o processo de

transição da televisão analógica para a digital, de modo a garantir a gradual adesão de usuários a custos compatíveis com sua renda; estabelecer ações e modelos de negócios para a televisão digital adequados à realidade econômica e empresarial do País; incentivar a indústria regional e local na produção de instrumentos e serviços digitais.⁸

Uma solução popular necessariamente deve ir além de oferecer ao cidadão comum um computador com conteúdo em língua inglesa ou com um sistema de inteligibilidade adaptado aos gostos da classe média. A inclusão digital não pode ficar restrita à criação de redes, sem a contrapartida de conteúdos atraentes à maioria da população. Acima de tudo, é necessário destacar o deslocamento promovido pelo Governo Luís Inácio Lula da Silva de investir num padrão brasileiro (ou de produção de componentes nacionais numa modulação formulada a partir das já existentes), o que tem méritos inegáveis, em relação ao que vinha sendo desenvolvido sob a inspiração do Governo Fernando Henrique Cardoso: incorporação direta de um dos sistemas já desenvolvidos – possivelmente o japonês, preferido dos radiodifusores por melhor se adaptar à recepção móvel –, num conjunto de ações conduzidas pelos atores privados, articulados em torno da principal entidade do setor, a Abert, em parceria com a Set. No entanto, pelo menos a curto e médio prazos, possivelmente uma grande parcela da população brasileira não será incorporada neste processo.

Ao lado da baixíssima base educacional para interação com o computador e, ainda mais, com mídias como o livro, outro tópico a ser enfrentado, no processo de universalização da internet (mais uma expectativa otimista do que uma perspectiva real, ante os rumos do capitalismo em sua terceira fase), é o preço. Embora o projeto brasileiro preveja conversores do digital para o analógico a preços baixos, qualquer inversão a mais, neste momento, mais do que nunca, se mostra difícil, para uma população historicamente marcada pela pobreza, atualmente acentuada pelo desemprego. A longo prazo, a migração pode ocorrer, mas a lógica de inclusão própria das tecnologias que marcaram o período anterior do capitalismo não se faz presente na atualidade. Além do mais, o uso do conversor prevê a continuidade do mesmo receptor analógico, o que não permite o aproveitamento de todo o potencial da digitalização. Por outro lado, chamar de inclusão a possibilidade do público de adquirir um aparelho e dispor de sua funcionalidade é uma

⁸ MAZZA, Mariana. O padrão brasileiro será definido em um ano. **Gazeta Mercantil**, São Paulo, 28 nov. 2003.

redução, não havendo previsão de disponibilização (e a definição de formas de financiamento) de canais para uso público, garantia de conteúdos que contemplem a diversidade cultural, sem o compromisso da segmentação mercadológica, ou a determinação de criação de conselhos sociais de controle das concessões.

Em termos globais, a televisão digital inscreve-se perfeitamente no rol dos dispositivos info-comunicacionais característicos da fase atual do capitalismo, onde o pagamento pelo consumidor tem sido um agravante de discriminação. As decisões consoantes ao sistema tecnológico televisual a ser construído ou adotado pelo Brasil deveriam ser precedidas de um amplo debate, visando definir o que o país pretende de sua futura TV digital: consagrar o (falido) modelo das comunicações brasileiro, de concentração da propriedade e ausência de controle público, ou avançar para uma solução democrática, que permita a absorção da criatividade ligada à diversidade da cultura brasileira e avançar de fato no processo de inclusão digital. A expectativa, pelo encaminhamento dado à questão, especialmente em 2003, é que, até 2005, ocorra a escolha do padrão brasileiro, iniciando-se, em 2006, a transmissão digital, a qual deve conviver com a analógica, diz-se, por mais de 10 anos, pela insuficiência de condições do consumidor de proceder à aquisição do equipamento necessário e pela pouca disponibilidade de conteúdos atrativos, em língua nacional, que tem impedido, ao lado do problema da distribuição de renda, o crescimento da televisão paga no país.

Modelos e subversão

O painel delineado até o presente momento em nada projeta a subversão da situação característica das comunicações no Brasil, caracterizada pelo predomínio dos interesses privados sobre os públicos, sendo o telespectador usado como ponte para se atingir faturamento, a programação moldada aos propósitos publicitários e a regulamentação decidida numa articulação quase vedada à sociedade civil, inexistindo controle social sobre o conteúdo e subsistindo uma situação de extrema concentração da propriedade. Controle social do conteúdo, pulverização da propriedade, gratuidade de serviços essenciais, obrigatoriedade de produção local e terceirizada, financiamento de propostas populares pelo faturamento dos maiores operadores, disponibilização de espaço (horários, canais) para universidades, sindicatos e organizações não governamentais: se uma mudança deste nível não está projetada presentemente, sua discussão é urgente e

fundamental, visando a democratização dos meios de comunicação e construção de uma sociedade mais justa, apoiada numa economia mais sólida, que inclua o conjunto da população nacional.

Há, portanto, dois caminhos a serem seguidos, no processo de digitalização da TV aberta brasileira: pode se tornar um mecanismo de aceleração das diferenças sociais e da exclusão sociais, mas pode também gerar a maior rede de banda larga digital popular e gratuita, com capacidade de recepção de informação multimídia, o que agregando valor econômico e social à televisão, ao tornar realidade a convergência com outras mídias. Isto pode estar associado à inclusão digital e incorporação de novas aplicações domésticas, indo além do que se concebe tradicionalmente por televisão. Este cenário pode atender às necessidades e interesses de consumidores, emissoras e indústria brasileira como um todo, ao construir-se sobre uma lógica social distinta da do velho modelo da TV de aberta, mas oposta, sobretudo, ao horizonte hegemônico de exclusão pelos preços e de controle oligopólico dos mercados culturais. Mas, para vingar, o modelo alternativo deverá ser realmente outro, partindo não dos imperativos da valorização e da concorrência, mas da necessidade de satisfazer as tão amplas carências das vastas populações dos países do Terceiro Mundo.

Pelo que representa, o Governo Lula tem a obrigação de defender a possibilidade de uma parceria Sul-Sul, abrangendo diversos setores, o que apontaria para um novo padrão de desenvolvimento sintonizado no plano global. É nesse sentido que se pode considerar a oferta venezuelana de criação de uma empresa petrolífera sul-americana a partir de uma fusão das empresas nacionais existentes. Uma solução desse tipo para o mercado das telecomunicações, no passado, poderia ter garantido uma inusitada competitividade ao país (e ao subcontinente) na área, preservando a capacidade de desenvolvimento próprio de tecnologia, o que não ocorreu com a opção privatista do governo de Fernando Henrique Cardoso. Na verdade, apesar do avanço representado por sua política externa, o Governo Lula não evoluiu a ponto de liderar esta parceria Sul-Sul, capaz de ressemantizar o próprio conceito de globalização.

A batalha das telecomunicações não está de todo perdida, é uma dedução possível a partir do caso da TV digital, no enfrentamento da totalidade de caracteres inerentes ao

debate sobre a convergência.⁹ Para que a TVD se traduza em efetiva inclusão digital, antes de “modelo de negócio”, é preciso pensar em um novo padrão de desenvolvimento que tome a inclusão digital como parte e como estratégia para a inclusão social em geral. Melhor dizendo, é necessário discutir primeiro um modelo de serviço, o qual deve nortear a definição do padrão de tecnologia digital a ser adotado no país. Por isso, a importância de que a pauta seja invertida, inclusive com o estabelecimento (político) primeiro de que públicos atingir, quais serviços implantar prioritariamente e como financiar. Depois disso é que deveriam ser feitos os testes mais definitivos com os padrões, a partir de uma agenda de tarefas que os sistemas deveriam desenvolver com qualidade próxima da excelência.

O que se discute são prioridades. Ou seja, não há porque descartar a existência de uma lógica mais propriamente mercantil, ligada a usos específicos da nova tecnologia, como os serviços de telefonia chamados de valor adicionado, ou mesmo de radiodifusão voltados para públicos mais segmentados. A prioridade, no entanto, na definição das políticas nacionais na área, deveria ser entender a TDT como plataforma de inclusão via digital, visando a universalização do acesso à educação, à saúde, a extensão da cidadania, enfim, a definição de todo um novo sistema de comunicação de massa, concebido como bem público. Nesse sentido, a regulação deve privilegiar a *interatividade* e a *participação*. Esta última depende naturalmente de *fatores de ordem política*, ligados tanto à esfera do Estado, quanto aos movimentos sociais em geral, enquanto que a interatividade é um problema, a um tempo, *técnico* e político, que acaba se traduzindo no debate sobre o *modelo de financiamento* a ser adotado, em que três problemas devem ser necessariamente considerados:

1. Financiamento das *infra-estruturas* públicas necessárias, tanto físicas (sistemas de telecomunicações, parque de computadores e sua distribuição), quanto intelectuais (ligadas às políticas de educação e de Ciência e Tecnologia), incluindo as políticas de comunicação e informação ligadas à manutenção e constante atualização das grandes bases de dados (públicas e privadas) que estruturam a atual “economia do conhecimento”;

⁹ O setor de biotecnologias mostra uma tendência semelhante.

2. Financiamento para a aquisição de receptores e a capitalização das *emissoras*, sem o que a TV digital, no Brasil, pode não passar de experiências de algumas redes, em dados horários e em alguns grandes centros. Entre as operadoras, a TV Globo é a que se encontra em fase mais adiantada de desenvolvimento da digitalização na área de produção. Mesmo assim, exceto alguns poucos ensaios de conteúdo em alta definição, em regra trata-se de produção digitalizada de programas na resolução padrão, permanecendo analógicas a transmissão e a captação. Além da Globo, as demais redes, de modo próprio, vêm desenvolvendo estratégias de digitalizar seus estúdios e arquivos. A digitalização de todas as fases da cadeia televisiva, inclusive transmissão, requer um volume de investimentos muito elevado, os quais as emissoras brasileiras não dispõem, reconhecendo-se ser a difícil situação financeira das estações um dos fatores que contribuíram para as autoridades governamentais (em particular no governo que comandou o país entre 1995 e 2002) postergarem por cinco vezes a decisão brasileira sobre o tema. Assim, algum tipo de financiamento público deverá ser concedido ao setor empresarial. Neste caso, devem-se privilegiar os pequenos canais, ampliando o espaço para a cultura popular e alternativa, além de incorporar agentes e conteúdos não-hegemônicos, com propostas educativas e capacidade de gerar empregos, garantindo condições de apropriabilidade ampla do conhecimento tecnológico e, portanto, de geração própria de tecnologia.

3. Financiamento ao *consumidor* final. É necessário acertar a decisão sobre o modelo de televisão digital a ser implementado no país de forma que desperte no telespectador o interesse de migrar para o novo sistema e, além disso, represente avanço em termos de incorporação da cidadania, educação e pluralidade, valores historicamente relegados pela TV brasileira. A maior ou menor adesão da sociedade brasileira à televisão digital dependerá de fatores como a conjuntura econômica do período de implantação, segurança quanto à estabilização do uso social da nova tecnologia, o custo final dos equipamentos a serem instalados, a pressão da comunidade internacional (em especial representantes dos padrões) ou as trocas de comando no Executivo Federal (presidencial e ministerial).

Agência e regulação

O Governo Lula tem demonstrado um comportamento diferenciado com relação à divisão de poderes entre a agência reguladora de telecomunicações e o ministério responsável pelo setor. Desde seu início, tem promovido um fortalecimento do Ministério das Comunicações (Minicom), em detrimento da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), criada com a Lei Geral de Telecomunicações (LGT), aprovada em 17 de julho de 1997. Todo o estudo, planejamento e desenvolvimento, visando a implantação da televisão digital terrestre no país, vinha sendo coordenado pela Anatel, desde sua criação, até dezembro de 2002. A partir de janeiro de 2003, o então ministro Miro Teixeira mudou os rumos do processo, não só por optar por um caminho que privilegia a tecnologia nacional, mas porque concentrou as decisões especialmente no Minicom, postura que foi mantida por seu sucessor, Eunício Oliveira, em 2004. Outros pequenos movimentos também contribuíram para a diminuição do poder da agência, incluindo o afastamento de seu presidente em meio ao mandato, o que representou a substituição de um técnico por um sindicalista, como a contestação de encaminhamentos de seus dirigentes, como o ajuste anual da mensalidade básica doméstica de telefonia, prevista em contrato.

O denominado organismo regulador independente surgiu como decorrência do processo de reestruturação do setor de telecomunicações, no bojo das reformas liberalizantes do Governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2002).¹⁰ Esta supressão de poderes quanto à radiodifusão, como no caso da definição da TV digital, só tem sido possível porque a responsabilidade quanto à regulamentação de rádio e televisão permaneceu com o Minicom, ficando a Anatel com o controle das chamadas telecomunicações (onde se inclui telefonia, televisão por assinatura e outros serviços), além da administração do espectro em geral. Na prática, o Ministério repassa dadas tarefas à Anatel – por exemplo, convênio firmado em novembro de 2000 delega à agência a fiscalização das emissoras de televisão aberta e rádio, em pontos como programação e composição societária –,¹¹ o que pode ser revogado a qualquer momento. Acontece é que, apesar de

¹⁰ A privatização das telecomunicações era uma das obrigações impostas no bojo do acordo com o Fundo Monetário Internacional (FMI).

¹¹ NEPOMUCENO, Cristiana. Anatel vai fiscalizar conteúdo das emissoras de rádio e TV. **Telecom Online**, São Paulo, 16 nov. 2000. Disponível em: <<http://www.telecomonline.com.br/>>. Acesso em: 5 mar. 2001.

ambos os órgãos tratarem de telecomunicações, a unidade do setor foi quebrada com a LGT, que passou a tratar de telefonia, enquanto a radiodifusão ficou com o velho Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), de 1962.

A idéia de uma agência reguladora, definida como uma autarquia especial, conduz à expectativa de que tal entidade deve atuar com elevado grau de independência, mas essa postura nem sempre se reproduz. Uma questão séria é o processo político de definição e manutenção do Conselho Diretor, sendo os cinco conselheiros escolhidos pelo presidente da República e submetidos à aprovação do Senado Federal. Ao mesmo tempo, apesar de sua autonomia ser limitada, por sua ligação com o Executivo, a Anatel incorpora mecanismos potencialmente democratizantes importantes, como o das consultas públicas, um ponto positivo na estrutura regulamentar brasileira, não obstante “perfeitamente enquadrado nas bordas da *assepsia* do capitalismo contemporâneo, que publiciza os dados no momento e na proporção adequadas para que o processo seja o menos contestado judicialmente possível, o que não impede a reprodução dos modelos de privilégios que formam o sustentáculo do sistema”.

Além do mais, o estudo do controle público-social no processo de regulação do macro setor das Comunicações no Brasil não mostra um substancial avanço democrático. Conforme Sayonara Leal, “a análise dos dados das Consultas Públicas e das Audiência Públicas, realizadas pela Anatel, referentes ao público que efetivamente participa desses circuitos, aponta que, em grande parte, os atores que intervêm nos dois espaços são aqueles atrelados à esfera privada, impulsionado por interesses econômicos”.¹² De qualquer forma, um ponto a questionar-se é a que e quem serve a dita independência de uma agência reguladora. Indo mais fundo, deve-se perguntar se tal independência é possível, se não há sempre uma relação mais forte com alguma das forças sociais, sendo a regra a subserviência às classes dominantes.

Um novo conjunto de regras para orientar a gestão e a atuação das atuais agências reguladoras e das que vierem a ser criadas é proposto pelo projeto de Lei 3337 (2004), de autoria do Poder Executivo, sendo instituídos mecanismos de controle, responsabilização e transparência, como consulta pública; apresentação de relatórios

¹² LEAL, Sayonara. A imaginação de um controle público a partir do regulamento do setor de telecomunicações no Brasil: a utilização dos aparatos regulatórios da Agência Nacional de Telecomunicações pelo usuário-cidadão. In: JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério (Orgs.). **Comunicação, informação e espaço público**: dinâmicas globais e estruturas de poder. Salvador: Edufba, 2004. p. 117-132. p. 128.

anuais ao ministério ao qual a agência estiver vinculada e ao Congresso Nacional; a obrigatoriedade de contrato de gestão entre o ministério e a agência; e a criação de ouvidorias em todas as agências reguladoras.¹³ Como à medida que vai para o Parlamento, as propostas podem ser transformadas, o substitutivo do deputado Leonardo Pisciani (PMDB-RJ) determina que a Anatel, por delegação do Minicom, poderá acumular o poder de outorga das concessões de rádio e televisão. “A modificação proposta pelo relator altera o artigo 221 da Lei Geral de Telecomunicações, ao qual foi acrescido um segundo parágrafo”.¹⁴ Esta proposição, de autoria do deputado Walter Pinheiro (PT-BA), vai no sentido inverso ao implementando pelo Ministério, de auto-fortalecimento.

Hoje a concepção de políticas de comunicação de forma instrumental, unicamente como uso da mídia, está superada. Ao debater-se políticas de comunicação é necessário pensar também em cultura e educação, para que sejam criados vínculos com referentes nacionais, locais e alternativos, construindo pontes para uma sociedade mais justa e solidária e abrindo a possibilidade de projetos verdadeiramente não-hegemônicos, que possam atingir o imaginário dos cidadãos. A expansão capitalista, a emergência da comunicação e da informação no centro da vida econômica e cultural ou a inovação tecnológica não justificam o descarte da regulamentação dos problemas comunicacionais (e de outros campos). A constatação de que o receptor participa de uma relação (assimétrica) com os produtores comunicacionais não provoca a passagem a uma situação caótica, onde o consumidor atinge um estado de liberdade total, a partir da produção de sentido, onde qualquer normatização significaria tolher a liberdade, uma liberdade considerada abstratamente e identificada com a livre concorrência.

Uma decisão que não é menor; ao contrário, deve acompanhar a dos demais itens, é a relativa aos conteúdos a serem disponibilizados, inclusive aqueles interativos, como internet rápida, educação à distância e governo eletrônico, que avançam em termos de espaço democrático, debate público, garantia de cidadania e acesso à informação. Na

¹³ AGÊNCIA CÂMARA DE NOTÍCIAS. **Conheça o projeto das agências reguladoras.** Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/internet/agencia/materias.asp?pk=51503>>. Acesso em: 5 jul. 2004.

¹⁴ ANATEL PODERÁ ter ingerência sobre radiodifusão. **Tela Viva News**, São Paulo, 29 jun. 2004. Disponível em: <http://200.157.161.15/telaviva/Pesquisa.asp?Veiculo=N&Texto=ANATEL+PODER%C1+ter+inger%EAncia+ sobre+radiodifus%E3o&Onde=Tt&OK_Busca.x=8&OK_Busca.y=4>. Acesso em: 1º jul. 2004.

proposta alternativa aqui defendida, considera-se, nesse sentido, como fundamental (a) a garantia de gratuidade de um sistema básico, entendido sob o conceito de *serviço público universal evolutivo*,¹⁵ que pode ser desenhado desde já a partir das atuais ofertas de programação popular, universitária, educacional, alternativa e não comercial disponíveis tanto na TV aberta como na paga, em especial na modalidade a cabo,¹⁶ e (b) a criação de *linhas de crédito* específicas para o cidadão adquirir os elementos eletroeletrônicos indispensáveis, na medida em que o acesso depende da troca pura e simples do receptor analógico ou da instalação dos decodificadores, chamados *set top boxes*.

Considerações finais

Tais dispositivos, em particular, constituem-se em elementos estratégicos, do ponto de vista técnico, ao lado da garantia de um adequado canal de retorno, para a inclusão digital, devendo oferecer as mais amplas possibilidades, não de criação de oferta de serviços exóticos super-sofisticados para seduzir o público consumidor já incluído (o que, de qualquer forma, certamente será feito pela empresa privada de acordo com os mecanismos de mercado conhecidos), mas fundamentalmente daqueles voltados para a inclusão das grandes massas aos benefícios da digitalização, oferecendo as mais amplas soluções interativas. Depreende-se do exposto a importância de se pensar de forma articulada as políticas de comunicação, de informatização, a política educacional e de Ciência e Tecnologia e as políticas culturais visando a preservação e desenvolvimento da diversidade, tendo por objetivo o progresso social e a inserção soberana do país na chamada economia do conhecimento. Para tal, só há uma possibilidade: desenvolver a infra-estrutura material e intelectual país, pensado na sua diversidade.

¹⁵ BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; SICSU, Abraham Benzaquem. Sociedade da Informação, setor produtivo e desenvolvimento regional. In: ALMEIDA, Adiel Teixeira; RAMOS, Francisco de Sousa (Orgs.). **Gestão da informação na competitividade das organizações**. Recife: UFPE, 2002. p. 209-233.

¹⁶ Além de toda a TV segmentada aberta, disponível na faixa de UHF, e dos canais abertos da televisão a cabo (universitários, comunitários, legislativos, educativos e culturais) e das emissoras educativas, que já poderiam constituir-se em um pacote completo de programação, pensado estrategicamente, com o objetivo de disputar a audiência nacional na perspectiva do serviço público, dever-se-ia considerar as frequências destinadas à rádio comunitária como objeto de digitalização, visando criar a oferta básica da plataforma digital, nos termos acima propostos, à qual pode-se agregar, sofisticando o modelo de financiamento, serviços pagos diferenciados para públicos específicos.

O desafio do Governo Lula é restabelecer a unidade das telecomunicações, editando uma legislação que democratize o setor,¹⁷ embora até agora nada nesse sentido tenha sido feito. A dispersão regulatória no âmbito comunicacional em geral prejudica a integração dos diferentes pontos da cadeia de valor. É fundamental que não só as propriedades se cruzam, mas também os objetivos e públicos, havendo necessidade de equacionar a questão, visando a desconcentração e o desenvolvimento do potencial criativo do brasileiro, que pode ser estimulado através de legislação que incentive a produção externa (quando a própria emissora contrata uma produtora e financia o projeto), associada (conjunta entre realizadores nacionais e a TV) e alheia (aquisição dos direitos de exibição de um produto previamente realizado), descentralizada entre as diversas integrantes das grandes redes. Só não é o caso de alterar a Constituição Federal porque o pouco que ela traz de avanço tem sido regulamentado com dificuldade (como o Conselho de Comunicação Social, só instalado em 2003) ou até agora não foi aplicado (a exemplo do dispositivo que estabelece percentuais mínimos de regionalização da programação cultural, artística e jornalística e da produção independente).

Para mudar o quadro atual das comunicações, onde a televisão digital deve ser encarada como parte do problema, e não a solução isolada, é necessário ao Governo disposição para enfrentar interesses contrários, o que não se tem verificado até agora. Explicando a questão, o ponto é introjetar-se que não se altera um setor tão nevrálgico quanto as comunicações (com sérias repercussões econômicas e quanto à cultura e sociabilidade daí conectadas) sem reação. Por atingir os interesses não só dos capitais envolvidos nos negócios midiáticos, mas de praticamente todo o sistema (sejam os agentes interessados na publicidade, sejam aqueles preocupados com o papel ideológico, de sustentação do capitalismo, que a cultura industrial precipuamente exerce), é praticamente inviável proceder a mudanças profundas através do consenso ou não contrariar os interesses dominantes. Aliás, a alegada imobilidade do Governo do PT e aliados em muito deve-se a esta crença (ou expectativa) de que é possível transformar com o apoio dos que seriam os mais prejudicados com o resultado.

¹⁷ Um projeto de Lei de Comunicação Eletrônica de Massa (LGCEM) chegou a ser anunciado no Governo Fernando Henrique, sem ser remetido ao Congresso Nacional. A idéia foi retomada pelo Governo Lula, em 2005, chegando a ser constituído um grupo de trabalho para o desenvolvimento do texto regulamentar.

Referências

AGÊNCIA CÂMARA DE NOTÍCIAS. **Conheça o projeto das agências reguladoras**. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/internet/agencia/materias.asp?pk=51503>>. Acesso em: 5 jul. 2004.

ANATEL PODERÁ ter ingerência sobre radiodifusão. **Tela Viva News**, São Paulo, 29 jun. 2004. Disponível em: <http://200.157.161.15/telaviva/Pesquisa.asp?Veiculo=N&Texto=ANATEL+PODER%C1+ter+inger%EAncia+ sobre+radiodifus%E3o&Onde=Tt&OK_Busca.x=8&OK_Busca.y=4>. Acesso em: 1º jul. 2004.

BOBBIO, Norberto. **O conceito de sociedade civil**. Rio de Janeiro: Graal, 1982.

BOLAÑO César Ricardo Siqueira; SICSU, Abraham Benzaquem. Sociedade da Informação, setor produtivo e desenvolvimento regional. In: ALMEIDA, Adiel Teixeira; RAMOS, Francisco de Sousa (Orgs.). **Gestão da informação na competitividade das organizações**. Recife: UFPE, 2002. p. 209-233.

BRITTOS, Valério. Globo, transnacionalização e capitalismo. In: _____; BOLAÑO, César. **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2005. p. 131-154.

BUSTAMANTE, Enrique, **La televisión econômica: financiación, estratégias y mercados**. Gedisa: Madri, 1999.

CORN-REVERE, Robert. Economis and media regulation. In: ALEXANDER, Alison; OWERS, James; CARVETH, Rod (Eds.). **Media economics: theory and practice**. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1993. p. 71-90.

GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. 7. ed. Civilização Brasileira: Rio de Janeiro, 1989.

GRUPO DE MÍDIA DE SÃO PAULO. **Mídia dados 2004**. São Paulo, 2004.

GRUPPI, Luciano. **O conceito de hegemonia em Gramsci**. Rio de Janeiro: Graal, 1978.

LEAL, Sayonara. A imaginação de um controle público a partir do regulamento do setor de telecomunicações no Brasil: a utilização dos aparatos regulatórios da Agência Nacional de Telecomunicações pelo usuário-cidadão. In: JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério (Orgs.). **Comunicação, informação e espaço público: dinâmicas globais e estruturas de poder**. Salvador: Edufba, 2004. p. 117-132.

SCHILLER, Dan. **A globalização e as novas tecnologias**. Lisboa: Editorial Presença, 2001.

MAZZA, Mariana. O padrão brasileiro será definido em um ano. **Gazeta Mercantil**, São Paulo, 28 nov. 2003.

NEPOMUCENO, Cristiana. Anatel vai fiscalizar conteúdo das emissoras de rádio e TV. **Telecom Online**, São Paulo, 16 nov. 2000. Disponível em: <<http://www.telecomonline.com.br/>>. Acesso em: 5 mar. 2001.