

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
NÍVEL DOUTORADO

WESLEY WADIM PASSOS FERREIRA DE SOUZA

A RESILIÊNCIA DO *BROADCAST*:
o Globoplay e as tensões jurídicas na constituição do *streaming* no Brasil

SÃO LEOPOLDO

2021

Wesley Wadim Passos Ferreira de Souza

**A RESILIÊNCIA DO *BROADCAST*:
o Globoplay e as tensões jurídicas na constituição do *streaming* no Brasil**

Tese apresentada como requisito parcial para
obtenção do título de Doutor, pelo programa de
Pós-Graduação em Ciências da Comunicação
da Universidade do Vale do Rio dos Sinos –
UNISINOS

Orientador: Prof. Gustavo Daudt Fischer
Coorientador: Prof. João Damasceno Martins
Ladeira

São Leopoldo

2021

S729r

Souza, Wesley Wadim Passos Ferreira de.

A resiliência do broadcast : o Globoplay e as tensões jurídicas na constituição do streaming no Brasil / por Wesley Wadim Passos Ferreira de Souza. – 2021.

253 f. : il. ; 30 cm.

Tese (doutorado) — Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, São Leopoldo, RS, 2021.

Orientador: Dr. Gustavo Daudt Fischer.

Coorientador: Dr. João Damasceno Martins Ladeira.

1. Tecnologia streaming (Telecomunicação).
2. Regulação. 3. Convergência normativa. 4. Ecossistema audiovisual. 5. Rede Globo. I. Título.

CDU: 659.3:621.397

WESLEY WADIM PASSOS FERREIRA DE SOUZA

A RESILIÊNCIA DO *BROADCAST*:

o Globoplay e as tensões jurídicas na constituição do *streaming* no Brasil

Tese apresentada como requisito parcial
para obtenção do título de Doutor, pelo
programa de Pós-Graduação em Ciências
da Comunicação da Universidade do
Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS

APROVADO EM 21 DE JULHO DE 2021.

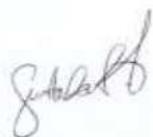
BANCA EXAMINADORA

**PROF. DR. FRANCISCO MACHADO FILHO - UNESP
PARTICIPAÇÃO POR WEBCONFERÊNCIA**

**PROF. DR. MAURÍCIO LIESEN - UFPR
PARTICIPAÇÃO POR WEBCONFERÊNCIA**

**PROFA. DRA. MARIA CLARA JOBST DE AQUINO BITTENCOURT - UNISINOS
PARTICIPAÇÃO POR WEBCONFERÊNCIA**

**PROF. DR. DANIEL SILVA PEDROSO - UNISINOS
PARTICIPAÇÃO POR WEBCONFERÊNCIA**



PROF. DR. GUSTAVO DAUDT FISCHER

Para meus filhos, Enzo e Lucca! Todos os meus esforços são para vocês! Para meus pais, Maria Eustáquia e Osvaldo, sempre presentes e sempre amados! Exemplos em tudo! Para minha amada esposa, Alexsandrina! Incentivadora e inspiração!

AGRADECIMENTOS

Ao professor João Martins Ladeira, pela orientação sensível e libertária que promoveu, respeitando minhas ideias e meu tempo. Espero que estejamos juntos em novas empreitadas acadêmicas!

Ao professor Gustavo Fischer, pela gentileza com que me recebeu no programa de doutoramento e com a qual abraçou minha orientação. Seu exemplo deixa frutos!

Aos professores do programa de pós-graduação da UNISINOS, pessoas que com sua dedicação, conhecimento, gentileza e respeito fazem desta instituição de ensino um exemplo a ser seguido.

À minha querida Alexsandrina que dividiu comigo as preocupações do curso e os afazeres da casa, a fim de que ambos pudéssemos chegar ao fim desta jornada com a sensação de dever cumprido.

À minha sogra Rejane que manteve meus filhos em segurança para que eu pudesse me dedicar aos estudos em São Leopoldo-RS.

Aos meus pais e irmãos pelo amor, confiança e incentivo de sempre.

Ao colega Halisson pelo esforço para que esta parceria entre FADIVALE e UNISINOS se concretizasse e aos demais colegas de turma pelo afeto e partilha respeitosa de tempo e conhecimento.

À Val pela dedicação à minha família, especialmente ao pequeno Lucca, principal prejudicado pela minha ausência.

E, acima de tudo, a DEUS por ter me conduzido até aqui com saúde e com forças!

A investigação da memória do audiovisual não pode colocar de lado as disputas que se fizeram presentes na conformação das bases legais para a conservação da difusão da cultura brasileira entre os próprios brasileiros... (SOUZA, 2020)

RESUMO

Nesta pesquisa exploramos uma das dimensões que compõem a ambiência que permitiu o avanço dos serviços de *streaming* no Brasil, tomando como objeto o serviço da Rede Globo de Televisão, o Globoplay. Após levantar aspectos das dimensões sociotécnica, normativa e decisória relacionadas com a construção do audiovisual brasileiro, convocamos os conceitos de convergência e remediação dos quais destacamos a ideia de convergência normativa como elemento de análise. Para tanto, utilizamos a visada arqueológica referenciada em Foucault (2012) e Manovich (2001) e a estratégia metodológica das molduras e emolduramentos de Kilpp (2003). O Globoplay como um dos elementos reveladores das estratégias de resiliência da Rede Globo se apresentou como objeto profícuo de observação, já que através de sua interface com o usuário foi possível perceber rastros deste cenário no qual de um lado tem-se um modelo de produção e distribuição de produtos audiovisuais sujeito a normas bastante consolidadas e limitadoras, com margens de manobra extremamente reduzidas (*broadcast* e TV segmentada), e de outro uma ambiência que permite a constituição de algo pretensamente novo, menos sujeito às molduras normativas, onde os riscos existentes autorizam maiores ganhos. A pesquisa também permitiu examinar se essas novas possibilidades já se converteram em coisas novas.

PALAVRAS-CHAVE: *Streaming*; Regulação; Convergência normativa; Ecossistema audiovisual.

ABSTRACT

In this research we intend to explore one of the dimensions that compose the ambience that allowed the advancement of the streaming services in Brazil, taking as object the platform of Rede Globo de TV, Globoplay. After raising aspects of the socio-technical, normative and decision-making dimensions that compose the previous ambience, we call the concept of convergence of which we highlight the idea of normative convergence as an element of analysis. To this end, we used the archaeological target referenced in Foucault (2012) and Manovich (2002) and the methodological strategy of the frames and framing of Kilpp (2003). Globoplay as one of the elements that consubstantiated the resilience strategies of Globo presents itself as a fruitful object of observation, since through its interface with the user can perceive traces of this scenario in which one side has a model of production and distribution of audiovisual subject to very consolidated and limiting standards, with extremely reduced maneuvering margins (broadcast and segmented TV) and another an ambience that allows the constitution of something new, less submitted to the frames regulations, where existing risks allow for greater gains. The research also allowed us to examine whether the new possibilities have already become new things.

KEYWORDS: Streaming; Regulation; Legal convergence; Audiovisual ecosystem.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABERT	Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão
ABPITV	Associação Brasileira de Produtores Independentes de Televisão
ABPTVA	Associação Brasileira de Programadores de Televisão por Assinatura
ABRACi	Associação Brasileira de Cineastas
ABTA	Associação Brasileira de Televisão por Assinatura
ABTVU	Associação Brasileira de Televisão por Assinatura em UHF
ANATEL	Agência Nacional de Telecomunicações
ANCINAV	Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual
ANCINE	Agência Nacional do Cinema
APACI	Associação Paulista de Cineastas
API	Associação de Produtores Independentes
BRAVI	Brasil Audiovisual Independente
CADE	Conselho Administrativo de Defesa Econômica
CONANDA	Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente
CONDECINE	Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional
CPB	Certificado de Produto Brasileiro
CCTCI	Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática
CCJC	Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania
CDC	Comissão de Defesa do Consumidor
CDEIC	Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio
CONNE	Conexão Audiovisual do Norte, Nordeste e Centro-Oeste
CPI	Comissão Parlamentar de Inquérito
CSC	Conselho Superior do Cinema
CTBC	Companhia Telefônica Brasil Central
CTGV	Companhia Telefônica de Governador Valadares
CTMG	Companhia Telefônica de Minas Gerais

DEM	Democratas
DISTV	Distribuição de Sinais de TV por Meios Físicos
DTH	<i>Direct to Home</i>
FAMES	Forum Audiovisual de Minas Gerais, Espírito Santo e Região Sul
FD	Faculdade de Direito
FISTEL	Fundo de Fiscalização das Telecomunicações
FIItEL	Federação Interestadual dos Trabalhadores das Telecomunicações
FSA	Fundo Setorial do Audiovisual
FTTH	<i>Fiber to home</i>
FUNARTE	Fundação Nacional de Artes
FUST	Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações
IDEC	Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor
LGT	Lei Geral das Telecomunicações (Lei 9.472/97)
MINICOM	Ministério das Comunicações
MMDS	<i>Multipoint Multichannel Distribution System</i>
OTT	<i>Over The Top</i>
PL	Partido Liberal
PT	Partido dos Trabalhadores
PTB	Partido Trabalhista Brasileiro
RBS	Rede Brasil Sul
SBT	Sistema Brasileiro de Televisão
SeAC	Serviço de Acesso Condicionado
SHF	<i>Super High Frequency</i>
SICAV	Sindicato Interestadual do Cinema e Audiovisual
SMATV	<i>Satellite Master Antenna Television</i>
TVA	Televisão por assinatura
UHF	<i>Ultra High Frequency</i>

VoD

Video on Demand

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Plataformas de distribuição de conteúdo audiovisual	64
Quadro 2 - Pilares normativos e movimento de convergência - 1930 a 1950	77
Quadro 3 - Pilares normativos e movimento de convergência - 1960 a 1990	83
Quadro 4 - Pilares normativos e movimento de convergência - 1990 a 2000	84
Quadro 5 - Pilares normativos e movimento de convergência - 2000 a 2011	89
Quadro 6 - Total de assinaturas de TV segmentada no Brasil (2010-2019) x Crescimento anual	129
Quadro 7 - Principais critérios utilizados pelos países pesquisados para definir serviços de video on demand.....	135
Quadro 8 - Principais instrumentos para promoção de conteúdo local (Europa)	136
Quadro 9 - Produções originais Globoplay - séries dramáticas.....	183
Quadro 10 - Produções originais Globoplay - Comédia e Variedades.....	184
Quadro 11 - Produções originais Globoplay - séries documentais	185
Quadro 12 - Produções originais Globoplay - <i>Spin-off</i>	185
Quadro 13 - Movimentos normativos do audiovisual brasileiro e seus pilares	228
Quadro 14 - Categorias relacionadas com a convergência normativa.....	230

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Esquema societário da GLOBOPAR/NET/TELMEX antes e depois da Operação	108
Figura 2 - Captura de tela buscador “Globo Vídeo”.....	142
Figura 3 - Molduras Globo vídeos (2019) x Globoplay (2021).....	143
Figura 4 - Moldura de classificação, comentários e compartilhamento do Globoplay	143
Figura 5 - Lista de produções programadas pelo usuário	145
Figura 6- O trio Mark Warshaw, Flourish Klink e Henry Jenkins no encontro promovido pela Rede Globo sobre transmídia, em 28 de maio de 2010	147
Figura 7 - Aviso de mudança do plano Globo.com em 2015	149
Figura 8 - Todo o conteúdo da rede Globo é disponibilizado no Globoplay	150
Figura 9 - Moldura conteúdo infantil.....	151
Figura 10 - Moldura controle parental.....	151
Figura 11 - Evolução do logo da Globoplay.....	153
Figura 12 - Cartaz da série “Aruanas” utilizando a nova logomarca	154
Figura 13 - Transição de imagens dentro da plataforma para composição de quadros.....	154
Figura 14 - Unificação da identidade visual de outros produtos Globo	155
Figura 15 - Alterações no ícone do Globoplay em celulares (2019-2021).....	155
Figura 16 - Nova logomarca da Globo 2021	156
Figura 17 - Moldura “Entre” observação comparada Jul. 2019 e Jan. 2021	163
Figura 18 - Transformações na página inicial do Globoplay Jul.2019←→Jan.2021	165
Figura 19 - Moldura tempo x espaço	166
Figura 20 - Página inicial: “ <i>thumbnail</i> ”	167
Figura 21 - Molduras <i>e-commerce</i>	169
Figura 22 - O Assinante emoldurado.....	171
Figura 23 - Moldura “explore”	172
Figura 24 - Moldura “classificação indicativa”	174
Figura 25 - Moldura “controle dos pais”	175

Figura 26 - “Ops! Esse vídeo não é indicado para sua idade.”.....	176
Figura 27 - Moldurações algorítmicas	179
Figura 28 - Moldura “Do Brasil para brasileiros”	181
Figura 29 - Moldura “Filmes nacionais”	186
Figura 30 - “Vem ver nova temporada”	188
Figura 31 - Moldura “do Brasil para brasileiros”, com destaque para a informação sobre originalidade da produção.....	189
Figura 32 - Moldura classificação pelo usuário.....	191
Figura 33 - Moldura “Mais vistos”	194
Figura 34 - Peça publicitária “ <i>pre-roll</i> ” visível no interior de uma expectativa	194
Figura 35 - Regulação algorítmica das <i>thumbnails</i>	196
Figura 36 - Sobreposição das molduras “Séries” e “Originais Globoplay”	201
Figura 37 - Moldura “Originais Globoplay” em destaque.....	201
Figura 38 - Moldura identidade de “Aruanas”	209
Figura 39 - Vinheta de abertura “Original Globoplay”	213
Figura 40 - Tela de abertura de “Aruanas”	213
Figura 41 - Moldura “Resumo do episódio anterior”	214
Figura 42 - Conduzindo a experiência: “Assista ao Próximo”	215
Figura 43 - Marcas da dependência entre Globoplay e Globo	215
Figura 44 - Potencialidade consumerista	220
Figura 45 - Identificação dos sujeitos enunciadore.....	221
Figura 46 - “Jornal Nacional - Trechos” – enunciações sobre o dia 13 de março de 2021....	223
Figura 47 - Moldura “Vídeos do Dia”: o novo estaria aqui?.....	224
Figura 48 - Busca por datas: o “eterno retorno”	224
Figura 49 - Grade especializada	225

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO	17
1.1 DO OBJETO DE PESQUISA: TRAJETÓRIAS NÃO LINEARES.....	17
1.2 PROBLEMATIZAÇÃO: IDENTIFICANDO O EIXO DE PESQUISA.....	21
1.2.1 Pesquisa da pesquisa	24
1.2.2 Problema de pesquisa, objeto e objetivos	30
1.2.3 Corpus	33
1.3 ORGANIZAÇÃO DA TESE.....	35
2 ARQUEOLOGIA E APROPRIAÇÃO DA HISTÓRIA DO AUDIOVISUAL BRASILEIRO	37
2.1 WALTER BENJAMIN E A COMPREENSÃO SOBRE HISTÓRIA.....	37
2.2 ARQUEOLOGIA E GENEALOGIA: DESCONTINUIDADE HISTÓRICA E RELAÇÕES DE PODER.....	40
2.2.1 Resquícios arqueológicos sob a perspectiva Benjaminiana	40
2.2.2 Articulações entre as relações de poder no ambiente regulatório: a perspectiva genealógica foucaultiana e a arqueologia das mídias	43
3 AS IMAGENS EM MIGRAÇÃO ENTRE DIFERENTES SUPORTES	47
3.1 MULTIPLICIDADE DE OFERTA: O PANORAMA POLÍTICO-ECONÔMICO DO AUDIOVISUAL EM MIGRAÇÃO NO TERCEIRO MILÊNIO.....	47
3.2 AS REORGANIZAÇÕES DAS MÍDIAS: MÍDIAS EM DISSOCIAÇÃO E REASSOCIAÇÃO.....	49
3.3 APORTES SOBRE O CONCEITO DE CONVERGÊNCIA: CONSTRUINDO A UMA IDEIA SOBRE CONVERGÊNCIA NORMATIVA.....	53
3.4 REMEDIAÇÃO: AS COORDENAÇÕES DE MEIOS QUE RECUPERAM E REVISAM UNS AOS OUTROS	59
3.5 OS MÚLTIPLOS ARRANJOS DO AUDIOVISUAL: EXPLORANDO AS LÓGICAS DO BROADCAST, DA TV SEGMENTADA E DO <i>STREAMING</i>	61
4 GENEALOGIA DO <i>STREAMING</i> BRASILEIRO: MAPEAMENTO DAS DIMENSÕES CONSTITUTIVAS DO GLOBOPLAY	67
4.1 DIMENSÃO SOCIOTÉCNICA: GRUPO GLOBO NA ERA DA TV PAGA.....	67
4.2 DIMENSÃO NORMATIVA: A REGULAÇÃO DO AUDIOVISUAL NO BRASIL, UMA DESCONTINUIDADE ENTRE DIFUSÃO E OUTRAS TECNOLOGIAS.....	73
4.2.1 Década de 1930 a 1950	73
4.2.2 Década de 1960 ao início dos anos 2000	77

4.2.3 Marcos da regulação da TV Segmentada	84
4.2.4 Ambiência pregressa da Lei 12.485 de 2011	89
4.2.5 Lei 12.485 de 12 de setembro de 2011: Análise do quadro normativo do audiovisual pré-streaming	101
4.3 DIMENSÃO DECISÓRIA: ONDE A LEI DISTANCIA, O DECISOR APROXIMA... ..	106
4.3.1 Análise 46, de 23 de janeiro de 2012	108
4.3.2 Análise 462, de 26 de outubro de 2012	114
4.3.3 Tudo junto e misturado (no Globoplay): ANATEL e ANCINE derrotam a Lei do SeAC e renunciam à regulação do <i>streaming</i>	116
4.3.4 Entendendo a ideia da derrotabilidade das normas jurídicas no contexto do SeAC	120
5 RASTROS DAS TENSÕES JURÍDICAS NO INTERIOR DO GLOBOPLAY	128
5.1 AS TENSÕES NA CONSTRUÇÃO DE UM MARCO REGULATÓRIO BRASILEIRO DO SERVIÇO DE VOD (<i>VIDEO ON DEMAND</i>) POR <i>STREAMING</i>	128
5.2 ABORDAGEM METODOLÓGICA DE OBSERVAÇÃO DA INTERFACE DO GLOBOPLAY: SOBREPONDO AS DIMENSÕES JURÍDICA E TÉCNICA	137
5.3 CRUZAMENTOS INTERFACIAIS: OBSERVANDO A CONSTITUIÇÃO DO GLOBOPLAY ATRAVÉS DE SUA INTERFACE	140
5.3.1 Trajetos “Globais”: As afiliações do Globoplay nas estratégias pregressas da Globo	140
5.3.2 A Chegada: Tudo junto no Globoplay.....	146
5.3.3 Identidade visual do Globoplay e sua relação com a reinvenção da Globo em novas telas.....	153
5.3.4 Porque escolhemos a interface da plataforma como local para nossa observação	157
5.3.5 Metodologia das molduras e sua articulação com exploração das interfaces do Globoplay.....	159
5.3.6 Por onde se inicia a observação – A página da casa	161
5.3.7 Os caminhos no interior da interface do usuário: categorias, controle e convergência normativa por assimilação	171
5.3.8 Organização de acervo, moldurações algorítmicas e atravessamentos jurídicos	177
5.3.9 Regulações algorítmicas no Globoplay	189
5.4 DO NOVO AO VELHO: NARRATIVAS SERIADAS "ORIGINAIS" E <i>MARKETING SOCIAL</i> NO <i>STREAMING</i>	197
5.4.1 Capitalismo fofo, produções seriadas e padrão globo de qualidade: novas atualizações em “Aruanas”	202
5.4.2 Dissencando a interface de “Aruanas” no interior da plataforma do Globoplay.....	209

5.5 DO VELHO AO NOVO: MARCAS DO JORNALISMO DA GLOBO NA INTERFACE DO GLOBOPLAY	216
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	227
REFERÊNCIAS.....	235

1 APRESENTAÇÃO

1.1 DO OBJETO DE PESQUISA: TRAJETÓRIAS NÃO LINEARES

Quando me vi diante da possibilidade de participar de um programa de doutoramento que permitiria a definição de objetos de pesquisa na interface entre o Direito e as Ciências Comunicação, muitas perspectivas me vieram à mente. A trajetória acadêmica que me permitiu alcançar o grau de mestre em Direito e Instituições Políticas pela Universidade FUMEC (Fundação Universidade Mineira de Educação e Cultura) já trazia compreensões que poderiam me inclinar para interesses que estivessem relacionados com as relações de poder coalescentes nas entranhas do processo de elaboração e aplicação das normas.

Porém, aquilo que se apresentava como uma fartura de oportunidades se tornou um grande problema, pois a definição de um objeto cuja constituição dissesse respeito ao campo da Comunicação, mas que pudesse ser tensionado pelas lógicas do Direito (ou vice-versa) embora estivesse me levando para a seara da regulação, me acenava, de outro lado, com a dificuldade de encontrar uma entrada epistemológica que revelasse o que de comunicacional o objeto apresentava ou qual a contribuição que a pesquisa poderia dar para o desenvolvimento das Ciências da Comunicação e do Direito, já que não se tratava de um programa de pós-graduação relacionado diretamente com as ciências jurídicas.

Percebi, então, que seria necessária uma certa “estrangeirização”, um momentâneo abandono das origens, como procedimento inicial para a revelação de algo que tornasse minha admissão no programa de doutoramento interessante para a o campo da comunicação.

Desde o começo de minhas buscas em torno da identificação de temas situados nas zonas de contato entre o Direito e a Comunicação ficou claro que os ângulos de análise das pesquisas que vinham dos dois campos divergiam em muito quando submetidos aos rigores das metodologias e paradigmas teóricos de cada um deles.

Um exemplo que mostrou esse tipo de perplexidade foi exatamente a constatação de que o campo jurídico ainda fomentava (e o faz até hoje) uma compreensão de que os *media* podem influenciar comportamentos¹, que se trata de “quarto poder”, que os meios de comunicação precisam ser controlados quanto ao conteúdo que fazem circular e, o que é pior, que este controle é possível num cenário em que se observa uma cada vez maior intervenção do receptor/usuário naquilo que é posto em circulação e na forma de usufruir dos objetos que se

¹ Muitas pesquisas e artigos elaborados por operadores e estudantes do Direito orbitavam o tema “influência da mídia nas decisões judiciais”. Só para se ter uma ideia, usando exatamente estas palavras como chave de pesquisa no sítio <https://scholar.google.com.br>, no dia 07/06/2019, foi possível encontrar 11.600 (onze mil e seiscentos) resultados.

relacionam com a comunicação, a qual não se mostra um processo linear, mas algo que se desenvolve num “fluxo contínuo adiante” (BRAGA, 2012).

Persistindo na tarefa de identificar algo que me afetasse na interface entre Direito e Comunicação, acabei por me interessar pelo papel da TV Justiça na formação do imaginário sobre o Poder Judiciário², tomando como objeto o programa “Direto do Plenário” através do qual se colocava em circulação imagens obtidas durante os julgamentos efetuados pelo plenário do Supremo Tribunal Federal todas as quartas e quintas-feiras.

Para fundamentar o pré-projeto de admissão ao programa de doutorado iniciei algumas leituras sobre a economia política da comunicação³, partindo dos enfoques dados por MOSCO (1996), de uma feita que precisava compreender o papel da televisão pública no cenário político e econômico brasileiro.

Ocorre que estava implícito em minhas curiosidades sobre a TV Justiça e sua relação com a imagem do Poder Judiciário, o embrião do tema que acabou sendo eleito como objeto da pesquisa que ora se relata.

É que, embora se tratasse de um canal de televisão segmentada, a TV Justiça tinha imagens distribuídas aos espectadores muito frequentemente através da internet, eis que seu conteúdo era embutido em blogs, *websites* e outras plataformas eletrônicas. Aliás, desde as primeiras observações, notei que, muito raramente, me era possível acessar as imagens que desejava analisar através do acompanhamento da grade de programação do canal público. Primeiro porque o canal não se fazia presente na TV aberta (*broadcast*)⁴, segundo porque, mesmo que lá estivesse, minha agenda de atividades diárias impunha compromissos que me impediam de assistir às longas horas de julgamento no exato momento em que as imagens eram difundidas em “tempo real”.

Comecei a perceber que uma mudança muito importante estava acontecendo com meu hábito de consumo audiovisual. A internet passava ser minha principal fonte de acesso a este tipo de bem cultural. Nem mesmo a TV segmentada (canais a cabo de que sou assinante de longa data) era capaz de me permitir ter acesso aos programas aos quais dirigia meu interesse.

Surgiram daí as primeiras curiosidades sobre conceitos como convergência, remediação⁵, associação e dissociação de empresas integrantes da cadeia produtiva audiovisual

² “A influência da televisão na formação da imagem institucional do Poder Judiciário: estudo comparativo entre as narrativas da TV Justiça e das redes de televisão privada” era o título do pré-projeto.

³ A Economia Política da Comunicação é a teoria que tem no marxismo seu eixo estruturante e que se relaciona com as teorias da dependência e do imperialismo cultural, procedendo a estudos sobre políticas de comunicação. No que tange aos fenômenos da comunicação e das chamadas tecnologias da informação e da comunicação (TICs), a economia política da comunicação analisa as “relações sociais, em especial as relações de poder, que constituem a produção, distribuição e consumo de recursos, incluindo os recursos da comunicação”. (MOSCO, 1999, p. 98)

⁴ A TV Justiça somente estava disponível na TV aberta e gratuita na área de São Paulo (42 UHF) e Brasília (Canal 48 UHF). Atualmente é possível sincronizá-la nos canais 53.1 e 53.2 da TV Digital na região de Brasília.

⁵ O termo remediação é fruto da tradução da expressão inglesa “*remediation*” cunhada por Jay David Bolter e Richard Grusin (2000). Na literatura brasileira este termo é muitas vezes grafado como remediação. Preferimos

e, principalmente, sobre as dimensões que constituem esse método de distribuição e consumo de produtos culturais que, no plano técnico, depende de uma estrutura que se viabiliza a partir de investimentos gigantescos em sistemas de tráfego de dados e que para seguir “avançando” necessita superar marcos normativos que se criam exatamente para gerar previsibilidade, para tornar linear um futuro que nada tem de certo e previsível, obviamente sofrendo a intervenção dos diversos sujeitos e instituições que se interessem na sua conformação.

A leitura das obras publicadas pelos integrantes do grupo de pesquisa “Audiovisualidades e Tecnocultura: Comunicação, Memória e Design” (MONTAÑO, 2015; LADEIRA, 2017; KILLP, 2018), bem como a exploração dos trabalhos sobre memória das mídias desenvolvidos pelo Professor Gustavo Daudt Fischer⁶ permitiram-me identificar a possibilidade de, segundo uma visada arqueológica, investigar a dimensão normativo-regulatória do processo de constituição do audiovisual pautado em protocolos de internet, já que esta era exatamente a dimensão do fenômeno audiovisual menos explorada pela linha de pesquisa e que mais contato tinha com as lógicas operacionais do Direito.

Inicialmente, a ideia era desenvolver uma investigação que pudesse analisar as lógicas e estratégias que atravessavam a constituição do marco regulatório⁷ do setor audiovisual brasileiro na primeira década do século XXI, já que, ao que nos parecia, a intensificação da ambiência midiaticizada e a alteração do paradigma centrado nas comunicações de massa seriam motivos para que a regulação do audiovisual não encontrasse marcos definitivos e se apresentasse, de certa forma, fragmentada em diversos diplomas normativos.

Porém, o aprofundamento das leituras e a orientação decisiva do Prof. João Martins Ladeira descortinou a possibilidade de tomar como objeto a plataforma de *streaming* da Rede Globo de Televisão, a qual constitui a culminância de um processo de busca pela manutenção da relevância que a referida emissora teve ao longo de sua trajetória no século precedente, tanto no *broadcast* como nas suas investidas na TV segmentada.

A observação do Globoplay, serviço de *streaming* de vídeo criado pelo Grupo Globo, com acervo composto majoritariamente de produções nacionais, mais bem sucedida empreitada

adotar a tradução ‘remediação’ para manter certa sintonia com as expressões imediação e hipermediação frutos de termos propostos pelos mesmos autores (*immediation* e *hypermediation*). Remediação também remete à lógica da reciclagem que está atrelada ao conceito como o vemos se atualizar no objeto empírico desta investigação.

⁶ Entre várias publicações, a que mais me afetou foi exatamente a tese de doutoramento do Prof. FISCHER intitulada: “As trajetórias e características do Youtube e Globo Media Center/Globo Vídeos: Um olhar comunicacional sobre as lógicas operativas de *websites* de vídeos para compreender a constituição do caráter midiático da *web*” (2008), considerando sua visada sobre as lógicas operativas da constituição desse momento no qual a Rede Globo, como emissora de sucesso no audiovisual televisivo, passou a se apropriar das lógicas do software para distribuir suas produções.

⁷ É preciso esclarecer que a expressão “marco regulatório” não é vista nesta pesquisa como sinônimo de um códex ou consolidação de normas de determinado segmento da atividade humana em um único diploma normativo. Entendemos marco regulatório como gênero no qual pode-se verificar movimentos de regulação consistentes na unificação de normas esparsas em um único diploma ou mesmo criação de normas específicas para regulação apenas de parte de um sistema. Por isso convocamos a ideia de convergência normativa integral ou parcial neste contexto de definição de um marco regulatório para o audiovisual brasileiro.

brasileira neste setor, apresentou-se como ambiente profícuo para a identificação das circunstâncias que impulsionaram esse movimento de migração das imagens televisivas para as plataformas digitais na nossa terra.

A partir daí a pesquisa assumiu como eixo central a exploração da processualística envolvida na organização do audiovisual distribuído por protocolos de internet, mas cuja produção é realizada em mídias progressas, especialmente o *broadcast*, e cuja circulação se dá por caminhos diferentes daqueles que encontraram guarida numa regulamentação cunhada na década de sessenta centrada na lógica de preservação de bem público, buscando desviar-se das limitações impostas à TV segmentada pela Lei do SeAC ou das barreiras contra a concentração vertical ou horizontal de poder político e econômico.

Partiu-se, assim, da intuição de que as estratégias de regulação do audiovisual afetam o ambiente que propicia os movimentos de associação e dissociação das mídias e que a conformação desse campo normativo também é, de alguma forma, resultado das intervenções efetuadas pelos próprios meios de comunicação na busca, como já ressaltado, de manterem-se atuantes, reinventarem-se e revigorarem-se, ou seja, de exercerem operações familiares ao conceito de resiliência.

Questões que envolvem a estabilização das expectativas dos *players* do ambiente midiático tornam-se relevantes na definição de estratégias de regulação seja pelo estabelecimento de cotas de conteúdo nacional, limitação na estruturação da grade e da programação, seja pela criação de barreiras para a existência de monopólios e oligopólios.

A observação das dinâmicas adotadas para convivência com estas limitações num ambiente de competitividade cada vez mais acirrada acabou por nos conduzir ao conceito de derrotabilidade das normas jurídicas. A partir daí emergiram perguntas como, por exemplo: _As tensões já imanentes nas normas progressas de alguma forma seriam “remediadas” (destacadas ou tornadas opacas), diante de um processo quase que de autorregulação? _O pretenso “excesso” de regulação verificado em relação à TV aberta e à TV segmentada se converteria em realidade na ambiência do *streaming*? - cujas respostas ainda se encontram em aberto.

Todo esse movimento de investigação que permitiu acionar os conceitos de convergência, remediação, derrotabilidade de normas, bem como dirigir um olhar sobre os modos através dos quais a regulamentação atual e a regulamentação projetada podem incidir sobre as lógicas operativas das plataformas de *streaming*, se tornou eixo da pesquisa que teve como objeto o serviço de *streaming* da Rede Globo de Televisão e como observáveis a interface da plataforma, as decisões tomadas por agências reguladoras relacionadas com este segmento da indústria cultural, sob a influência de diversos *players* e as próprias normas abstratas que

regem o audiovisual, sempre convocadas para servir aos interesses particulares, quando, em verdade, deveriam condicioná-los ao interesse coletivo.

1.2 PROBLEMATIZAÇÃO: IDENTIFICANDO O EIXO DE PESQUISA

Estudos sobre televisão têm sido realizados sob diversos ângulos. As visadas variam desde a sua constituição como dispositivo midiático, sua organização do ponto de vista da ambiência da produção, suas técnicas de enunciação, difusão, convergência entre dispositivos e divergência de sentidos até uma visada apocalíptica que remete ao seu fim (CARLON, 2014).

No dizer de Lage (2018), dois conjuntos de problemas têm sido apontados pela maior parte dos estudiosos deste segmento do audiovisual. O primeiro deles é exatamente este contraditório debate sobre o fim de um “móvel”. O segundo conjunto de reflexões, menos recente, é a sua irônica crise de legitimidade frente a outros objetos e fenômenos de interesse no campo da Comunicação, considerando que, pelo menos diante de observações puramente empíricas, seus produtos parecem se tornar onipresentes.

Embora as pesquisas sobre TV sigam sendo frequentes e, quantitativamente, não percam sua intensidade, sugerem alguns autores que o “prestígio” deste dispositivo midiático na sociedade brasileira tem se mantido em trajetória inversamente proporcional ao número de trabalhos que tem suscitado no cenário acadêmico. Porém, se compararmos a ambiência televisiva com a gama de situações problemáticas que outros meios (especialmente os novos) podem gerar, em termos de credibilidade, a TV continuará sendo, entre todos, o mais convocado, não sendo totalmente procedentes as visadas que sugerem ser ela causadora do empobrecimento cultural instaurado pelo capitalismo, lugar de criação de valores e mitos contemporâneos ou instrumento de poder e reprodução de estrutura de dominação político-econômica.

Também não nos parecem totalmente verdadeiras as ideias relacionadas com tal perda de prestígio, na medida em que se observa na sociedade brasileira, pelo menos no que tange à ambiência *on line*, uma crescente dispersão de produtos audiovisuais.

Enquanto vários estudos têm se dedicado a questionar e tensionar as mudanças pelas quais tem passado a TV em suas dimensões técnica, produtiva, comercial, interlocutiva, lingüística e expressiva, nossa preocupação (diante da inscrição de nosso programa da interface entre o Direito e a Comunicação) é investigar os aspectos jurídicos e regulatórios que vêm permitindo a organização do audiovisual brasileiro nas primeiras décadas do século XXI.

Esta dimensão jurídica, embora não possa ser colocada em posição de supremacia relativamente a outras dimensões que se relacionam ao estatuto do audiovisual televisivo, igualmente não deve ser relegada a um plano secundário, já que está imbricada aos aspectos

culturais mais amplos que cercam a constituição de qualquer objeto inserido na chamada indústria criativa. Não é fruto do acaso, portanto, o fato de que aspectos jurídicos com frequência aparecem na constituição dos fenômenos que estão permitindo uma espécie de multiplicação das TVs, ou seja, sua “reassociação” em novas plataformas, tais como a *web* e os dispositivos de *streaming*.

Uma pesquisa em comunicação não pode se prestar a revolver exclusivamente aspectos teóricos que se distanciam das relações entre as pessoas e os próprios objetos comunicacionais. Assim, pouco contribuiria para o campo, ao nosso ver, uma investigação que não levasse em conta objetos empíricos. Nesse sentido, o serviço de *streaming* da Rede Globo, o Globoplay, intuitivamente se revelou para nós como um objeto no qual estas questões de ordem jurídica poderiam se refletir, já que a história da TV Globo se identifica com a própria trajetória da TV brasileira e que as intervenções desta instituição na conformação do quadro normativo do audiovisual já haviam sido identificadas desde o início da segunda metade do século XX, quando a empresa formou parceria com o grupo Time-Life ao arripio das determinações contidas no art. 160, da Constituição Federal de 1946.⁸ (KEHL, 1980; MACHADO FILHO, 2020)

Foi tomando o Globoplay como figura que procuramos perceber o fundo, que se constitui de uma ambiência na qual a Rede Globo de Televisão se enveredou na tentativa de se tornar algo diferente do que foi nas décadas de 70 e 80 nas quais consolidou-se como referência de produção de audiovisual televisivo no Brasil e, quiçá, na América latina.

Nosso olhar voltou-se para dispositivo de *streaming* que iniciou suas operações em 2015, estabelecendo um comportamento arqueológico com a intenção de desvelar aspectos das dimensões que compõem o objeto em sua genealogia, especialmente, as decisões tomadas pelos órgãos de regulação que permitiram a transmutação daquilo que pretendia servir como segunda tela para produtos televisivos em algo que reúne (ou pretende fazê-lo) todas as mídias do maior grupo de comunicação brasileiro.

A ambiência na qual se constitui o objeto desta pesquisa envolve um quadro bem retratado por Ladeira (2017):

⁸ A CF 1946, no seu art. 160 previa que “É vedada a propriedade de empresas jornalísticas, sejam políticas ou simplesmente noticiosas, assim como a de radiodifusão, a sociedades anônimas por ações ao portador e a estrangeiros. Nem esses, nem pessoas jurídicas, excetuados os Partidos Políticos nacionais, poderão ser acionistas de sociedades anônimas proprietárias dessas empresas. A brasileiros (art. 129, nº^s I e II) caberá, exclusivamente, a responsabilidade principal delas e a sua orientação intelectual e administrativa”. Uma Comissão Parlamentar de Inquérito instaurada no dia 22 de agosto de 1966, concluiu pela irregularidade de contratos firmados entre a TV Globo e o Grupo Time-Life americano ainda no ano de 1962, porém, após recurso endereçado ao Poder Executivo, a emissora teve tempo de equacionar suas dívidas com os americanos e conseguiu ter seu caso arquivado definitivamente pelo Marechal Costa e Silva em outubro de 1967. A vinculação com Grupo Time Life teria proporcionado para a Globo vantagem tecnológica e aporte financeiro para estruturação de seu negócio com um padrão técnico e artístico muito superior às demais emissoras brasileiras, o qual ficou conhecido como ‘padrão Globo de televisão’. (MACHADO FILHO, 2020)

“[...] redes de fibra ótica em residências, garantindo acesso a conteúdo em ultra-alta definição, viável somente através de conexões em altíssima velocidade, a partir das quais se permite o consumo de audiovisual por meio de aplicativos operando em dispositivos móveis e outros instrumentos conectados.”

Tal cena não se concebe apenas nas dimensões das trocas (associações e dissociações de empresas dedicadas à cadeia de produção e distribuição audiovisual), nem está constituída precipuamente pelo desenvolvimento de tecnologias cada vez mais avançadas e nem mesmo por relações sociais que determinam e são impactadas pela presença desta tecnologia.

Todas estas dimensões compõem de forma rizomática para composição do quadro descrito acima. Porém, o que se pode observar na pesquisa da pesquisa é que estas diversas visadas já têm sido exploradas não só em relação à TV aberta (*broadcast*) instalada no que se convencionou chamar sociedade dos meios, como também, em alguma medida, em relação ao audiovisual que comparece na rede mundial de computadores, ou que tem sua distribuição possibilitada por tecnologias que se distanciam das lógicas da radiodifusão e da transmissão por satélite ou cabo.

Em que pese haver trabalhos de fôlego abordando as lógicas regulatórias do audiovisual brasileiro, boa parte das pesquisas toma como base epistemológica a economia política da comunicação. Nelas, os movimentos adotados pelos operadores do sistema audiovisual são visualizados pelo flanco das relações entre capital e trabalho e do papel do Estado como promotor de desenvolvimento e interventor no domínio econômico.

Política e economia focadas nos meandros das relações de poder compõem o eixo em torno do qual o audiovisual e suas migrações são focalizados.

A proposta de nossa investigação é, iniciando neste mesmo ângulo de visão e partindo do método intuitivo bergsoniano, com uma atitude metodológica pautada nas estratégias da arqueologia e depois na dissecação da interface do aplicativo de *streaming* Globoplay, desvendar um aspecto importante e complementar das referidas análises, ou seja, o aspecto normativo e as afetações recíprocas entre mídia e Direito.

Tendo em mente que técnicas, trocas e normas são dimensões que coalescem nos fenômenos audiovisuais, nos parece impossível deixar de reconhecer que a Rede Globo de Televisão, como principal fonte dos objetos analisados nas pesquisas sobre audiovisual televisivo que nos interessa, não pode ser sonogada como referência, mesmo considerando as mudanças de ambiência no período histórico que desejamos colocar sob holofotes.

Daí porque, para compreender a trajetória deste relevante produtor audiovisual na quadra histórica em que ocorre uma espécie de migração da “sociedade dos meios” para a “sociedade em midiatização” (aqui entendida como aquela que é marcada pela cultura fulcrada no software), elegemos o Globoplay como objeto e estamos centrando nossa atenção na

identificação e compreensão do cenário jurídico regulatório que se constitui nesse mesmo período e afeta o ambiente no qual estas mudanças de lógicas e práticas vêm acontecendo.

Desejamos também dar a ver como o serviço de *streaming* que poderia se constituir como algo absolutamente inovador, já que não sujeito aos mesmos limites das mídias que o precederam, se apresenta, pelo menos por enquanto, como um repositório de memórias da emissora que lhe deu origem.

1.2.1 Pesquisa da pesquisa

A necessidade de identificar eventuais insuficiências nos estudos sobre o objeto empírico e objetos de conhecimento acionados em nossa pesquisa, bem como a busca por um ângulo de entrada que pudesse trazer algum tipo de contribuição para as Ciências da Comunicação e para o campo do Direito ao se tensionar as dimensões constitutivas do dispositivo de *streaming* criado pelo Grupo Globo para a distribuição de produtos televisivos, nos impulsionou, inicialmente, à definição de quais os conceitos já previamente estudados poderiam ser acionados quando dos movimentos de exploração do objeto.

Levando em conta que nossa abordagem se debruça sobre uma ambiência que possibilita e de certa forma até impõe estratégias de manutenção da relevância do audiovisual televisivo em novas plataformas comunicacionais, intuímos que, entre as diversas operações levadas a efeito pelo maior grupo de mídia brasileiro⁹ para adaptar-se às mudanças ambientais provocadas pela disseminação de softwares e aparatos eletrônicos de compartilhamento de vídeos, estariam aquelas relacionadas aos fenômenos da convergência, remediação e regulação do audiovisual. Assim, estas foram as palavras-chave escolhidas em primeiro lugar como referência para a pesquisa da pesquisa.

De posse destas categorias iniciais, partimos para a busca no catálogo de teses da CAPES/Cnpq¹⁰ no qual lançamos como argumento de busca a palavra televisão, limitando temporalmente a verificação ao intervalo entre 2013-2018.

Este movimento nos permitiu verificar que havia 1014 dissertações de mestrado e 337 teses de doutoramento abordando estes assuntos.

Após, refinamos a busca para os programas de doutorado em “ciências da comunicação”, “comunicação”, “comunicação” e “cultura contemporânea”, “comunicação social”, “direito”, “meios e processos audiovisuais” e programas de pós-graduação em Comunicação e Direito, tendo como resultado trabalhos que exploraram os aspectos

⁹ Segundo dados obtidos na rede mundial de computadores o Grupo Globo é o maior grupo de mídia brasileiro e da América Latina tendo fechado o ano de 2016 com R\$ 15,3 bilhões em faturamento. Informação disponível em: <https://globoir.globo.com/show.aspx?idMateria=bOz0NXkg3cBj1kFF1zqnUA==>, Acesso em: 20 Maio 2021.

¹⁰ Disponível em: <http://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>

conteudísticos da mídia televisiva, bem como aspectos de sua materialidade que não versavam diretamente sobre as categorias e metodologias que se pretendia acionar nesta pesquisa, ou seja, não diziam respeito diretamente à ambiência regulatória, convergência, remediação e arqueologia das mídias.

Dos trabalhos identificados, relacionamos os que seguem abaixo como forma de exemplificar como os programas de doutoramento em ciências da comunicação e direito têm olhado para o audiovisual televisivo e seus movimentos de “migração” para novas plataformas pautadas pelos softwares. Estes são alguns dos exemplos:

ALMEIDA, Melissa Ribeiro de. O Comportamento multitela na TV Social: um estudo das práticas midiáticas em torno de The Voice Brasil e MasterChef Brasil, 16/08/2018 342 f. Doutorado em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, Biblioteca Central do Gragoatá;

LOPES, Ivonete da Silva. Do Projeto à Praxis: A construção da rede pública de televisão sob a liderança da TV Brasil, 25/04/2014, 244 f. Doutorado em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, Biblioteca Central do Gragoatá;

ADORYAN, Adriano. Modelos de Negócios de Televisão, 08/12/2014, 217 f. Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais Instituição de Ensino: Universidade de São Paulo, São Paulo Biblioteca Depositária: ECA/USP;

DINIZ, Angela Maria Carrato. Uma história da TV Pública brasileira, 16/12/2013, 286 f. Doutorado em Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília Biblioteca Depositária: Universidade de Brasília;

ARAUJO, Karla Holanda de. DOCTV: a produção independente na televisão, 24/01/2013, 237 f. Doutorado em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói Biblioteca Depositária: Biblioteca Central do Gragoatá;

TEIXEIRA, Andres Kalikoske. Televisão na América Latina: da indústria cultural à cultura da convergência, 24/03/2014 289 f. Doutorado em Ciências da Comunicação: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo Biblioteca Depositária: Biblioteca Central Unisinos;

TELLAROLI, Tais Marina. TV Digital interativa no Brasil: estudo dos aplicativos interativos Stickercenter e do telejornal MGTV, 19/03/2013, f. Doutorado em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo Biblioteca Depositária: Dr. Jalmar Bowden;

PARMEGGIANI, Brenda dos Santos. Relações entre meios de comunicação: A televisão na era da convergência, 03/08/2018, f. Doutorado em Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília Biblioteca Depositária: bce;

FEITOSA, Deisy Fernanda. A televisão na era da convergência digital das mídias. Uma reflexão sobre a comunicação comunitária, 02/07/2015, 374 f. Doutorado em Ciência da Comunicação, Universidade de São Paulo, São Paulo Biblioteca Depositária: ECA/USP.

No campo do Direito, encontramos o trabalho de Lucas Borges de Carvalho intitulado “O controle público sobre a programação da TV no Brasil: entre a censura, a democracia e a liberdade de expressão”, publicado em 02/03/2015, 357 f. Doutorado em Direito, Universidade de Brasília, Brasília, BCE – UnB.

Após este primeiro movimento, tentamos identificar os trabalhos que estivessem relacionados mais diretamente com a televisão em processo de convergência, dissociação e reassociação, a fim de ampliar a noção sobre como o mundo acadêmico vinha pensando o movimento de resiliência do *broadcast* na ambiência de uma sociedade que, cada vez mais, altera seus modos de ver e receber imagens em movimento e se entrega às lógicas do software.

É preciso destacar que o movimento de pesquisa da pesquisa não perdeu de vista que a linha de investigação à qual nos filiamos no programa de doutorado da UNISINOS identifica a referida ambiência com a noção de tecnocultura audiovisual, dando ênfase aos aspectos relacionados com a comunicação, a memória e o design.

Assim, no programa de doutoramento da Universidade Nacional de Brasília (UNB) destacamos a pesquisa efetuada por Brenda Parmeggianni (2018), que, em resumo, visou estudar as relações entre os meios de comunicação na era da convergência. A proposta daquela pesquisa, assim como a que ora se implementa, era estudar o ecossistema midiático, marcado pela digitalização e pela abundância de meios e dispositivos técnicos, a partir das relações que a televisão estabelece com os demais meios. Partindo de premissas relacionadas ao surgimento de novas tecnologias e a convergência midiática, a pesquisadora descreveu quais as relações os meios estabeleciam entre si, dando especial ênfase às noções de ecologia midiática baseada nas premissas de McLuhan.

Nesse sentido, sua principal contribuição versou sobre a exploração das novas formas de expectativa que surgiam quando as audiovisuais televisivas passavam a ser distribuídas e consumidas pela internet. A fim de analisar essas relações, a autora propôs um modelo teórico metodológico baseado em cinco categorias: conteúdo, técnica/uso, dispositivo, tipo de meio e tempo de utilização.

Destaque-se que a abordagem levada a efeito por Parmeggianni (2018) não desnudou a perspectiva regulatória e suas interações com as eventuais migrações televisivas, com a experiência de segunda tela ou com a caracterização do conceito de *socialTV* por ela explorado. Tal aspecto, que aliás não comparece com esta visada em nenhuma das pesquisas levantadas, demonstra a potência do trabalho que tentamos modestamente desenvolver aqui.

Mesmo que a ideia de ecossistema midiático não fosse absolutamente inovadora, pareceu-nos que as pesquisas do campo da comunicação tinham sonogado ou, no mínimo, deixado de dar ênfase aos atravessamentos entre as lógicas do Direito e das próprias mídias na composição deste ecossistema. A mesma miopia parece não ocorrer quando se enfatiza os aspectos políticos, econômicos e culturais que compõem este conjunto de relações entre os meios que se interpenetram e se modificam reciprocamente, como podemos depreender do exame da pesquisa efetuada por Maria Clara Aquino (2012), a qual muito embora fora do intervalo delimitado para esta pesquisa da pesquisa, apresentou importantes contribuições para a compreensão das categorias que integram o conceito de convergência tensionado no objeto Globoplay.

Aquino (2012), após contextualizar sua pesquisa nas dinâmicas de ampliação da visibilidade de produtos audiovisuais quando da intensificação da oferta e recepção de materiais pela *web*, dedica-se a um amplo levantamento histórico da formação do conceito de convergência, acabando por explorar três categorias que o integram.

Segundo sua concepção, técnica, sociabilidades e cultura são dimensões que compõem o fenômeno da convergência e que não vinham sendo exploradas em conjunto, na medida em que boa parte dos trabalhos que precederam sua exploração limitava-se a análises de casos ou, ainda que com alguma preocupação conceitual mais abrangente, ocupava-se de um dos três aspectos antes mencionados, deixando de promover a integração entre eles.

Interessante notar que a pesquisa levada a efeito entre 2008 e 2012 reconhece a importância do trabalho de Gustavo Fischer (2008) ao citar sua abordagem sobre as materialidades do Globo Vídeos e do Youtube, relevância que também reconhecemos desde o momento inicial de nossa pesquisa na medida que o trabalho do pesquisador/professor da UNISINOS aponta caminhos metodológicos a serem considerados pelas abordagens empiristas dos estudos dos meios que encontram suporte em plataformas de armazenamento e fluxo de dados, como é o caso dos serviços de *streaming*.

Sua visada arqueológica voltada para a investigação dos fenômenos culturais decorrentes do avanço da exploração comercial da internet nos remete à preocupação com as materialidades soterradas como indicativas das durações que nelas comparecem. Como aspecto mais relevante da contribuição de Fischer (2008) para a pesquisa que estamos empreendendo está a possibilidade de encontrar estratégias de análise que podem nos aproximar da identificação dos atravessamentos entre a dimensão regulatória do audiovisual e a dimensão técnica do dispositivo criado pela Rede Globo para manter a relevância de suas produções audiovisuais. Procuramos nos apropriar da metodologia utilizada pelo pesquisador para colocarmos em sobreposição a perspectiva regulatória do audiovisual e as materialidades da

interface do Globoplay, a fim de identificarmos as características de fenômenos que compreendemos como convergência normativa do audiovisual.

Daniel Fonseca Ximenes Ponte (2017), por seu turno, após caracterizar a cena das migrações de audiência experimentadas na primeira década dos anos 2000, percorreu em seu trabalho, com substrato na economia política da comunicação, sobre as bases fundantes do modelo de regulação social conhecido como fordismo, originado numa conjuntura de crises cíclicas do capitalismo na virada do século XIX e XX e passou a descrever de que forma os meios de comunicação foram determinantes para a sustentação do modelo conhecido como ‘Americanismo’. Depois, para entender a evolução do mercado de comunicações e da econômica geral no Brasil, articulou algumas formulações centrais sobre a industrialização brasileira, promovendo uma aproximação epistemológica entre os campos da economia e da comunicação. Sua tese intitulada “A televisão além do alcance: táticas e estratégias da Rede Globo diante dos limites do modelo de negócios da TV aberta comercial no Brasil” insere-se marcadamente nos aspectos socioeconômicos da cadeia produtiva do audiovisual, servindo de referência para a compreensão dos aspectos inconvenientes da convergência do audiovisual para plataformas digitais e interativas, mas ainda assim, deixou vácuo a respeito dos aspectos jurídicos e decisórios que compõem esta ambiência, perspectiva que, como já destacado, nos motiva nesta pesquisa.

Nossa aposta é que o Direito pretende corrigir os inconvenientes trazidos pela alteração do modelo de negócios da televisão, porém, sempre encontra dificuldades já que, por mais que se possa ser desejável certa previsibilidade de comportamentos, a estabilização das relações econômicas e sociais no mundo real nem sempre é factível, ainda mais se levarmos em conta o caráter dinâmico da evolução tecnológica e a vinculação das relações humanas cada vez maior às tecnologias que permitem a ampliação dos sentidos do homem. A norma jurídica, portanto, mesmo devendo ser o parâmetro para a solução de disputas, mesmo tendo como fim a estabilização destas expectativas, pode ser abandonada, quando da tomada de decisão por seus aplicadores.

Surgiu daí a exploração de uma extensão do conceito de convergência atrelada às formas jurídicas, que se pretende chamar de convergência normativa do audiovisual e investigar no presente trabalho, eis que não comparece em toda a sua potencialidade em nenhum dos trabalhos levantados.

Especificamente sobre a ideia de resiliência do audiovisual televisivo, é preciso inicialmente reconhecer que, no debate sobre um possível fim da televisão, muitos autores declaram também a morte da radiodifusão com o crescimento das ofertas via *streaming* e outras tecnologias, como o TiVo (que permite gravar conteúdos) e as *setup boxes* (que permitem assistir ao programa televisivo até sete dias após sua transmissão original).

PONTE (2017) nos leva a concluir que o que se verifica, entretanto, não é o fim do *broadcasting*, mas a extensão de algumas de suas lógicas e produtos para outras plataformas, que, inicialmente apresentavam comportamento diverso. Tome-se, por exemplo, o fato de que paulatinamente se inserem nos produtos que são distribuídos pela rede mundial de computadores ou por dispositivos de *streaming* peças publicitárias, que também circulam pela TV aberta.

Outra característica que tem sido estudada pelo campo da comunicação, que revela estas intensas relações entre TV e internet, são os comentários em sites de redes sociais sobre os conteúdos televisivos durante a “fruição”. Uma espécie de reforço da transmissão tradicional, abordada por Maria Clara Aquino (2012), no contexto do que se tem chamado de *social TV*.

Por fim, dentro deste esforço de identificação do estágio da pesquisa em comunicação a respeito dos conceitos que comparecem nas investigações das interações entre o Globoplay e a regulação do audiovisual, devemos citar o trabalho de Helena Martins do Rêgo Barreto, intitulado: “O mercado de comunicações brasileiro no contexto da convergência: análise das estratégias da América Móvil e do Grupo Globo, da UNB em 2018, onde a autora buscou compreender o mercado das comunicações no Brasil, tendo em vista sua inserção nas relações sociais capitalistas e as mudanças que atingem a dinâmica específica do setor, com destaque para a convergência audiovisual-telecomunicações-informática.

A pesquisa situou o problema da convergência no contexto da reestruturação capitalista em curso desde a década de 1970, a qual esteve relacionada às mudanças políticas, econômicas, tecnológicas e culturais necessárias para viabilizar a continuidade da acumulação de capital, apesar das intensas contradições do sistema, e que perfizeram uma formação social historicamente singular: a sociedade neoliberal.

Para perceber as particularidades desse processo no campo das comunicações, a autora apresentou os integrantes do modo de regulação setorial (ambiente político-institucional; trajetórias tecnológicas; situação da concorrência; modelo dominante de programação ou serviço e modelo de financiamento) os quais são uteis para a composição de uma visão abrangente sobre as dimensões sociopolítica, técnica e econômica, às quais também nos referimos no presente trabalho, para uma melhor identificação das motivações que permitiram a definição do programa normativo da TV aberta e da TV segmentada e que as limitam, enquanto apostamos na hipótese de desregulação da ambiência da *web* e sua relação com o desenvolvimento intenso das experiências com dispositivos de *streaming*.

Com visada semelhante, não se pode deixar de citar o trabalho de Andres Kalikosque Teixeira, “Televisão na América Latina: da indústria cultural à cultura de convergência”, concluído em 2014, no qual o autor abordou o tema da convergência sob o enfoque da economia

política da comunicação, tentando reconstituir a trajetória da TV na América Latina sob o viés de suas relações com o poder político local.

Por fim, utilizando como argumento de pesquisa a palavra remediação (ou remediação) foi possível verificar uma tese em linguística aplicada pelo programa de doutorado da Universidade Estadual de Campinas, de autoria de Ana Flora Schindwein, com o título: “*You tell stories, we click on them: ciberliteratura(s) e novas experiências na criação de histórias*”. Neste trabalho, a autora revisa noções que podem ser úteis para abordarmos esses processos de reconfiguração (tanto das linguagens, quanto dos leitores), como a de ciberliteratura (HAYLES, 2009), de hibridização proposta por Santaella (2003; 2007), de remediação, na linha delineada por Bolter e Grusin (2000) e de narrativa transmídia, desenvolvida por Jenkins (2008). Segundo o resumo da própria pesquisa encontrado na plataforma sucupira:

“os conceitos acima mencionados foram trabalhados através da análise do projeto *We tell stories* da filial britânica da editora Penguin que, visando à promoção de seus autores e de obras impressas de seu catálogo, concebeu uma proposta inovadora: usar diferentes tipos de mídias e plataformas para contar histórias que incluíssem diversos níveis de interação com o leitor (em algumas dessas histórias o leitor tinha o poder de mudar a sequência de eventos).”

Destarte, podemos concluir com esse esforço de pesquisa da pesquisa que tanto o fenômeno da convergência, como o da remediação não foram explorados no campo da comunicação sob o ângulo que interrelaciona as dimensões socioeconômica, técnica e cultural com a dimensão jurídica que também integra a ambiência que dá suporte à produção e à distribuição de produtos audiovisuais, daí podermos acreditar na potencialidade deste trabalho no tensionamento do conceito de convergência normativa e também na exploração das noções sobre remediação da TV em dispositivos de *streaming*, especialmente quanto à análise de como a interface do aplicativo pode ser considerada uma janela para as lógicas da empresa e um espelho da ambiência que cerca as mudanças no audiovisual brasileiro neste momento em que está evidente a multiplicação da oferta de conteúdo desta natureza através de protocolos de computador e aplicativos de produtores e programadores nacionais ou estrangeiros.

1.2.2 Problema de pesquisa, objeto e objetivos

Tomando como eixo as categorias da convergência normativa e da remediação nas suas diversas formas de comparecimento nas materialidades dos dispositivos de distribuição de produtos audiovisuais contemporâneos, o problema sobre o qual nos debruçamos nas suas primeiras formulações tangenciava a seguinte pergunta: _ Como as tensões que comparecem na configuração do marco regulatório do audiovisual brasileiro atravessam as lógicas operativas do dispositivo de *streaming* que remedia a TV Globo?

Esta formulação estava adaptada à primeira proposição do título da pesquisa que nos acompanhou até o seminário de tese: A ordenação do audiovisual no Brasil no século XXI: um olhar sobre o Globoplay e as irritações entre Direito e Comunicação.

Nossas apostas desde aquele momento já consistiam nas seguintes assertivas:

- a) As decisões de agências reguladoras sobre o audiovisual indicam um caminho de possibilidades de coligações que acaba sendo superado pela ruptura histórica, permitindo que o *broadcast* (cujo maior polo produtor no Brasil é a TV Globo) oriente um processo relativamente longo que culmina na criação de plataformas de *streaming*;
- b) Esta migração de conteúdo do *broadcast* para o *streaming* passou por um movimento financeiramente desastroso de distribuição relacionado com a TV a Cabo, que, por sua vez, determinou a aproximação do maior centro produtor de audiovisual brasileiro com um relevante ator na área de telecomunicações. Estudar as características deste movimento permitiria a composição de uma arqueologia do *streaming* nacional e da constituição histórica de um objeto concomitantemente com a sua própria materialização;
- c) A constituição do Globoplay não prescindiria das relações de poder que já foram exercitadas em momentos pregressos, podendo-se falar na ideia de resiliência da TV aberta não somente pela aparente dispersão de seus produtos para dispositivos dependentes do fluxo de dados, mas também pela necessidade de conformação do programa normativo nos moldes necessários ao desenvolvimento destas novas estratégias de distribuição de audiovisual;
- d) O excesso de normas regendo o audiovisual televisivo (*broadcast* e TV segmentada) incentivaria a migração de produtos para novas mídias, porém, mesmo as normas projetadas e ainda não publicadas repercutiriam nas materialidades desses novos formatos de distribuição, fazendo-nos refletir sobre o significado do conceito de convergência normativa. Nesse sentido, de uma confusão de quadros normativos relacionados à cada tecnologia já existente, passaríamos para uma tentativa de unidade normativa. Mas como o tempo das normas não seria idêntico ao tempo dos fatos, seria imperativa a adoção de estratégias para superação das amarras impeditivas deste movimento de transformação.

Assim, o problema de pesquisa consistiu em proceder a uma análise sobre as diversas dimensões que compõem no audiovisual do *streaming*, porém, com ênfase no aspecto regulatório, identificando as interrelações entre a camada visível deste audiovisual (a interface dos dispositivos) e as normas e decisões jurídicas existentes ou potenciais.

A estratégia de fazer um levantamento o mais rigoroso possível das normas e decisões que se relacionaram com a constituição do objeto que elegemos para observação se dá então com a preocupação de ressaltar as eventuais repercussões do quadro normativo neste mesmo objeto.

Deve-se ressaltar, entretanto, que este relatório não apresentará todos os materiais estudados, mas apenas aqueles que julgamos guardar relação mais ou menos direta com o propósito de montar um quadro que se aproxima do fenômeno, deixando para outro momento a análise de algumas linhas de fuga que também puderam ser identificadas como por exemplo, questões relativas à tributação, à proteção de dados dos usuários e à distribuição de recursos captados por força das incidências tributárias ligadas ao setor audiovisual.

Porém, para além disso, o trabalho de pesquisa se preocupou em identificar como os atores envolvidos nestas dinâmicas de alguma forma intervém na conformação das “molduras normativas”, até mesmo levando ao reconhecimento de sua não aplicação, contrariando perspectivas que poderiam ser assumidas como certas diante de tendências anteriores.

Para entender estas dinâmicas reconhecemos a necessidade de convocar as lições de Walter Benjamin (2012) sobre materialismo histórico, as quais, conforme será explicitado mais adiante, nos levam à percepção de que a investigação sobre a constituição de um objeto não prescinde da consideração de fatos que não foram encampados pelos discursos oficiais e, ainda, da consciência de que as trajetórias que marcam esta constituição podem ser permeadas por idas e vindas, por sucessos e fracassos efêmeros, não se traduzindo num percurso linear sempre direcionado a um futuro mais perfeito.

Destarte, após o processo de qualificação da pesquisa, percebemos que o problema em torno do qual nos debruçamos pode ser mais precisamente enunciado sob a seguinte pergunta:

_ Como as tensões que comparecem na configuração do marco regulatório do audiovisual brasileiro se atualizam na plataforma de streaming do Grupo Globo?

A reformulação da pergunta eixo do problema, embora possa parecer singela, tenta dar a ver nossa preocupação em comunicar adequadamente que desenvolvemos uma observação filiada à intuição como método sugerida pelo filósofo Henri Bergson (2010), na leitura feita por Deleuze (2004), que nos autoriza reconhecer que os aspectos materiais de um objeto são relevantes para sua compreensão, mas que esta compreensão também faz parte de um processo que se altera permanentemente, segundo a subjetividade do pesquisador:

“um objeto pode ser dividido de uma infinidade de maneiras: ora, mesmo antes de tais divisões serem efetuadas, elas são apreendidas pelo pensamento como possíveis, sem que nada mude no aspecto total do objeto. Portanto, elas já são visíveis na imagem do objeto: mesmo que não realizadas (simplesmente possíveis), tais divisões são atualmente percebidas, pelo mesmo de direito. Esta percepção atual, e não somente virtual, de subdivisões no indiviso é precisamente o que chamamos de objetividade.” (DELEUZE, 2004, p. 30)

A escolha de determinadas dimensões do audiovisual como porta de entrada para análise e compreensão de alguns dos fenômenos que nos atormentam parte então do reconhecimento de que “a matéria não tem nem virtualidade nem potência oculta, pelo que podemos identificá-la com a ‘imagem’; sem dúvida pode haver mais na matéria do que a imagem que dela fazemos, mas não pode haver nela outra coisa, algo de natureza distinta”. (DELEUZE, 2004, p. 30)

Nosso objeto empírico (Globoplay) e nosso objeto de conhecimento (audiovisual por *streaming*) permitem-nos o reconhecimento destas diversas dimensões que foram exploradas tentativamente na pesquisa. As tensões jurídicas compareceram sob o enfoque da multiplicidade que elas são e que se atualizam nas plataformas de *streaming* mudando sempre sua identidade. Ainda segundo Deleuze (2004) “a atualização se faz por diferenciação, por linhas divergentes, e cria pelo seu movimento próprio outras tantas diferenças de natureza”.

Pretendemos, assim, entender como se dá a construção e incidência da dimensão jurídica no contexto do fenômeno da convergência das imagens televisivas para dispositivos de *streaming* no Brasil e, para tanto, nos pareceu necessário:

- 1) Produzir uma arqueologia do serviço de *streaming* da Rede Globo, identificando as diversas temporalidades que nele comparecem, tomando como referencial uma das categorias da ideia de convergência que se encontra no plano normativo/regulador;
- 2) Analisar a trajetória que vem permitindo a resiliência do audiovisual televisivo em novas plataformas, através da dispersão das suas imagens para múltiplos dispositivos;
- 3) Examinar as decisões jurídicas importantes para possibilitar esta expansão das imagens da TV, levando em conta que a resiliência do *broadcast* se dá em meio às tensões do campo jurídico e às disputas que as agências reguladoras ANATEL e ANCINE tentam dirimir sob a ingerência dos diversos atores do seguimento;
- 4) Identificar nuances nos marcos normativos do audiovisual brasileiro que podem gerar tensões visíveis nas materialidades do Globoplay enquanto dispositivo de *streaming*, revisitando a trajetória pregressa e analisando os textos normativos em construção;
- 5) Identificar as tensões existentes entre o cenário político-econômico e o cenário jurídico do audiovisual brasileiro, como forma de dar a ver as estratégias que o *broadcast* assume para manter sua relevância.
- 6) Explorar as potencialidades da convergência normativa, examinando seus reflexos nas materialidades do Globoplay.

1.2.3 Corpus

Com já se pode perceber, o corpus desta pesquisa é bifronte.

De um lado temos o próprio dispositivo Globoplay, cujas características, lógicas e estratégias de funcionamento foram examinadas a partir da metodologia das molduras e da dissecação da interface de seu aplicativo. De outro lado, comparecem as decisões das agências reguladoras das telecomunicações e do audiovisual no intervalo entre 2012 e 2020, pois nele estão as mais significativas tentativas da TV Globo para se adaptar ao ambiente onde o fluxo de dados torna-se estruturante de modelos de negócio na indústria cultural.

O Globoplay é nossa figura, enquanto os aspectos jurídicos que possibilitaram à rede Globo promover sua incursão no audiovisual distribuído através de protocolos de computação são considerados como fundo. Vale lembrar que esse fundo carrega consigo um conjunto de relações de poder, nem sempre perceptíveis intuitivamente, que influenciam as materialidades visíveis no objeto.

Como ponto de partida analisamos as principais contribuições das decisões tomadas pela ANATEL em 2012 sobre a associação entre Grupo Globo e Telmex na constituição do quadro societário da Net Serviços. O movimento de associação entre as duas empresas na produção, empacotamento e distribuição de audiovisual revelou, ao nosso ver, exemplo fértil de convergência tecnológica, que figurou como precedente importante para a constituição de uma plataforma de *streaming*, já que além de ter permitido o equacionamento de problemas financeiros que vinham sendo experimentados pelo grupo de mídia nacional, representou a primeira decisão aplicando¹¹ o novo marco normativo da TV segmentada a empresas em funcionamento no Brasil. Já as decisões nos casos Claro S.A./Fox+ e AT&T/Warner Media representaram derrota das normas extraídas da referida lei, consumando o vácuo normativo que catalisa tendências de “imitação do excesso” existente no cenário internacional.

De outro lado, executamos um esforço de análise da própria materialidade do Globoplay, através da dissecação de sua interface em busca de rastros da intersecção entre o programa normativo preexistente e as práticas do dispositivo de *streaming*.

A sociedade midiaticizada produz um ambiente no qual as tecnologias digitais proliferam mais rápido do que nossas instituições culturais, legais ou educacionais podem acompanhar (Bolter e Grusin, 2000). Como afirmam os autores (2000, p.5), estamos numa quadra histórica que permite, de uma forma pouco usual, verificar a remediação resultante do rápido desenvolvimento das novas mídias e das quase tão rápidas respostas advindas das mídias tradicionais.

As velhas mídias eletrônicas e impressas estão perseguindo a reafirmação (ou manutenção) do seu *status* no mesmo instante que são desafiadas, através de estratégias de imediação e hipermediação que permitem que umas constantemente refaçam as outras. A busca

¹¹ Aplicação *sui generis*, eis que, na verdade, os órgãos decisores reduziram o espaço de intervenção do marco normativo no ambiente sobre o qual as leis deveriam incidir.

de evidências deste fenômeno é mais profícua quando efetuada a partir das análises das próprias materialidades midiáticas.

Considerando que ainda não existe uma regulação específica para os serviços de *streaming*, a interface do Globoplay foi analisada tomando como referência a proposta de regulação sugerida pela ANCINE através dos documentos mencionados no capítulo 4 deste trabalho, dos marcos regulatórios da TV aberta e dos serviços de acesso condicionado e dos projetos de lei que tramitam no Senado e da Câmara de Deputados.

A observação desses dois flancos objetivou verificar como as dimensões constitutivas do audiovisual se articulam umas às outras, deixando rastros na interface do Globoplay e fazendo emergir as facetas da convergência normativa.

1.3 ORGANIZAÇÃO DA TESE

O presente relatório de pesquisa se estruturou em seis capítulos.

Após a apresentação do tema, problema, objeto e objetivos da pesquisa, partiu-se para a discussão sobre a perspectiva arqueológica que adotamos para observação da trajetória dos audiovisual televisivo do Grupo Globo.

Em linhas gerais, no capítulo seguinte tentamos nos apropriar da noção benjaminiana sobre o materialismo histórico com a intenção de destacar a ideia de que o desenvolvimento das mídias no decorrer do tempo não se dá de forma linear, pois os consensos sobre a maneira com a qual elas se organizam são momentâneos, nem sempre provocando relações de causa e consequência inevitáveis. Deste capítulo se destaca a visão de que o tempo cronológico prestigia a repetição, a reprodutibilidade de padrões, muito comuns quando se deseja enfatizar a estabilidade e a segurança típicas do ambiente jurídico. Porém esta perspectiva está sempre em diálogo com o ambiente, este mais afeito ao tempo kairológico, ou seja, às janelas de oportunidades nunca tão previsíveis.

Ainda no capítulo segundo, articulamos a arqueologia do saber com a arqueologia das mídias, já que a visão de Michael Foucault (1992) sobre as tênues relações internas ao poder estatal torna mais compreensíveis as acomodações realizadas na ambiência regulatória em decorrência de movimentos de associação e dissociação de empresas relacionadas ao setor da indústria cultural.

No capítulo terceiro, procuramos esmiuçar o panorama político econômico do audiovisual brasileiro no período que precedeu a explosão dos serviços de *streaming* mundo afora, com vistas a compreender o ecossistema que dá suporte às operações de remediação e convergência e aos múltiplos arranjos do audiovisual da TV aberta, da TV segmentada e dos serviços de *streaming*.

No capítulo quarto, mapeamos as dimensões que julgamos relevantes na constituição do *streaming* no Brasil, com a finalidade de visualizar as relações rizomáticas entre tecnologias, trocas e decisões legislativas e executivas, para que, no capítulo seguinte, fosse possível partir para o exame da própria interface do serviço do Grupo Globo, com a identificação e mapeamento das molduras que territorializam as tensões jurídicas que estão pujantes na constituição do marco regulatório do audiovisual brasileiro. Neste tópico expusemos nossa apropriação metodológica sobre a “teoria das molduras” criada por Suzana Kilpp (2002) e examinamos como essas tensões são atualizadas na plataforma Globoplay.

Nas considerações finais sintetizamos as categorias de convergência normativa identificadas na pesquisa e expusemos nossa compreensão sobre como o serviço de distribuição de produtos audiovisuais do Grupo Globo está se constituindo nesse momento não necessariamente como algo novo e mais perfeito, mas como um verdadeiro repositório de memórias da Rede Globo de Televisão. Kairós (ruptura/oportunidade) e Cronos (repetição/continuidade) disputam espaço no interior do Globoplay.

2 ARQUEOLOGIA E APROPRIAÇÃO DA HISTÓRIA DO AUDIOVISUAL BRASILEIRO

2.1 WALTER BENJAMIN E A COMPREENSÃO SOBRE HISTÓRIA

Antes de adentrar a investigação do objeto tomado como empírico para o tensionamento de nossa questão problema, é necessário expor a partir de qual visada encaramos os estudos destinados à explicitação da genealogia das mídias, especialmente quando reconhecemos a existência de irritações na zona de contato entre o Direito e a Comunicação.

Acreditamos que a filosofia de Walter Benjamin (2012) tem profunda conexão com os estudos das audiovisualidades em razão de sua escrita não se ater a conceitos, como era comum a outros filósofos de sua época, mas circundar imagens cheias de história e, por isso, a convocamos para problematizar as peculiaridades que caracterizam o tempo do direito e do tempo dos media.

A especificidade do pensamento Benjaminiano se articula através de alegorias, imagens arcaicas, imagens de desejo, fantasmagorias, imagens oníricas, imagens de pensamento e imagens dialéticas, o que torna as ideias do autor tedesco interessantes para as tentativas de descortinar objetos que se relacionam com as expressões artísticas (fotografia, cinema, televisão e outras expressões culturais relacionadas com as imagens estáticas ou em movimento). Embora não estejamos desenvolvendo uma investigação puramente a respeito das estéticas que podem ser reveladas nos serviços de distribuição de produtos audiovisuais na internet ao longo de certo interregno, acreditamos que a noção benjaminiana sobre o materialismo histórico é útil aqui, na medida em que ele apostou nas discontinuidades como vetores de revelação de indícios importantes dos acontecimentos no desenrolar do tempo e, portanto, das dimensões constitutivas de um objeto.

Benjamin criticava argutamente a historiografia progressista e a historiografia burguesa. Sua crítica contra a primeira se dirigia principalmente à falsa postura de isenção e indiferença. Já quanto à segunda, a desconfiança do autor orbitava o fato de ela ensejar certo determinismo quanto à noção de que o futuro seria sempre mais perfeito do que as experiências passadas, eis que o tempo transcorreria, nesta perspectiva, de forma linear, numa espécie de ordem de causação infinita. Para o autor, esta angulação revelava uma historiografia forjada nas narrativas provenientes dos “vencedores”, ou seja, os detentores do poder político e econômico. Entretanto, a verdadeira imagem de tempo não seria uma moldura a ser classificada como linear, progressiva, tendo em vista que é construída a partir de imagens dialéticas das figuras e elementos históricos não negligenciáveis e passíveis de serem positivados, segundo a tese da apocatástase histórica. A imagem de tempo constituiria as próprias imagens dialéticas, as

imagens oníricas e as alegorias que ela irrompe, sendo possível perceber na historiografia materialista proposta por Benjamin o germe da perspectiva arqueológica que pretendemos utilizar para tensionar os objetos de conhecimento que estão inseridos no processo de constituição de nosso observável.

É oportuno destacar que o filósofo alemão não se preocupava com as narrativas causalistas a respeito da história, ele buscava a verdade nas rupturas, nos movimentos revolucionários, nas narrativas dos vencidos, a partir das quais se podia aproximar de novas perspectivas e da verdadeira experiência.

Segundo Jeanne Marie Gagnebin:

“... A crítica de Benjamin não diz simplesmente respeito à ideologia do progresso da social-democracia, nem somente da erudição cansativa, pretensamente desinteressada do historicismo; por trás dessas duas escritas aparentemente contraditórias da história, Benjamin via a mesma concepção de tempo homogêneo e vazio, esse tempo indiferente e infinito que corre sempre igual a si mesmo que passa engolfando o sofrimento, o horror, mas também o êxtase e a felicidade. A historiografia que se baseia nesta concepção trivial do tempo como cronologia linear opera com dois princípios narrativos complementares: o primeiro, um conceito totalmente embotado de causalidade histórica, como se a sucessão cronológica fosse sinônimo de uma relação substancial de necessidade histórica: o historicismo contenta-se em estabelecer um nexos causal entre diversos momentos da história, mas nenhum fato por ser causa já é, só por isso, um fato histórico.” (1994, p. 96-97)

Como se vê, Walter Benjamin caracteriza o modo central da sociedade de sua época como o movimento de repetição mítica e, ao descrever tal fenômeno, não se limita à estética da mercadoria, mas a uma relação imediata e intrínseca entre a *nouveauté* (novidade) e o igual (o mesmo), na medida que a mercadoria funda uma forma onírica, delirante da satisfação do desejo. Esta forma onírica configuraria a superestrutura, a cultura da sociedade capitalista, como expressão da economia como arcaísmo mítico que, dando forma ao conjunto da experiência social, se apresenta sob forma de “eterno retorno do mesmo”.

A obra de Benjamin utiliza-se de uma alegoria para representar essa relação entre o homem e o tempo na modernidade. Tal alegoria intensifica uma angulação sobre as relações de trabalho e o esvaziamento da experiência como forma de apreensão da tradição. Trata-se da alegoria do satânico, de modo que a vida cotidiana do homem seria um produto de um mecanismo artificial, regido no seu interior pelo Diabo. O inferno se torna, então, a alegoria da modernidade. (LORENZETTO, 2009)

Apresenta-se um “universo ‘condenado às penas do inferno’, submetido ao *Immergleichen*¹² da indústria, da maquinaria, da mercadoria, da moda, do *Chokerlebnis*¹³, que reduz os homens à condição de autômatos desprovidos de memória e de *Erfahrung*¹⁴...”

¹² Tradução nossa: “sempre o mesmo”

¹³ Trad. Nossa: “vivência de choque”

¹⁴ Em algumas traduções este termo é significado como experiência, a fim de se estabelecer uma diferenciação com a expressão *Erlebnis*, que poderia ser traduzida como vivência. (LÖWY, 1990)

(LÖWY, 1990), compatível com os discursos capitalistas que, em busca da comercialização incessante de novos produtos e novos serviços, querem fazer crer aos usuários a existência de uma trajetória contínua rumo ao mais perfeito, ao avanço das tecnologias, à superioridade do novo em relação ao velho, opacando evidências de que a obsolescência dos seus produtos já é algo previamente mensurado e programado.

Na visão de Jeanne Marie Gagnebin (1994, p.52) essa alegoria do inferno também pode ser apropriada para pensar o tempo na contemporaneidade.

A constante repetição inserida no cotidiano, na medida em que o humano é reduzido a marionete conduzida pelas mãos dos detentores dos meios de produção seria, então, responsável pela perda da experiência, pela redução do tempo da vida em favor do tempo do trabalho no qual a máquina não estaria a serviço do homem, mas sim o homem a serviço das máquinas e da grande máquina que seria o sistema produtivo capitalista.

A alegoria Benjaminiana sobre o tempo do inferno nos remete à constatação de que a tecnocultura de alguma forma se alimenta desta fonte de constantes repetições e do vazio existencial que determina a busca incessante de inovações tecnológicas, cujo sentido não se encontra nelas mesmas ou na sua necessidade, mas é construído pelas enunciações culturais que podem se colocar a serviço de grupos econômicos e políticos, cuja atuação conforma e é conformada pelo Direito.

Esta compreensão de história nos é útil nesta pesquisa como articulação que nos move na busca de eventos que não são praticados com um fim específico, mas que podem guardar relações com o presente e, mesmo sem o manifestar expressamente, repercutir nas tendências do audiovisual mais adiante.

Em outras palavras, algumas das situações que analisamos reconfiguram o que se esperava no passado, trazendo à tona temas que sempre estiveram presentes na dimensão jurídica do audiovisual, ora para superá-los, ora para recuperá-los. O tempo do Direito, normalmente mais lento e previsível, já que pautado na busca de segurança e estabilidade, confronta-se com o tempo dos media, acelerado pelas inovações tecnológicas permitidas pela sociedade organizada em torno de redes informacionais, quase sempre aberto às experimentações.

Percebe-se que em dado momento se esperava que certos consensos pudessem ser duradouros e que promovessem estabilização das expectativas dos atores envolvidos na indústria audiovisual brasileira, mas o que se vê, pelo menos até agora, é que as tensões econômicas e jurídicas do audiovisual são virtuais que sempre se atualizam.

Como veremos mais a frente, o atual quadro de desenvolvimento dos serviços de *streaming* no Brasil e, especialmente do objeto empírico desta pesquisa, não é resultado de uma sucessão concatenada e preconcebida de eventos, já que por mais que se pudesse antever alguns

movimentos de migração de imagens do espectro televisivo para as interfaces dos computadores, não se pode dizer que o que temos hoje foi resultado de um programa previamente estruturado e levado a efeito através de uma sequência de eventos com relação precisa de causalidade. O imponderável também esteve e está presente, promovendo o abandono de certas iniciativas e investimento em outras.

Nesse sentido, é possível perceber que a “trajetória” da rede Globo ao longo de sua existência pautou-se na tentativa de manter sua relevância como polo produtor hegemônico do audiovisual brasileiro, porém, as dinâmicas proporcionadas pelas injunções do cenário internacional da indústria cultural resultantes em grande medida da formação de redes informacionais (CASTELLS, 1999) provocaram reflexos no mercado brasileiro, culminando com a adoção de estratégias normativas, decisórias, econômicas e tecnológicas para a manutenção desta condição de proeminência, que podem ser mais bem descortinadas com uma visada arqueológica que leva em conta as várias “camadas” que compõem a estrutura que permite a circulação da produção audiovisual neste cenário contemporâneo em que a utilização de plataformas de *streaming* se estabelece como tendência.

2.2 ARQUEOLOGIA E GENEALOGIA: DESCONTINUIDADE HISTÓRICA E RELAÇÕES DE PODER

2.2.1 Resquícios arqueológicos sob a perspectiva Benjaminiana

Como apontado na seção anterior, observa-se na modernidade enunciada por Benjamin (2017) a desvalorização dos objetos em busca do sempre novo e essa reificação da realidade se estende para as relações interpessoais, resultando na transformação dos seres humanos¹⁵ em algo passível de apropriação mercadológica.

O tempo da vida humana passa a ser coisa dentro do comércio equiparável a qualquer mercadoria, sendo este um importante traço das relações entre o tempo do trabalho e o tempo da vida na quadra histórica na qual o autor antes mencionado produziu suas obras.¹⁶

A tendência à reprodução e à repetição de modelos passa a ser marca de um tempo no qual a vida perde em intensidade para ganhar em regularidade e previsibilidade ou, ao menos, uma promessa de tal “segurança”.

¹⁵ Quero aqui me referir especificamente a um dos aspectos do humano que é o seu tempo de atenção, de lazer ou de gozo e não à sua força de trabalho, já que um dos fenômenos que parece motivar as migrações do audiovisual que serão explicitadas mais à frente se relaciona às mudanças dos hábitos de audiência.

¹⁶ Tal condição de exploração do tempo do homem pode também ser verificada nas diversas formas de suporte audiovisual e suas relações com o espectador, cujo tempo de atenção é também precificado.

Em seu ensaio sobre o conceito de história, Benjamin (2012) coloca em confronto duas concepções de tempo. Aquela que metaforicamente equivale a um recipiente vazio no qual os fatos e eventos da vida comunitária simplesmente vão sendo depositados, sem qualquer reflexão, apenas numa ordem eterna de causalidades e na qual prevalece o critério quantitativo (tempo cronológico) e outra que comparece com viés qualitativo pleno de oportunidades, pautada na descontinuidade e onde um acontecimento não necessariamente pode ser considerado como causa de outro mais perfeito que o sucede, mas sim como experiência vívida que coalesce nos fatos presentes (tempo kairológico).

Nesse contexto, a distinção entre tempo cronológico e tempo kairológico¹⁷ encontrada em Benjamin parece fértil para a compreensão das maneiras com as quais as audiovisualidades vêm se atualizando no Brasil na contemporaneidade, especialmente se levarmos em conta suas relações com os aspectos regulatórios.

É que, ao menos pelo que conseguimos intuir após nossa investigação, o audiovisual televisivo brasileiro (que se atualiza em diversas materialidades e não apenas no aparato televisão) parece aproveitar-se de momentos de vácuo normativo para promover seus “saltos de tigre” do passado para o presente.

Na nossa perspectiva, a constante repetição criticada e reconhecida por Benjamin como marca da modernidade, estaria ainda presente não só na necessidade (talvez enganosa) de frequentes modificações na técnica, mas também nas limitações causadas pelo quadro normativo que imporia certa uniformização de condutas e procedimentos como forma de promover igualdade de condições de competição.

Assim, as lacunas deixadas por este programa normativo das quais se aproveitariam as novas mídias para o estabelecimento de suas bases organizacionais, poderiam ser consideradas como plenitude de oportunidades, que Benjamin sugeria ser, à sua época, os momentos de revolução. Enquanto o Direito (no seu aspecto regulatório) não lança seus tentáculos sobre determinado dispositivo comunicacional com vista a conformá-lo, a reduzir suas complexidades, a impor repetição, ele (o dispositivo) se desenvolve ao extremo. Em contrapartida este desenvolvimento tecnoestético concebe, por sua vez, condições imprevistas (exceções implícitas) às regras já postas, ocasionando uma abertura interpretativa sempre permeável à ação dos próprios atores do segmento.

Obviamente, o fechamento destas lacunas através de novas previsões normativas estabilizadoras para onde convergem certos interesses, tende a promover uma marcha de

¹⁷ Para a filosofia grega, kairós simbolizava a ideia de tempo momentâneo, uma oportunidade ou um período específico para a realização de determinada atividade. Kairós não era entendido como um tempo cronológico, mas sim como um momento no presente ideal para algo. Já o conceito de cronos estava relacionado com a ideia de tempo cronológico e físico, como as horas, os minutos, os dias etc. Para a igreja cristã, os termos kairós e cronos são antagônicos no sentido de um significar o "tempo de Deus" (kairós) e o outro o "tempo dos humanos" (cronos).

retração nas iniciativas de inovação, mas nunca a ponto de evitar estratégias de acomodação e atualização à nova ambiência, acionando a ideia de reversão contida na téttrade McLuhaniana.

Mais uma vez o que interessaria nesta forma de pensar, nos mesmos termos propostos por Benjamin (2012), seria uma concepção qualitativa do tempo, fundada sobre a descontinuidade do tempo histórico, na qual o presente representaria a oportunidade de renovação do passado, porém, sem qualquer determinismo.

Conforme concebia Benjamin em sua crítica à historiografia clássica progressista (concepção de história em voga da República de Weimar – social-democracia) e à historiografia burguesa adaptada ao fascismo, a história não seguiria um fluxo constante de inovações tendentes a nos remeter a um progresso inevitável. Em verdade, somente se nos apropriássemos exclusivamente das narrativas dos vencedores e das classes dominantes é que este modo de ver, um tanto quanto míope, se faria prevalecer.

Acreditamos que, em razão de sua origem judaica e do momento no qual Benjamin escreveu suas obras sobre o conceito de história, ele teria como tendência natural opor-se a essa perspectiva progressista, ingênua e de certa forma otimista, optando por aquilo que ele mesmo nominou como papel historiador materialista, o qual deveria “escovar a história a contrapelo”.

Nesse tipo de concepção da história o investigador não se ocuparia das narrativas vencedoras, mas sim daquilo que teria permanecido esquecido, apagado ou silenciado. Daquilo que os escritores renomados teriam deixado passar despercebido propositalmente. Daquilo que o discurso oficial ocultou com a finalidade de normalizar o corpo social sob o domínio de relações de poder que não querem nada menos que permanecer incidindo sobre os próprios indivíduos de forma insidiosa.

Veja-se que na opinião de Benjamin, as duas teorias sobre história antes mencionadas falham, fundamentalmente, por se apoiarem numa concepção de tempo homogêneo, vazio, mecânico (tal como o movimento do relógio), esse tempo linear que remeteria a ideia de progresso da humanidade, que seria contraposto pela atividade investigativa do verdadeiro historiador materialista, o qual teria como missão “buscar no passado germes de uma nova história”, uma história que levasse em consideração os sofrimentos acumulados (documentos de barbárie), dando um novo impulso às esperanças solapadas e inaugurasse outro conceito de tempo, um “tempo dos agoras”. (TROMBETTA, 2010)

Nesse sentido nossa empreitada de pesquisa, que tem como “ponto de chegada”¹⁸ o Globoplay, buscou evidenciar aspectos das dimensões que, na ambiência do polo de produção audiovisual, comparecem para a configuração das plataformas de *streaming* no Brasil.

¹⁸ A referência a ponto de chegada está aqui como indicativo de que o presente trabalho de pesquisa parte da premissa de que o Globoplay é resultado de uma série de descontinuidades identificadas na trajetória da Rede Globo de Televisão em busca de manter sua relevância como produtor de audiovisual brasileiro diante das

Não se pode deixar de mencionar que os estudos sobre este aparentemente renovado modelo de distribuição de produtos audiovisuais tem em Ladeira (2017; 2019) um importante pesquisador, daí porque partimos de suas compreensões para a investigação de uma dimensão específica desse polo produtivo, a dimensão jurídico-regulatória, que nos pareceu ter sido de alguma forma menos explorada nos estudos que tratam da chamada economia-política da comunicação, e depois avançamos para a observação da interface do próprio dispositivo, a fim de perceber e mapear eventuais estratégias de resiliência do audiovisual televisivo.

Acreditamos que o exame desta ambiência na qual se dão os movimentos do audiovisual na história brasileira recente não estará completo se omitir a exploração do quadro normativo e a revelação das maneiras como foram estabelecidos os parâmetros de controle externo da atividade audiovisual e, antes de tudo, os modos como este programa normativo foi e está sendo aplicado aos casos concretos com suas idas e vindas. Por isso, parece ser necessária a apreensão de uma materialidade que se apresenta na atualidade, na qual estas dimensões da técnica e da regulação estejam presentes.

Aqui não se pode deixar de lado a advertência Benjaminiana sobre como nos apropriar das experiências passadas para a compreensão dos objetos no presente, inserida na sua tese VI sobre o conceito de história:

“Articular historicamente o passado, não significa conhecê-lo ‘como de fato foi’. Significa apropriar-se de uma recordação, como ela relampeja no momento de um perigo. Para o materialismo histórico, trata-se de fixar uma imagem do passado da maneira como ela se apresenta inesperadamente ao sujeito histórico, no momento do perigo.” (BENJAMIN, 2012, p.243)

Para nós, pensar fenômenos contemporâneos como o audiovisual por *streaming* demanda atitude que introduza no tempo uma cisão que retire do presente a homogeneidade linear de forma a ter um olhar que perceba as relações entre o que se naturaliza como “arcaico” e o “novo” e que reconheça as diversas dimensões que neles coalescem.

2.2.2 Articulações entre as relações de poder no ambiente regulatório: a perspectiva genealógica foucaultiana e a arqueologia das mídias

Questionar sobre como campo jurídico e os *media* se irritam mutuamente nos levou, inicialmente, a imaginar como seria possível conciliar a perspectiva teórica com as preocupações empíricas que predominam nos estudos do campo da Comunicação.

conjunturas de um cenário no qual empresas dedicadas a outros empreendimentos de telecomunicação demonstram interesse o mercado brasileiro e se articulam em busca de vincularem suas atividades a este segmento da indústria cultural.

A primeira referência que nos veio à mente foi Michel Foucault, com o qual já tínhamos ligeira familiaridade decorrente dos estudos em Direito e Instituições Políticas no programa de Mestrado da Universidade FUMEC em Minas Gerais.

Três de suas obras adotam exatamente o tipo de pensamento que nos interessa assumir nesta pesquisa. Em “A verdade e as formas jurídicas” (1996), “Vigiar e Punir” (2004) e “Microfísica do Poder” (1992) o autor francês promove uma crítica ao saber científico centralizado, concebendo uma noção de poder interrelacional não concentrado apenas no Estado que é profícua para lançar as bases de uma pesquisa questionadora da autoridade do conhecimento pautado nas narrativas oficiais, bem como a análise de decisões nas quais o peso do resultado político-econômico e a intervenção de diversos atores parece ser levado em consideração para além dos aspectos puramente técnico-jurídicos.

Em Foucault (1992) encontramos uma noção de genealogia que representa forma de combate aos efeitos deletérios do cientificismo que muitas vezes embota a percepção de dados que somente podem ser capturados com um olhar desarmado de convicções predeterminadas e despido de pretensões hierarquizadoras.

Nossa tentativa de promover um registro da história viva do audiovisual no mesmo momento em que suas expressões são realizadas de forma intensa e excessiva não pretende tomar como meta uma análise exageradamente global. Daí ter sido proveitoso iniciar a busca de dados para a confrontação dos eventuais acoplamentos entre o Direito e a Comunicação num objeto concreto, mas que ainda está em plena construção, ou seja, a primeira plataforma de *streaming* dedicada a distribuição de audiovisual provindo da produção nacional.

Veja-se que para Foucault (1992) a genealogia configura espécie de conexão do saber erudito com o saber das pessoas, a qual só é possível quando se elimina do horizonte do investigador a tirania dos discursos englobantes com suas hierarquias e com os privilégios que se atribuem à uma pretensa vanguarda teórica, por isso não tivemos receio de tomar como referências para nossas análises, textos e opiniões apresentadas por profissionais que atuam fora do ambiente acadêmico, mas que se dedicam diuturnamente à cobertura dos temas ligados a regulação do audiovisual brasileiro e suas consequências neste importante seguimento da cultura e economia nacionais.

Esse acoplamento do conhecimento teórico com as memórias setoriais permite a constituição de um saber histórico capaz de insurgir-se não tanto contra os conteúdos, os métodos e os conceitos de uma ciência, mas contra os efeitos de poder centralizadores que estão ligados à instituição e ao funcionamento de um discurso científico organizado no interior dos campos sociais.

Nesse sentido a perspectiva do autor francês se aproxima bastante das ideias de Benjamin, que sugere, como já destacado acima, que o historiador materialista não se atenha

ao discurso dos vencedores, mas dê atenção a tudo aquilo que foi sonegado, escondido, descartado pelos discursos hegemônicos.

“A genealogia seria, portanto, com relação ao projeto de uma inscrição dos saberes na hierarquia de poderes próprios à ciência, um empreendimento para libertar da sujeição os saberes históricos, isto é, torná-los capazes de oposição e de luta contra a coerção de um discurso teórico, unitário, formal e científico. A reativação dos saberes locais – menores, diria talvez Deleuze – contra a hierarquização científica do conhecimento e seus efeitos intrínsecos de poder, eis o projeto destas genealogias desordenadas e fragmentárias. Enquanto a arqueologia é o método próprio à análise da discursividade local, a genealogia é a tática que, a partir da discursividade local assim descrita, ativa os saberes libertos da sujeição que emergem desta discursividade. Isto para situar o projeto geral.” (FOUCAULT, 1992, p. 172)

Se a ideia de constituição de uma genealogia do audiovisual presente na plataforma de *streaming* brasileira é nossa meta, o procedimento metodológico que pode nos permitir realizá-la, também tem suas bases na experiência de Foucault. Trata-se da arqueologia.

Podemos entender a arqueologia como o método que pretende analisar os objetos em diferentes épocas e sob diferentes perspectivas sem se limitar a uma disciplina específica.

Conforme Foucault (1992), o procedimento arqueológico tem por objetivo estabelecer as relações entre os campos do saber, cada um considerado como possuidor de uma positividade própria, para que dessas relações surjam compatibilidades e incompatibilidades que estabelecem regularidades. Assim, a arqueologia parece ser a ferramenta adequada para a identificação dos princípios de organização do *streaming* no Brasil e explicitação do aparecimento deste “novo”¹⁹ audiovisual segundo as condições externas que o permitiram.

Ressalte-se que, num primeiro momento, as condições externas que mais nos interessam são aquelas relacionadas às disputas de poder levadas a efeito quando das decisões tomadas pelos órgãos de regulação e controle da atividade telecomunicações e radiodifusão brasileiras, na medida que o movimento de aproximação do campo da produção audiovisual com o segmento das telecomunicações constituiu parte desta ambiência na qual o *streaming* vem se estabelecendo no Brasil e no mundo.

Das lições de Foucault também nos interessa a ideia de que o poder deve ser analisado como algo que circula, que funciona em rede e nunca está localizado aqui e ali, nunca é apropriado como uma riqueza ou um bem, sendo exercido em uma série de ínfimas e múltiplas relações (micropoderes).

Não estando centralizado no papel do Estado e sendo luta, afrontamento, relação de força, situação estratégica, o poder não é um lugar que se ocupa, coisa de que se possa apropriar ou que possa ser alienada (FOUCAULT, 1992). Logo, também não é isento de resistência. Aliás, esta resistência para nós se converte na resiliência evidenciada nas estratégias adotadas

¹⁹ Coloco a expressão novo entre parênteses, pois, conforme veremos, há muito de visualidades passadas compondo o quadro que estamos concebendo como atual.

erraticamente pelos atores do audiovisual brasileiro quando buscam controlar o futuro de seus empreendimentos. Porém, nem sempre seus atos resultam os efeitos desejados.

Este caráter relacional do poder permite encará-lo sempre de forma dual. Ele pode ser visto com algo negativo, que limita a liberdade que engessa, que castra, mas também pode ser visto de forma positiva, como aquilo que educa, que adentra, que nivela, que iguala, que torna seus destinatários dóceis para uma convivência harmoniosa. Acreditamos que as manifestações menos visíveis do poder, entendidas como micropoderes, também impulsionam para a diferenciação dos objetos.

A perspectiva que nega o caráter exclusivamente jurídico-repressivo do poder parece-nos ser útil para compreender as migrações que o audiovisual brasileiro tem sofrido nas últimas décadas, bem como alguns dos aspectos dos fenômenos da convergência (normativa) e da remediação da e na TV.

Intuímos que o *streaming* seja exatamente a maneira com a qual o audiovisual encontrou, nas articulações de poder que comparecem no ambiente regulatório da comunicação, a oportunidade de se modificar e de se libertar das amarras já criadas em relação ao *broadcast*, à TV a cabo e ao cinema.

Nos capítulos vindouros tentaremos desvelar algumas dimensões nas quais estas relações de poder operam, tomando como paradigma a economia política da comunicação, elementos de hermenêutica jurídica pós-positivista pautados nas premissas de Herbert Hart (1948; 2009) e a metodologia das molduras como elemento preponderante de análise da interface do serviço de *streaming* que é objeto de nossas observações.

3 AS IMAGENS EM MIGRAÇÃO²⁰ ENTRE DIFERENTES SUPORTES

3.1 MULTIPLICIDADE DE OFERTA: O PANORAMA POLÍTICO-ECONÔMICO DO AUDIOVISUAL EM MIGRAÇÃO NO TERCEIRO MILÊNIO

Segundo Brittos (2009, p. 19) desenhou-se no final do século XX um período histórico específico no qual o capitalismo se globalizou, permitindo às corporações a ocupação progressiva de novos espaços de investimento, tendo sido o avanço da tecnologia de informação um catalizador para este movimento, na medida em que se intensificaram as oportunidades de trocas de dados entre as diversas unidades das empresas transnacionais. Os bens colocados à disposição para consumo paulatinamente foram se diversificando com uma tendência para a conscientização sobre a propriedade imaterial e a mercantilização da cultura.

No contexto do audiovisual, nos primeiros anos após a virada do milênio, verificou-se aquilo que o autor chamou de fase da multiplicidade da oferta. No caso da televisão, este movimento consistia numa série de características delimitadoras dos mercados relacionados aos produtos audiovisuais, pautadas na lógica da ampliação do número de redes abertas disputando audiência, o que podia ser creditado ao avanço tecnológico, já que muitas das novas emissoras só podiam ser captadas por tecnologias domésticas próprias, canais UHF (*Ultra High Frequency*), bem como por sistemas pagos. Neste momento, verificou-se também uma verdadeira explosão de canais segmentados disponíveis por assinatura e o surgimento de novos regimes televisuais²¹ disponibilizados pela internet. (BRITTOS, 2009, p. 20)

Ocorre que a ampliação exponencial da concorrência não veio acompanhada da proporcional dispersão das estruturas de mercado. Ao contrário, o que se observou foi uma

²⁰ Quando da defesa da tese fui provocado pelo ilustre professor Maurício Liesen da UFPR sobre a pertinência do uso da expressão ‘migração’ no título deste tópico. No entender do professor paranaense o fenômeno examinado nesta pesquisa poderia estar mais relacionado à ampliação das janelas de exibição de certas imagens, não se relacionando com o abandono do local de origem. Não negamos que parte do que observamos é realmente isso, porém, não podemos esquecer que, no seu significado mais corrente, a palavra migração remete às mudanças populacionais entre territórios de forma permanente ou temporária. Aliás, é bem por isso que a norma que tratava do tema no direito brasileiro criada na década de 1980 era conhecida como estatuto do estrangeiro e, quando de sua atualização pela Lei 13.445/2017 passou a ser intitulada como Lei de Migração. Mais que isso, como explicitaremos no item 5 deste relatório de tese, as imagens televisivas por vezes vão para o serviço de *streaming* e ali permanecem, guardando a memória de sua origem (imagens do ‘Jornal Nacional’, por exemplo), outra vez assumem uma verdadeira ubiquidade, pois coexistem em várias telas. Não raro se observa situações nas quais elas surgem no *streaming* (primeira tela) e depois visitam a TV (exemplo de “Aruanas”), para retornar à plataforma, nela permanecendo à disposição do usuário/consumidor por período indeterminado. Penso, portanto, a expressão migração é extremamente potente para significar o fenômeno observado nas relações entre o audiovisual televisivo e aquilo que se experimenta nas plataformas e serviços de *streaming*, especialmente no caso do Globoplay, onde as imagens da TV Globo vão e vem, sem nunca perder as memórias de sua origem. Convém ressaltar que, mesmo no que concerne ao fenômeno populacional, aqueles que migram não necessariamente o fazem de forma definitiva e sempre conservam em si os valores, características e costumes de seu local de origem.

²¹ Há que se atentar para o fato de que a expressão televisiva está sendo utilizada para distinguir as imagens em movimento disponibilizadas através de aparatos não coincidentes com a televisão, esta compreendida como o resultado das operações das emissoras organizadas em rede, cuja operação se consolidou no Brasil na década de 70 do século XX.

tendência para a concentração não só dos polos de produção, como também dos polos de distribuição desses produtos audiovisuais. No entender de Brittos (2009), essa tendência centralizadora derivaria do fato de os investimentos nas novas tecnologias terem demandado elevados custos que não podiam ser suportados diretamente pelas então emergentes configurações do mercado publicitário²².

A presença do capital transnacional, a introdução de canais estrangeiros pagos e a oferta de produtos audiovisuais sob demanda promoveram a descapitalização das redes de *broadcast* e a conseqüente busca por meios alternativos de obtenção de receita, a qual ainda se relacionava com o tempo do espectador em frente a tela. Evidentemente, esse espaço de disputa não se limitava à ambiência televisiva, de modo a permitir que a fase da multiplicidade de oferta, inicialmente concebida para tratar de mercados televisivos, passasse a expressar encadeamentos midiáticos mais amplos. (BRITTOS, 2009, p. 25)

Nesse sentido, podemos caracterizar a fase da multiplicidade de oferta através dos seguintes aspectos:

i – passagem de uma lógica de oferta para uma lógica de demanda, na medida em que os “espectadores” ou “usuários” começam a confeccionar a dieta audiovisual e, em consequência, a debilitar a atividade estratégica da programação por parte dos radiodifusores; ii – uma tendência clara ao pagamento pelo consumo e à entrada de capitais no setor audiovisual, assim como um incremento importante do gasto audiovisual *per capita*; iii – a transição de um modelo de fluxo para um modelo editorial, de um modelo de comunicação de ponto-massa a uma comunicação ponto-ponto; iv – um incremento notável da flexibilidade no consumo, pela personalização, que leva à confecção dos menus individuais e v - uma maior interatividade homem-máquina. (BRITTOS, 2009)

Para além destas características que delinearão o cenário audiovisual televisivo na primeira década do século XXI e que serviu de ambiência para que os serviços de TV *on-line* e *streaming* começassem a se estabelecer, chama atenção o fato de que novas configurações societárias passam a ser desenvolvidas com a finalidade de permitir a realidade nomeada por LADEIRA (2016) como “imitação do excesso”.

Em outras palavras, as mudanças nas bases de financiamento do audiovisual distribuído através do sistema configurado por redes de emissoras, somadas aos traços de uma paulatina convergência de produtos culturais para os computadores concorreram para que os polos produtores de cinema e televisão buscassem manter a relevância de suas atividades, adotando estratégias que passavam e, ainda passam, a considerar a cada vez maior presença destas “máquinas de calcular” no cotidiano dos indivíduos.

A ambiência acima descrita nos impele para o desafio de tecer uma genealogia do audiovisual brasileiro neste período de “migrações televisivas”, tendo o *streaming* como ponto

²² Do qual depende a televisão para financiar sua atividade.

de chegada, ou seja, como ponto a partir do qual procuramos promover um caminho de regresso às origens, especialmente quanto às articulações entre os marcos regulatórios, as possibilidades técnicas de organização deste tipo de serviço e as intervenções de um ator específico do segmento audiovisual televisivo (Rede Globo de Televisão) na atividade fiscalizatória das agências reguladoras (ANATEL e ANCINE) como forma de dar às normas uma configuração que permita sua permanência na liderança do mercado.

3.2 AS REORGANIZAÇÕES DAS MÍDIAS: MÍDIAS EM DISSOCIAÇÃO E REASSOCIAÇÃO

O nosso primeiro passo para compreender como o audiovisual vêm se reorganizando na contemporaneidade, especialmente sob o prisma regulatório, foi buscar um conceito que tem comparecido com muita frequência nos textos que foram levantados na pesquisa da pesquisa.

Trata-se do conceito de *novas mídias*. Nesse caso, a referência que nos pareceu mais apropriada para o descortino da constituição e organização do *streaming* como plataforma e/ou serviço para os quais convergem²³ as imagens em movimento foram os estudos de Lev Manovich.

O autor russo, desde o início de sua obra de referência, “*The language of the new media*”²⁴ (2001), procura enfatizar as limitações do conhecimento popular sobre as chamadas novas mídias, já que o senso comum as identificaria com o uso do computador para a distribuição e exibição de mensagens, deixando em segundo plano os aspectos relacionados com a produção das materialidades midiáticas.

Para ele todos os papéis que podem ser exercidos pelo computador no armazenamento, na distribuição e na produção desses objetos são importantes para as mudanças das linguagens culturais preexistentes, daí serem dispositivos marcadamente tecnoculturais capazes de alterar todo o ecossistema que envolve os meios de comunicação. A revolução dos computadores fomentada pelo desenvolvimento comercial da internet a partir da última década do século XX teria potencial para provocar mudanças na cultura de uma forma muito mais intensa do que aquela que se verificou quando da introdução de outras tecnologias no passado. A grande diferenciação estaria na dinâmica mais acelerada do fluxo informacional possibilitada pela formação e interconexão das redes e a abertura aos usuários inclusive para moldar os protocolos de comunicação às suas próprias necessidades.

²³ Canavilhas (2012) prefere apostar no conceito de remediação ao invés de convergência, sugerindo que esta somente ocorre quando os produtos remediados (reapresentados pelos serviços de *streaming*) passam a ser substituídos por produções que guardam características próprias do novo meio.

²⁴ Tradução nossa: “A linguagem das novas mídias”.

Ao apresentar os exemplos da invenção da imprensa, que mudara o panorama da distribuição de informações, e da fotografia, que criara um novo gênero de registro de imagens estáticas, Manovich (2001) os contrapõe às potencialidades dos computadores, que poderiam afetar todas as etapas do processo comunicacional, incluindo a aquisição, a manipulação, o arquivo e a distribuição de objetos comunicacionais, com destaque para o fato de que estes dispositivos poderiam afetar até mesmo os próprios tipos de mídia, alterando as características de textos, imagens estáticas, imagens em movimento, sons e construções espaciais.

Segundo esta visão, as mídias de massa e o processamento de dados seriam tecnologias complementares que apareceram juntas (mais ou menos no mesmo contexto histórico) e se desenvolveram lado a lado, tornando a sociedade de massa possível. O encontro das linhas históricas entre as “máquinas de calcular” e as mídias visuais resultaria na convergência caracterizadora daquilo que o autor chama de *novas mídias*. “Gráficos, imagens em movimento, sons, formas espaços e textos tornam-se computáveis, isso é, simples conjuntos de dados de computador.” (MANOVICH, 2001, p. 25)

Esse encontro é capaz de mudar a identidade de ambos. Assim, o computador não seria mais só uma calculadora, um mecanismo de controle ou um dispositivo de troca de mensagens, mas sim um processador de mídia.

Partindo dessa premissa, percebemos que as produções que envolvem a imagem em movimento, a imagem estática e tudo mais que tenha que ver com a noção de audiovisual têm, gradativamente, diversificado suas plataformas de distribuição. Assim, as mídias que já estão entre nós há tempos seguem se reinventando, a fim de assumir tendências que nem sempre estão entre aquilo que se pode chamar de “novidade”, mas sempre tentando superar aquilo que “falhou” nas suas lógicas e estratégias pregressas. A este fenômeno pode-se dar o nome de remediação, segundo Bolter e Grusin (2000).

Sob este enfoque, uma das questões que se apresenta em relação à televisão tem a ver com o fato de que o aparato doméstico limita a possibilidade de fruição de seus produtos no tempo e no espaço, de modo que o fenômeno da multiplicação de telas encontra motivação nas possibilidades ampliadas pela computação consistentes na maior mobilidade, poder de armazenamento/partilha de dados e liberdade de escolha quanto aos objetos a consumir e intervenção nos usuários no regime de expectativa.

Nos dias atuais, o audiovisual vem se desvinculando do aparelho que durante muito tempo esteve no centro das atenções, mesmo no ambiente doméstico, onde todos disputavam o seu controle, mas em verdade eram por ele disciplinados.

A imagem em movimento tomou outros territórios, primeiro apartou-se da casa, para estar também nos ambientes externos, porém, ainda centralizada num ponto e sob determinada grade de programação. Agora as imagens se colocam como verdadeiros nômades e

acompanham, através dos dispositivos móveis, seus usuários/produtores (outrora apenas espectadores) a cada passo dado, permitindo-lhes a definição do que, quando e onde ver.

Esse nomadismo audiovisual, evidentemente tem suas condições técnicas de estabelecimento e uma das mais relevantes é a possibilidade acesso aos dados nos quais a imagem atual se converteu.

Aqui, as experiências com imagem e som se desgarram em definitivo de um equipamento específico; da distribuição a partir os sistemas de *broadcast*; e, até mesmo, de sistemas segmentados a cabo ou satélite. Descrever este cenário aponta para um ambiente no qual as redes digitais para tráfego de dados se mostram essenciais. Importantes se tornam as circunstâncias responsáveis por garantir esta estruturação, cujo resultado depende do encadeamento de diversas ações progressas. (LADEIRA, 2017)

Veja-se que Manovich (2001) reconhece que o papel do computador está se deslocando da condição de ferramenta para máquina de mídia universal, para ele, a contemporaneidade está cada vez mais “interfaceando” pessoas a dados predominantemente culturais, tais como textos, fotografias, filmes, músicas, documentos multimídia, ambientes de interação *on line*. Portanto, a interface humano-computador está sendo contemplada pela interface humano-computador-cultura, ou seja, pela interface cultural.

Isso constituiria uma face da cultura do software. Uma cultura na qual a produção, distribuição e recepção da maior parte do conteúdo audiovisual é mediada por protocolos computacionais. A ponto de ser possível propor o conceito de software *cultural* que é assim designado por ser usado por centenas de milhões de pessoas para promoção de acesso a bens culturais, informações e, também, para promoção de interações humanas que se aglutinam ao redor dos meios de comunicação. (MANOVICH, 2001)

Levando em conta a ambiência na qual desponta uma convergência tecnológica entre mídias audiovisuais progressas (TV e Cinema) e programas de computador, Ladeira (2016) destaca que o audiovisual associado ao software radicaliza a possibilidade de modulação e controle, instituindo uma experiência distinta tanto da televisão convencional quanto da segmentada. Segundo o autor, as tecnologias do século XX dependiam da uniformidade e unidade produtiva, eis que não se permitia ao público o controle sobre sua agenda de distribuição/fruição, quando muito, lhe era dado optar por pacotes agrupados em razão de certos interesses (o espectador era disciplinado pelo fluxo das imagens colocadas à disposição e ordenadas segundo as lógicas de quem as produzia ou distribuía).

Já as tecnologias do século XXI surgem como forma de liberar estas amarras, permitindo acesso ao audiovisual numa espécie de misto entre o fluxo (típico dos modelos anteriores – TV e Cabo) e o acervo, através do qual o usuário pode exercer suas próprias escolhas quanto ao tempo, o local e o conteúdo que vai acessar, tirando daí uma sensação de poder, saber e

individualidade, típicas do ambiente cultural que se estabeleceu na contemporaneidade. O diagrama da disciplina, característica das mídias audiovisuais de massa, é transmutado em diagrama de controle propiciado pelas lógicas do software²⁵.

A prevalência desse novo sistema de organização tem como consequência a desagregação das estruturas consolidadas no regime do *broadcast* e mantidas na fase intermediária da TV segmentada e a recomposição destes esquemas em uma realidade na qual aplicativos dependentes do fluxo de dados informáticos cumprem o papel de ressignificar e reintroduzir produções audiovisuais em circulação. A composição de redes de emissoras torna-se irrelevante na medida em que os protocolos de computação operam como substitutos dos canais, embora autorizando uma maior participação do usuário na programação do que assistir. Ademais, observa-se a possibilidade de ruptura com outra lógica importante para o *broadcast*, mantida à força na TV segmentada: a ligação entre as instâncias criadoras e as instâncias distribuidoras.²⁶

Ocorre que nem mesmo esta ruptura parece resistir a uma tendência inevitável, eis que os aportes financeiros gigantescos, necessários ao custeio de uma produção audiovisual que possa fazer frente à concorrência vinda de centros de produção já consolidados como Estados Unidos e Europa, impõem a reaproximação entre setores de distribuição e produção, em sistemas de mútuas interferências do tipo participação societária e propriedade cruzada.

Tal reaproximação, visando vantagens competitivas, configura uma nova forma de concentração, agora não mais em uma única empresa ou poucos oligopólios familiares que colocam debaixo de seus ‘guarda-chuvas’ emissoras coligadas, mas em intrincadas aproximações de quadros societários, que justificam e garantem oferta e consumo crescente de inovações tecnológicas, necessárias ao acesso a produtos culturais que possam ter valor agregado a sua cadeia produtiva e que também possibilitem a busca incessante pelo consumidor de pacotes de acesso a dados cada vez mais potentes e rápidos, permitindo o ressarcimento de inversões necessárias ao atendimento de demandas específicas das telecomunicações.

Assim, o audiovisual do *streaming* tem convivido com a dualidade consistente em seu potencial de desagregação quanto ao acesso e distribuição de materiais provenientes de diversos

²⁵ Como será mais bem explicitado no capítulo 5, esse diagrama de controle apresenta certa ambiguidade, eis que no mesmo tempo em que o usuário passa a ter chance de dominar o espaço e o momento de fruição, ele é conduzido por lógicas algorítmicas que operam de forma insidiosa dentro da interface das plataformas ou serviços de *streaming*.

²⁶ No sistema de radiodifusão, muito frequentemente, quem produz também distribui o conteúdo produzido. No regime da TV segmentada esta lógica foi relativizada, haja vista que as atividades de distribuição, programação produção e empacotamento foram atribuídas a atores diferentes pela Lei do SeAC, apesar disso, ao que se observa na análise dos movimentos empresariais em torno da constituição do audiovisual contemporâneo, há uma espécie de vinculação entre as instâncias produtoras e as instâncias distribuidoras. Agora não mais como um único grupo pertencente à mesma família, mas como um bloco bem intrincado de empresas que buscam participar do controle umas das outras. O *streaming* que se constitui no Brasil nesse momento, está recuperando o regime de distribuição característico do *broadcast*, pois os próprios produtores estão sendo autorizados a distribuir diretamente seu conteúdo com suporte na rede mundial de computadores.

centros de produção e a necessidade de reagregação para a ampliação do acervo disponível para uso e justificação das inovações tecnológicas ofertadas pelos polos de distribuição, bem como a busca de novos consumidores dos dois segmentos (*broadcast* e TV segmentada) que oscilam momentos nos quais defendem os mesmos pontos de vista ou divergem quanto ao papel do Estado na regulação de suas atividades.

3.3 APORTES SOBRE O CONCEITO DE CONVERGÊNCIA: CONSTRUINDO A UMA IDEIA SOBRE CONVERGÊNCIA NORMATIVA

Conforme visto acima, o movimento de reassociação de mídias em uma determinada plataforma, consequência do cruzamento das trajetórias da computação e das mídias audiovisuais, pode ser apontado como espécie de convergência. Porém, essa é apenas uma das faces do fenômeno, sendo certo que a faceta que nos interessa se relaciona com as características do quadro normativo que regula este segmento da atividade econômica (indústria cultural ou indústria criativa).

Para termos mais clara a noção de como se dá a convergência normativa nos marcos regulatórios do audiovisual brasileiro é necessário um retorno às elaborações teóricas sobre o fenômeno da convergência midiática e suas origens.

Nesse sentido, o suporte da pesquisa levada a efeito por Maria Clara Aquino (2012) foi essencial. Nesta tese de doutoramento a pesquisadora efetua um minucioso levantamento sobre as pesquisas acadêmicas a respeito do que significa a convergência midiática e de quais são seus reflexos no relacionamento entre TV e *web*.

Daquilo que foi identificado, nos serve especificamente a compreensão de que o termo convergência é, de fato, uma expressão que comporta diversos significados, mesmo levando em conta somente o campo da Comunicação.

Conforme afirma Aquino (2012) e Santos (2009, p. 79), as compreensões genéricas sobre o conceito remetem à “aproximação dos setores de produção de conteúdo comunicacional (televisão, cinema e rádio), distribuição (telecomunicações) e tecnologias da informação, permitindo que textos, sons e imagens possam ser transmitidos, manipulados e armazenados em diversos sistemas integrados”.

Segundo a pesquisadora, as primeiras elaborações teóricas sobre o tema surgem no final da década de 1970, versando sobre a realidade dos meios que estavam operantes naquele período, no qual ocorria a aproximação entre os setores da computação, das telecomunicações e, também, da indústria da radiodifusão.

Nesta fase, seriam referências teóricas importantes as abordagens de Pool (1983) em “*Technologies of freedom*”, no qual é apresentado o conceito de convergência de modos,

seguido, uma década depois, do trabalho de Negroponte (1995), que enfatiza o movimento de mistura de conteúdos em plataformas pautadas na lógica digital (bits).

A contribuição de Nyström (2007) acrescenta que a categoria convergência não se limita aos aspectos tecnológicos inerentes ao tráfego de produtos culturais por diversas plataformas, mas também se configura nas formas com as quais os *media* interagem com a sociedade e entre si, especialmente no âmbito comercial e nas interações sociais. Nesta configuração, a ideia de convergência passa a carregar noções que se apresentam em nosso objeto como a mobilidade, a intervenção do próprio usuário na composição da lista de conteúdos audiovisuais que pretende consumir e a partilha de tais conteúdos através do próprio dispositivo que engloba estes vetores nas suas lógicas operativas.

É preciso destacar que estes elementos que constituem o fenômeno da convergência midiática (técnica, cultura e sociabilidades) são relevantes para as tentativas de intervenção governamental na atividade de produção e circulação de produtos culturais²⁷.

Após introduzir os aspectos gerais do conceito de convergência, Aquino (2012) apresenta a obra de Henry Jenkins, o qual é apontado como referência em diversos trabalhos acadêmicos, ainda que não tenha sido o primeiro a falar sobre o tema, e a obra de Negroponte (1995) que é vista como a referência mais antiga a respeito da convergência tecnológica, na medida em que o autor já fazia menção à mistura entre bits e à possibilidade de serem usados e reutilizados tanto em conjunto quanto em separado. Na obra de Negroponte a perspectiva enfatizada é a tecnológica sendo introduzido o conceito de multimídia, sem ser mencionada a expressão convergência. Segundo o autor “a mistura de áudio, vídeo e dados é chamada de multimídia: soa complicado, mas a palavra não quer dizer nada além de bits misturados”. (AQUINO, 2012, apud NEGROPONTE, 1995, p. 23).

As ideias de Negroponte (1995) se intercambiam com as de Bolter e Grusin (2000) na medida em que o fundador emérito do Media Lab do MIT – *Massachusetts Institute Of Technology*, ao significar a expressão multimídia referiu-se a “tanto um conteúdo novo quanto às maneiras diferentes de encarar conteúdos antigos”, caracterizando os novos meios digitais através da intrínseca interatividade que é possível através da linguagem dos bits.

Aquino (2012) adverte, ainda, que a visão de Negroponte (1995) sonega algo que, à época em que ele pensou sobre o tema, não estava tão arraigado em nosso comportamento

²⁷ Como se verá mais a frente através de um levantamento arqueológico das estratégias da rede Globo de Televisão em suas várias dimensões, questões de ordem regulatória apresentam extrema complexidade quando se pensa o papel do Estado como incentivador de certo campo da atividade econômica, já que o incentivo não raras vezes implica obtenção e alocação de recursos advindos do exercício do poder de tributar e que as escolhas necessárias para esta adequada alocação do produto da arrecadação não encontram parâmetros uniformes nem mesmo dentro de grupos que compartilham as mesmas bases ideológicas. Exemplo disso é a recente discussão sobre os critérios para destinação dos recursos obtidos pela ANCINE através da Condecine, contribuição que incide sobre a produção e distribuição de audiovisual no Brasil e que é destinada ao financiamento de produções nacionais e independentes.

cotidiano, ou seja, a possibilidade de a linguagem digital permitir não apenas o relacionamento interativo do indivíduo com os meios, mas as possibilidades de interação entre indivíduos através dos meios digitais, para o que podemos convocar a característica de compartilhamento que muito frequentemente se relaciona às mídias sociais, mas também está presente nas plataformas de vídeo *streaming*, onde é possível o envio de links de um usuário a outro e de registro de comentários sobre as produções, tendo sido marcas importantes dos sites e plataformas que configuram movimentos progressos às iniciativas dos aplicativos de acesso ao audiovisual *on demand*.

Convém ressaltar que as propostas de regulação já elaboradas pelos órgãos de fiscalização e controle do segmento audiovisual brasileiro sugerem que plataformas de compartilhamento de conteúdos audiovisuais sejam vistas como aquelas que armazenam, organizam e disponibilizam ao público, catálogos de conteúdos audiovisuais produzidos ou selecionados por usuários, pessoa natural ou jurídica, os quais exercem responsabilidade editorial pelo conteúdo armazenado.

Já os serviços de vídeo sob demanda seriam apenas aqueles a partir dos quais há seleção e organização em última instância, na forma de catálogo, de conteúdos audiovisuais para oferta ao público. Assim, as plataformas teriam por característica a possibilidade de exercício de editoração de acervo pelo próprio usuário, enquanto nos serviços *on demand* esta editoração ficaria a cargo do próprio prestador (produtor ou distribuidor) e não do usuário, aqui identificado também como consumidor.

Dois outros aspectos importantes da convergência estão naquilo que Pool (1983) chamou de convergência de modos. O primeiro elemento deste aspecto, conforme lembra Aquino (2012), recaía sobre a possibilidade que surgiu a partir do final da década de 1970, de uma mesma informação circular por diferentes meios e suportes, podendo ser armazenada e recuperada de forma eletrônica a qualquer tempo. O segundo estava ligado ao processo econômico de propriedade cruzada consistente na participação de empresas de telecomunicações nos quadros societários de corporações de mídia, tais como jornais, revistas, emissoras de TV.

Destaque-se que, quando Pool realizou suas pesquisas, estas associações corporativas versavam sobre a formação de blocos de empresas ligadas aos diversos sistemas de distribuição de produtos comunicacionais, o que no Brasil caracterizou-se pelo fato de os mesmos grupos que monopolizavam a mídia escrita terem sido responsáveis pelo surgimento e crescimento das mídias televisivas e agora estarem adotando estratégias de manutenção de sua relevância na cena digital.

Da obra de Pool nos interessa sobretudo a percepção sobre o aspecto regulatório, já que o autor adverte sobre a dificuldade de fazer relacionar a liberdade intrínseca à atividade de

imprensa e à manifestação artística ou expressiva com os limites regulatórios que eram possíveis nas operações financeiras de empresas que se dedicavam a outros ramos de atividade como no caso as empresas de telecomunicações.

Nada obstante, a visada de Pool (1983) ainda toma como horizonte um conjunto de relações socioeconômicas no qual, embora já fosse possível reconhecer a ocorrência de concentração de empresas de mídia do mesmo segmento nas mãos de um único grupo econômico (concentração horizontal), ainda não estavam tão evidentes as relações entre os diversos media entre si, ou seja, cada meio de comunicação permanecia funcionando segundo suas próprias lógicas, sob um regime específico e sem se envolverem uns com os outros (AQUINO, 2012). Deste modo, se essa compreensão prevalecesse, cada meio poderia ter regulação própria de acordo com seu caráter centralizado ou descentralizado, escasso ou abundante, de propriedade governamental ou privada, de acordo com funções específicas e mercados próprios, considerando que tudo estaria atrelado a decisões habituais dos governantes e não à natureza dos próprios meios.

Uma espécie de evolução do conceito de convergência coube a Jenkins (2008), o qual, partindo das lições de Pool (1983), acrescentou novas perspectivas a observação do fenômeno. Segundo este autor, por mais que a convergência se relacionasse com o surgimento de novas tecnologias que possibilitaram o fluxo de um mesmo conteúdo por diferentes canais, fato que se liga ao polo produtivo, dever-se-ia dar atenção ao que acontece na ambiência da recepção, a qual assumiria distinções a depender do meio no qual se ambienta a mensagem.

Como se vê, o conceito de Jenkins se articula em torno de três eixos, a saber: o fluxo de conteúdo, a cooperação entre mercados e o comportamento dos públicos.

Todos estes eixos devem ser objeto da atenção regulatória, especialmente se o modelo adotado enfatiza a disciplina normativa a partir das especificidades de cada meio como é o caso da realidade brasileira, até porque a ideia de isonomia está atrelada ao reconhecimento de identidades que permitam tratamento normativo diferenciado em homenagem ao alcance de uma igualdade de oportunidades.

Vale ressaltar que os marcos regulatórios do audiovisual brasileiro são bem delineados no que concerne à radiodifusão e à TV segmentada, mas ainda existe um vácuo em relação aos serviços de distribuição audiovisual *on line* (plataformas e serviços de *streaming*) o que, ao nosso ver, contribui para a expansão acelerada das experiências desta natureza, como forma de fuga das muitas obrigações a que os outros sistemas de distribuição estão sujeitos.

Conforme se vê pelos entendimentos apresentados por Aquino (2012) é possível identificar três dimensões do conceito de convergência, a saber: técnica, econômica e sociocultural.

Alertamos, porém, que embora seja relevante revisitar na presente pesquisa rastros das referidas dimensões, nossa atenção está voltada para o tensionamento de um quarto ângulo que é o normativo/regulatório²⁸, eis que acreditamos que as migrações midiáticas e os encadeamentos que elas geram, só são possíveis num contexto específico marcado pela presença (ou pela ausência) de um quadro normativo delimitador.

Assim, procurando sempre dar atenção aos princípios norteadores da convergência propostos por Aquino (2012), a saber: conexão²⁹, interatividade, participação e materialidade, procuraremos identificar nas lógicas operativas do Globoplay elementos que permitam a exposição dos rastros da convergência normativa que catalisa as oportunidades de convergência midiática.

Partindo da proposta de Jenkins (2008) no sentido de que a convergência é “o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre múltiplas indústrias de mídia, e o comportamento migratório das audiências que vão a quase qualquer lugar em busca do tipo de entretenimento que elas desejam”, podemos concluir que o fenômeno se materializa também na dimensão normativa e regulatória, não se limitando a ambiência da distribuição de conteúdo.

Como visto, os estudos de convergência não sonegam esta multiplicidade de enfoques, não podendo deixar de fora as contingências que levam os marcos normativos que regem uma certa tecnologia a serem apropriados, adaptados e “remediados” nas novas materialidades emergentes.

A ideia de segurança jurídica não é indiferente aos empreendedores da indústria cultural e muitas vezes é obtida com a configuração de marcos normativos bem delineados, cuja conformação foi objeto da participação dos próprios atores envolvidos no mercado. Outras vezes esta segurança é conquistada exatamente com a desregulação.

Trata-se de um estranho paradoxo que será visualizado na investigação de algumas decisões emblemáticas levadas a efeito pelas agências reguladoras brasileiras, mas que já pode ser antecipado com a lembrança de uma frase de Charles-Louis de Secondat (Barão de La Brède e de Motesquieu): “_ Leis inúteis, enfraquecem leis necessárias...”³⁰.

²⁸ Este binômio é convocado para significar a dinâmica entre a estabilização de expectativas pretendida pela normatização e o equilíbrio de oportunidades entre concorrentes, uma das metas da atividade regulatória.

²⁹ Relacionada à sociedade de rede proposta por Castells (1999) na qual o potencial de comunicação da internet extrapola a ambiência na qual foi constituída (acadêmica e militar) se popularizando e potencializando a interligação entre os computadores e os indivíduos que se apropriam das lógicas do objeto para suas relações interpessoais em torno dos conteúdos informacionais que circulam nas redes que os conectam. A conexão aqui é uma das instâncias que liga pessoas (físicas ou jurídicas) e coisas.

³⁰ “Assim como as leis inúteis enfraquecem as leis necessárias, as que podem ser burladas enfraquecem a legislação. Uma lei deve possuir o seu efeito e é preciso que não se permita que alguém se possa furtrar à sua execução, em virtude de uma convenção particular.” (MONTESQUIEU, 2012)

Sobre este ponto Dupagne & Garrison (2006) defendem a análise da convergência nos campos técnico, econômico e legislativo. Quanto ao último aspecto, referindo-se ao cenário norte-americano, os autores propõem o seguinte:

Existe uma distinção importante entre a convergência regulamentar completa e parcial. A convergência regulamentar completa refere-se à confluência de leis e regulamentos previamente separados num único quadro jurídico e regulamentar (Garcia-Murillo e Macinnes, 2003, p. 58). Por outro lado, a convergência normativa parcial é mais limitada no escopo e envolve ações de desregulamentação que permitem que as organizações de mídia se envolvam em convergência econômica ou tecnológica. Por exemplo, a lei de telecomunicações de 1996 e as regras de propriedade revisadas da FCC têm o potencial de gerar serviços de *cross-media* para os consumidores e criar alianças entre indústrias entre empresas de mídia (Labaton, 2003; Steinberg e Sorkin, 2003). Pool (1983) estava principalmente preocupado com a questão da plena convergência normativa e suas implicações da primeira emenda: qual dos três principais modelos de regulamentação imprensa escrita, *Broadcast* e distribuidores comuns poderiam gerir estes meios de comunicação, uma vez que convergiram (ver também Blackman, 1998)? Contrariamente às expectativas da associação, a plena convergência normativa nunca se materializou nos Estados Unidos. Nenhum dos modelos reguladores prevaleceu sobre os outros na esfera da política pública. Em vez disso, estas indústrias continuam a ser reguladas de forma diferente sem uma estrutura unificadora mesmo quando oferecem serviços semelhantes. Por exemplo, McGregor (1994, p. 139) observou que três indústrias concorrentes de distribuição de linha são reguladas regimes muito diferentes: distribuidores locais como distribuidores comuns, sistemas de cabo um esquema jurisdicional complexo de três vias e Sistemas SMATV como em grande parte não regulamentado. (DUPAGNE & GARRISON, 2006)

Embora se possa refletir também sobre os aspectos da convergência de conteúdos e sobre sua contraposição com a divergência de sentidos (FAUSTO NETO, 2018), nos parece que as dimensões mais apropriadas para abordagem dos sistemas de *streaming*, em especial, o Globoplay sejam aquelas que dizem respeito à distribuição de informação para multiplataformas, cooperação entre diferentes empresas, estratégias para a migração de audiências e a convergência normativa/regulatória que constitui um quadro permissivo (incentivador) destes comportamentos.

No que concerne à convergência normativa, observamos na experiência brasileira três expressões bem evidentes, a saber: a) confluência de normas para um único diploma legal, a exemplo do que ocorreu com a Lei do Serviço de Acesso Condicionado (Lei 12.485 de 2011); b) ações de desregulamentação promovidas pelo Estado Legislador (ainda que de forma subliminar) e pelas Agências de fiscalização e controle do segmento audiovisual (ANCINE e ANATEL), tendo como exemplo as decisões sobre Telmex/Globopar; Warner Media/AT&T e, finalmente, Fox X Claro), onde as normas em vigor foram derrotadas diante dos “fatos sociais” e c) ausência temporária de regulamentação, quando mesmo havendo a necessidade de definição de um marco regulatório capaz de promover a preservação de certos valores, a omissão legislativa garante espaço para o desenvolvimento da convergência em outras dimensões. Serve de exemplo desta última expressão a possibilidade múltiplos ajustes que o Grupo Globo pode desenvolver quando optou por distribuir os canais Globosat por satélite

(ainda não havia sido regulamentado) ao invés de adotar o sistema de cabo que já havia sido objeto de disciplina normativa em 1991.

Na sequência deste estudo, daremos atenção às colocações de Aquino (2012) segundo as quais, se antes as tecnologias de comunicação existentes serviam apenas para distribuição de conteúdo midiático, ainda que sob diferentes formatos, empregando diversas linguagens, através de múltiplas combinações, hoje as tecnologias disponíveis servem não apenas para distribuição, mas também para produção, inserção e compartilhamento de conteúdo, impulsionando reflexões sobre os atravessamentos existentes entre os diversos campos sociais que trazem em si a pretensão de controle e disciplina da sociedade.

Procuraremos, por fim, não nos distanciar da orientação de Jenkins (2008) quando enfatiza que:

“A convergência de mídias não é somente uma mudança tecnológica, mas um processo que produz impacto sobre indústrias, mercados, gêneros e públicos e que, principalmente, é responsável pela alteração no modelo operacional da indústria midiática, através do qual os consumidores recebem e lidam com o conteúdo, seja ele notícia ou entretenimento.”

3.4 REMEDIAÇÃO: AS COORDENAÇÕES DE MEIOS QUE RECUPERAM E REVISAM UNS AOS OUTROS

Após retomar o conceito de convergência midiática, destacando a necessidade de tensionarmos os aspectos normativos deste fenômeno, torna-se necessária uma pequena digressão sobre um fenômeno correlato: a remediação.

Em verdade as duas noções nos parecem complementares no entendimento do que são as novas mídias ou, mais precisamente, parecem ser necessárias para a compreensão de como operam os meios que se baseiam no tráfego de dados para a distribuição e criação de produtos culturais.

Entretanto, enquanto a dimensão normativa do fenômeno remete ao conceito de convergência, acreditamos que a sua dimensão material, que também será explorada neste trabalho de pesquisa, remete ao conceito de remediação proposto por Jay David Bolter e Richard Grusin.

Por remediação (alguns preferem remediação) entendemos o processo de renovação de velhos conteúdos efetuado pelos novos meios. As novas mídias recuperam e renovam os objetos das mídias anteriores, permanecendo desta forma uma ligação entre elas (BOLTER; GRUSIN, 2000). Na nossa pesquisa a remediação comparece como injunção que permite a resiliência do audiovisual característico do *broadcast*, valendo destacar que, das três perspectivas enunciadas

pelos criadores do conceito, a que mais se adapta às nossas preocupações é a que estabelece a remediação como reforma³¹.

O processo pode ocorrer em diferentes níveis. No caso dos meios digitais, o nível pode variar entre uma mudança discreta do meio antecessor, mantendo algumas de suas características, até remediações mais profundas, em que o novo meio digital tenta absorver completamente o anterior ora tornando-o invisível, ora evidenciando suas contribuições na conformação das materialidades atuais (*immediation* e *hypermediation*). De qualquer forma, segundo os dois autores, o velho meio sempre está presente no novo meio de uma forma mais ou menos visível.

“Pareceria, então, que toda mediação é remediação. Nós não estamos dizendo isso como uma verdade a priori, mais precisamente discutindo que neste momento histórico, todos os meios funcionam como remediadores e a remediação nos oferece os métodos de interpretação dos trabalhos das medias antecessoras.” (BOLTER: GRUSIN, 2000, p. 55)

É possível perceber que este conceito, fortemente marcado pela filosofia de Marshall McLuhan, representa um processo que atravessa todas as mídias, por meio de apropriação de técnicas, de formas, mas também, de significado social uma das outras, o que permite a construção de novas formas de representação e define um verdadeiro ecossistema comunicacional.

Veja-se que nesse movimento há duas tendências mais fáceis de identificar. A primeira equivale ao surgimento de uma nova experiência de audiovisual, que nesta pesquisa remete aos serviços de vídeo *streaming* e às suas lógicas específicas que buscam aperfeiçoar o que está em falha nas mídias precedentes, valendo ressaltar que não pensamos as falhas apenas na perspectiva do usuário, mas, também, na perspectiva dos produtores e distribuidores, porque percebemos questões que alteram o modelo de negócios com o qual eles estavam envolvidos. A segunda, se relaciona com a remodelação da forma do audiovisual da TV, que altera suas lógicas e se transforma diante da mudança ambiental provocada pelo surgimento da nova mídia.³²

³¹ Bolter e Grusin estabelecem que a remediação é possível como a mediação da mediação; como a inseparabilidade da mediação da realidade e como reforma. (2000, p. 55)

³² A tétrede de McLuhan parece ter alguma serventia para o entendimento deste movimento, já que a ideia de remediação culmina com a recuperação do meio remediado, após a reversão consistente na apropriação de algumas das lógicas do novo meio (que causou a alteração do ambiente no qual estava inserido o primeiro).



Num primeiro momento podemos pensar em algo como uma progressão histórica dos meios de comunicação mais novos remediando (reformando) os seus antecessores. Mas o que propormos nessa pesquisa é uma abordagem que identifique a genealogia do Globoplay através de suas afiliações com outras iniciativas da rede Globo que gradativamente criaram as condições para constituição do serviço de *streaming*, não necessariamente de forma linear.

Por outro lado, levando em conta que as mídias mais antigas também podem remediar as novas, a televisão remodela-se ao apropriar estruturas tecnoestéticas estabelecidas por meio da rede mundial de computadores, a fim de reverter tendências de perda de audiência. Isto pode ser observado, por exemplo, quando a grade de programação da TV inclui imagens do aplicativo de *streaming* em suas ‘promos’, vinhetas e inserções publicitárias ou quando o jornalismo busca parte das imagens que distribui nos materiais registrados pelos próprios espectadores. Vale aproveitar aqui a conclusão dos autores americanos no sentido de que “[...]nenhum meio, ao que parece, agora pode funcionar de forma independente e estabelecer seu próprio espaço separado e purificado de significado cultural”. (BOLTER; GRUSIN, 2000)

Com base nos dois fenômenos apresentados acima (convergência e remediação), podemos compreender o *streaming* como uma coordenação das múltiplas faces das mídias dedicadas a produção e circulação de imagem em movimento anteriores³³, não sendo irrelevante considerar que a própria televisão desde sua origem tem tomado por empréstimo e de formas diversas, as materialidades e lógicas de produção de outras mídias (teatro, rádio e cinema), por isso não seria surpreendente se víssemos no Globoplay também em relação à dimensão jurídica emanções destas diferentes temporalidades.

3.5 OS MÚLTIPLOS ARRANJOS DO AUDIOVISUAL: EXPLORANDO AS LÓGICAS DO BROADCAST, DA TV SEGMENTADA E DO STREAMING.

O estabelecimento de uma genealogia da primeira plataforma de *streaming* brasileira e a análise do cruzamento de suas lógicas operativas com o programa normativo do audiovisual não pode prescindir da construção de um panorama sobre as realidades preexistentes. Assim, partindo das reflexões de Ladeira (2017) procuramos levantar como o audiovisual televisivo vinha se organizando até o início da operação do Globoplay em 2015.

Essa visão panorâmica objetivou facilitar a identificação dos rastros da convergência normativa que pretendíamos tensionar nas materialidades do serviço de *streaming* da emissora nacional, já que intuíamos que as operações dos meios precedentes também eram emolduradas pelo Direito.

³³ Aqui incluídas a TV segmentada e o *broadcast* e, mais recentemente, o rádio, já que o Globoplay possui também acervo de podcasts a disposição de seu usuário.

Para tanto, somamos à análise sobre a história da TV no Brasil, uma breve digressão sobre a organização do *broadcast*, do multicanal e do *streaming* nos principais centros de produção mundial.

Sobrepondo a perspectiva mundial à perspectiva local, passamos a relatar as principais características dos ‘sistemas’ de audiovisual televisual que se apresentam na contemporaneidade.³⁴

Segundo Ladeira:

“O audiovisual contemporâneo decorre de possibilidades que se abrem de modo a permitir associações difíceis de imaginar em instantes progressos. O *broadcast* implicou disciplina; o multicanal, no estriamento que restringia a diversidade. O *streaming*, pautado pelo controle e pela lógica do protocolo, radicaliza diversas possibilidades: a constituição de acervos aptos a explorar; a retomada do fluxo típico das redes convencionais, cuidadosamente reconstituído; a dissociação de emissoras que compunham a televisão; a agregação de conteúdo não mais no rígido formato progresso; a pluralização de oportunidades para criar maior quantidade de material; a multiplicação de chances para reutilizar o audiovisual já conhecido em variadas estruturas de difusão”. (2017, p. 28)

De uma ideia inicial que lidava com a negociação de conteúdo pautada na lógica da propriedade (autorização para *download*), o *streaming* começou a se organizar, na segunda metade dos anos 2000, com base na migração das audiovisualidades para a internet.

Porém, rapidamente, se percebeu que a lógica pautada na propriedade de conteúdo não seria produtiva, na medida em que as vias oblíquas de acesso aos produtos eram enormes em face do compartilhamento ilegal – ‘pirataria’. O controle das técnicas de acesso passou ser, então, o eixo em torno do qual as primeiras experiências com o *streaming* orbitaram. São exemplos pródigos deste movimento as experiências de Apple³⁵ e Google³⁶.

³⁴ Excluimos da análise as *Web TVs*, haja vista que a TV Globo remediada no Globoplay não optou por esta forma de distribuição de produtos audiovisuais ao proceder aos seus movimentos de associação e dissociação rumo à internet.

³⁵ Apple inicia suas tentativas de controle através da produção de um dispositivo que permitia o armazenamento de músicas – IPOD, aliado a um software exclusivo iTunes, através do qual buscava controlar o acesso aos produtos culturais (músicas), evitando sistemas nos quais o usuário poderia adquirir a produção, não apenas usufruir deste acesso. Esse movimento através do qual a distribuição de conteúdo cultural passou a dar-se em fluxo sincronizado e sem a dissociação entre os serviços de difusão e os instrumentos de acesso evoluiu com o lançamento do iPhone, o qual permitiu a aproximação da infraestrutura de telecomunicações com a mídia audiovisual. Estava traçada uma rota de confluência entre comunicação falada, uso e acesso a imagens fixas e em movimento, entre outras produções culturais convertidas em dados. Veja-se que a experiência revela com perfeição a lógica de uso de um único dispositivo em torno do qual orbitam empresas cujas atividades, outrora distintas, passam a se complementar dentro de uma espécie de cadeia produtiva. (LADEIRA, 2016)

³⁶ O projeto da Google é relevante, pois identifica uma trajetória focada não no aparato, mas no software. Inicia-se com a tentativa de permitir que aparelhos utilizados para recepção de audiovisual se tornem aptos a operação na rede mundial de computadores. Segundo Ladeira (2016) tentava-se ampliar o uso do sistema operacional Android, que já era relevante no mercado de smartphones (LG e Samsung). As primeiras aproximações se dão com conexões mantidas com a Sony e Logitech, derivam para o projeto Google TV e culminam na criação de Google Chromecast, o qual se destina a permitir a reprodução das telas de telefones ou tablets em aparelhos de TV não possuidores de um sistema já previamente adaptados. Veja-se que o que se inicia como um movimento de associação de uma empresa de software com produtoras de audiovisual, resulta numa espécie de dissociação, na medida em que Chromecast ao invés de constituir uma plataforma de acesso a produtos audiovisuais, termina por expandir as funções lidas presentes nos aparelhos de telefonia móvel e de recepção de audiovisual por *broadcast* ou cabo.

A partir de 2009, os serviços de *streaming* são prestados seguindo as mesmas estruturas de assinatura que norteavam os serviços de multicanal. Aqui se revela uma repetição do vínculo entre serviços de infraestrutura e produtores de conteúdo característicos à televisão segmentada. (LADEIRA, 2017, p. 29)

Porém, os limites que este sistema ocasiona, direcionam as experiências futuras para “um ambiente institucional no qual a propriedade das estruturas para a difusão de imagem e internet recaem sobre os mesmos bolsos”. (LADEIRA, 2017, *idem*)

Outra dimensão relevante para a constituição das plataformas e serviços de vídeo *on demand* é a adesão entre a imagem e as tecnologias de informação, que possibilitam a difusão de produtos culturais sem vinculação com a estrutura de redes típica do *broadcast*. Porém, a perspectiva trazida pelas lógicas do cabo, no sentido de diversificação e segmentação de conteúdo (mercado de nicho), de revisão das estratégias pautadas na disciplina, na standardização e na ênfase da distribuição ponto-massa, seria apropriada e reinventada pelo *streaming* num intervalo de tempo relativamente curto.

Sendo um formato pautado em programas computacionais e distribuído pela internet, o *streaming* representa uma aposta arriscada de superação do multicanal que passa a figurar como um estágio intermediário entre duas propostas que se “remediam” mutuamente (*broadcast* e *streaming*).

Convém colocar em destaque que esse movimento não vem acompanhado da diversificação na propriedade das estruturas de distribuição e produção audiovisual. As mesmas associações que se fizeram necessárias quando da aposta nos serviços segmentados continuam presentes na migração do audiovisual para a rede mundial de computadores e depois para os aplicativos, eis que os mesmos investidores nas estruturas de distribuição multicanal se interessam e adquirem as oportunidades investimento nas estruturas de tráfego de dados.

Assim, entre os arranjos provisórios que constituem a realidade, “o *streaming* lida, em suas estratégias, com o conjunto de temas a partir dos quais se observa determinada associação, num dado momento, a partir dos vetores de criação, exposição, agregação, assim como arrumações no interior de normas, técnicas e trocas”. (LADEIRA, 2017, P. 30-31)

Já o arranjo do *broadcast* consiste na coordenação do público a partir da definição de horários; na administração da publicidade; na generalidade e na indiferenciação do conteúdo, lógicas que num primeiro momento se distanciam das novas mídias, mas que gradativamente são reaproveitadas, na medida em que as mesmas pessoas que se estabeleceram no “*show business*” são convocadas para atuar nas corporações relacionadas com a internet. (WOLFF, 2015)

Neste sentido, aspectos relacionados ao direcionamento centralizado para a criação de material; à determinação do padrão para agregação de conteúdo; à institucionalização da

tecnologia do fluxo; à apropriação do formato de redes, antes agrupando emissoras para a transmissão de material semelhante em um vasto território, agora formando parcerias para a extrapolção das barreiras à visibilidade impostas pela territorialidade do espectro eletromagnético, bem de caráter público e condicionado à concessão estatal. (LADEIRA, 2017, p. 31)

O quadro abaixo sintetiza os principais modelos de negócio relacionados com o audiovisual brasileiro, vejamos:

Quadro 1 - Plataformas de distribuição de conteúdo audiovisual

(continua)

Plataforma	Modelo de negócios
<i>Broadcast</i> (Televisão aberta privada)	Sistema de transmissão audiovisual por meio do espectro hertziano (pelo ar) com transmissão em fluxo (grade de programação), no esquema ponto – massa (de um para muitos), simultaneamente, com audiência ilimitada e de forma gratuita, tendo seu custo de produção e distribuição pago por terceiros -publicidade ou patrocínio- (MACHADO FILHO, 2020); organizado em redes de emissoras e afiliadas, nas quais não há empecilhos legais para a identidade entre os realizadores das atividades de distribuição, produção e programação de conteúdo.
Televisão pública ou educativa	“Sistema de transmissão audiovisual por meio do espectro hertziano (pelo ar) com transmissão em fluxo (grade de programação) de um para muitos, simultaneamente, com audiência ilimitada e de forma gratuita, tendo seu custo de produção e distribuição suportado pelas esferas do poder público ou por universidades, entidades e associações”. (MACHADO FILHO, 2020)

Televisão paga (segmentada – serviço de acesso condicionado)	Sistema de transmissão audiovisual por meio de cabos (fibra ótica), satélites ou micro-ondas com transmissão em fluxo (grade de programação), de um para muitos, simultaneamente, com audiência limitada, por meio de planos de assinatura junto a uma operadora, tendo seu custo de produção e distribuição pago pelos assinantes e por terceiros anunciantes (MACHADO FILHO, 2020); Organizado em sistema no qual a instância distribuidora está impedida por lei de participar ativamente da instância produtora e/ou programadora.
<i>Streaming (on demand)</i>	Sistema de transmissão audiovisual por meio da rede mundial de computadores, com transmissão por demanda, de um para muitos, assíncrona, com audiência limitada e tendo seu custo de produção e distribuição financiado por meio de assinatura de serviços (MACHADO FILHO, 2020), compras avulsas e/ou por terceiros anunciantes. Pode se subdividir em plataformas (onde atividade editorial é franqueada ao usuário) ou serviços (onde a atividade editorial é realizada por um programador ou distribuidor). As atividades de produção, programação, empacotamento e distribuição podem se concentrar nos mesmos atores.

Fonte: Francisco Machado Filho (2020, p. 89) com acréscimos do autor

Estes arranjos, que serão mais precisamente identificados na exposição sobre a pesquisa da trajetória da TV Globo no período que antecedeu à Lei do SeAC (serviço de acesso condicionado), nos permitem crer que, embora sejam bem desenvolvidas as pesquisas que abordam a genealogia do *streaming* brasileiro sob a perspectiva econômica (dimensão das trocas) e técnica (dimensão tecnológica), ainda carece de maior observação e aprofundamento a perspectiva normativo-regulatória (dimensão jurídica), na medida em que todos esses

movimentos do audiovisual e, especificamente, aqueles que se relacionam com a persistência dos produtos televisivos na ambiência das redes de transmissão de dados informáticos, somente são possíveis diante de espaços nos quais a atividade estabilizadora do Estado se torna sensível às irritações que derivam de um capitalismo em constante modificação.

Ao mesmo tempo em que se espera por uma regulação que torne previsíveis comportamentos no longo prazo, a forma dinâmica com a qual tecnologia e cultura têm se renovado neste campo introduz no jogo um fator com o qual o campo jurídico tem dificuldade de lidar: a necessidade de adaptações muito frequentes entre as normas e as demandas sociais, no caso, as apresentadas pelos *players* da indústria da cultura audiovisual, sempre em busca da ampliação das oportunidades de comercialização de seus produtos, bem como de fontes de financiamento público ou privado para sua atividade criativa.

4 GENEALOGIA DO *STREAMING* BRASILEIRO: MAPEAMENTO DAS DIMENSÕES CONSTITUTIVAS DO GLOBOPLAY

Após explorarmos os conceitos teóricos e a ambiência na qual as imagens do *broadcast* são retomadas e ressignificadas por dispositivos pautados nos protocolos computacionais, parece-nos que uma genealogia do serviço de *streaming* do Grupo Globo não estaria minimamente fundamentada sem o mapeamento das várias dimensões que coalescem nas estratégias que este grupo de mídia desenvolveu até que se tornou possível o início das operações de seu aplicativo.

Como dito antes, não se desconhece que o movimento ao qual parece ter aderido o grupo de mídia brasileiro é mundial, mas descortinar as camadas que vêm sendo consideradas dignas de investigação pelo campo da comunicação até este momento, para, então, identificar os pontos nos quais ocorreram tensões entre as demandas do campo da comunicação e a atividade normativa do Estado nos parece ser o movimento metodológico mais apto a permitir uma visão o mais completa possível deste cruzamento entre o Direito e a Comunicação.

Após este levantamento, serão identificadas essas tensões, olhando para o dispositivo de *streaming* e sua interface com o usuário, bem como para outras características da plataforma, tais como origem de seu acervo, repercussão social de suas produções, presença de produtos nacionais, sistemas de interatividade com o usuário e entre os usuários, uso de algoritmos etc.

Nas linhas subsequentes, analisaremos as dimensões sociotécnica, econômica e normativa das atividades que compõe a cadeia produtiva do audiovisual, tomando como referência da Rede Globo de Televisão, o que nos permitirá maior precisão no reconhecimento dos reflexos do campo jurídico na plataforma de *streaming* Globoplay.

4.1 DIMENSÃO SOCIOTÉCNICA: GRUPO GLOBO NA ERA DA TV PAGA

Segundo afirma Luiz Guilherme Duarte (2005), a relação da Rede Globo com a TV paga teve início ainda nos anos 1970, quando o regime militar promoveu um grande esforço para desenvolver a indústria de telecomunicações no Brasil com a introdução do conceito de telefonia universal.

A meta era promover uma unificação nacional e a atuação da TV Globo em rede (emissora e afiliadas) com produção de conteúdo centralizada no Rio de Janeiro permitiu que os propósitos dos militares se vissem realizados em alguma medida no conteúdo da empresa de audiovisual e na sua forma de gestão. Tratava-se da primeira e única rede de radiodifusão pretensamente nacional em razão de sua abrangência e das características uniformizadoras das imagens que fazia circular.

Na obra “É pagar para ver: a TV por assinatura em foco”, Duarte (1996) nos informa que, mesmo indo contra o senso comum da época, a Globo teve a iniciativa de, juntamente com o engenheiro eletrônico Wilson Brito, criar a TVC, no ano de 1971, embora tal projeto não tivesse seguido em frente em razão da oposição do governo, a qual, somada a outros fatores socioeconômicos, fez com que o florescer deste tipo de distribuição de audiovisual tardasse cerca de duas décadas para acontecer.

A competência gerencial prematuramente conquistada pela Globo através de sua diretoria encabeçada por Walter Clark permitia que ela percebesse que, em outras partes do mundo, estavam sendo desenvolvidas tecnologias que poderiam, num futuro não muito distante, confrontar o modo de fazer televisão que se estabeleceu no cenário ambientado pela radiodifusão, muito atrelada às decisões estatais, diante do monopólio sobre a propriedade do espectro de frequências. Então, “a Globo posicionou-se para sobreviver ao desafio da TV paga, embora abrindo mão do pioneirismo e, até certo ponto, de sua concentração de poder”. (DUARTE, 2005)

A emissora sobreviveu ao avanço do mercado de TV paga no início dos anos 2000, mas isso lhe custou um endividamento muito grande, bem como a distribuição de parte do controle de suas atividades para outros grupos, inclusive estrangeiros, o que implicou a reformulação de um padrão negocial inicialmente familiar em um modelo pautado na lógica das redes informacionais características dos primeiros momentos da globalização econômica. (CASTELLS, 2003; MACHADO FILHO, 2020)

Convém destacar que os primeiros empreendimentos de sucesso na TV segmentada foram levados a efeito pelo Grupo Abril (da família Civita) com o investimento de milhões de dólares capitados entre empresários e políticos na década de 1980. Tais iniciativas, obviamente impulsionaram a conformação de legislação que permitisse estabilização das expectativas do setor e a viabilização da atividade, fato que será esmiuçado quando da análise da dimensão normativa do audiovisual.

A Globo não estava, naquele momento, disposta a desenvolver concorrência aos seus produtos e a criar complicações para suas lógicas de financiamento publicitário. Assim, desenvolveu também na frente normativa um papel de preservação de seus interesses, entre os quais estava continuar como polo produtor audiovisual preponderante. Duarte (2005) acrescenta que há quem veja na Globo atitude obstrutiva do desenvolvimento da nova plataforma de distribuição no final dos anos 1980.

Nada obstante, as características do momento político da época, quando se iniciava um processo de redemocratização e abertura à cultura estrangeira, não mais representavam grandes entraves ao avanço da TV por assinatura, a qual já se apresentava viável tecnicamente com a aquisição de sinais de redes estrangeiras.

Assim, o Grupo Abril percebeu a oportunidade de ingressar num setor de mídia que ainda não tinha experimentado, a televisão. Cria-se, então, em 1989, o Canal+, depois transformado na TVA, através da distribuição codificada em UHF de um punhado de canais estrangeiros³⁷. Esse empreendimento atraiu a atenção da Globo que iniciou uma estratégia de contra-ataque, divulgando anúncios na sua programação televisiva, pedindo aos seus espectadores que não assinassem qualquer canal de TV paga³⁸ sem esperar o que a emissora líder iria produzir através da Globosat. Tal como a Abril, a Globo recebeu em 1988 autorização para operar canais em UHF por assinatura no Rio de Janeiro e em São Paulo, mas até 1992 não havia iniciado operações, bloqueando outros atores de ingressarem no setor.

Ao contrário da Abril, a Globosat³⁹ iniciou a distribuição de seus produtos através da tecnologia de satélite em banda C, a qual já era utilizada para levar as imagens do *broadcast* às localidades mais afastadas dos grandes centros. A familiaridade com a tecnologia representou vantagem, pois tal como nos EUA os sistemas de difusão via UHF, SHF e MMDS não chegaram a ganhar mercado, pois demandavam investimentos em infraestruturas locais. Ademais, o uso de tecnologia por satélite permitia abrangência nacional, facilitada pela relação com revendedores de antenas parabólicas e dificultava o acesso de concorrentes no mesmo sistema de distribuição.

Conforme adverte DUARTE (2005), a distribuição direta via satélite não havia sido regulamentada pelas normas de TV por assinatura então vigentes e a Globo teve livre arbítrio para conduzir o negócio tal como desejava, até mesmo com parceiros internacionais caso quisesse, uma alternativa não acessível aos concorrentes que distribuía por cabo, UHF e MMDS.

Apesar da vantagem atribuível ao vácuo normativo, a necessidade de instalação de antenas parabólicas para recepção do conteúdo dificultava o avanço do projeto Globosat em grandes cidades, locais onde a ocupação urbana predominante configura-se em torno de apartamentos ou casas com pequena área privativa. Outros empecilhos eram o alto preço do

³⁷ Em 1990, o Grupo Abril juntamente com a Viacom criou a MTV Brasil, a maior emissora de música e TV segmentada do Brasil. Na mesma década, criou a TVA, uma da pioneira na televisão por assinatura, que já comercializou banda-larga à internet através do Ajato e foi criada a TVA Digisat, que foi substituída pela DirecTV. Pouco depois criou o BOL que foi fundido com o UOL após adquirir parte do provedor. Já no ano de 1991 a TVA dizia ter amealhado 28 mil assinantes que podiam ter acesso a cinco canais fechados e um aberto (TVA filmes, TVA Esportes, TVA Supercanal, TVA notícias e TVA Clássicos). Nesta fase de implantação os grupos Abril e Machline investiriam 26 milhões de dólares ou 1,3 bilhões de cruzeiros no câmbio paralelo da época. Em 1995, entrou em sociedade com a Time Warner e a Sony Pictures. Além da HBO Brasil, a Abril detinha a ESPN Brasil (50% com a Disney), Bravo Brasil (uma parceria com a Bravo Network), Eurochannel, CMT Brasil (50% com a Gaylord Company).

³⁸ “Não assine antes de ver: temos uma ótima notícia, filme, show e esporte para quem já tem antena parabólica”. Essa era a chamada de um dos folders de divulgação do empreendimento. Em 26 de outubro de 1991, entra em operação a Globosat. (NICOLAU, 2016)

³⁹ À época eram quatro canais GNT, Telecine, Multishow e Top Sport. O sistema da Globosat necessitava de uma antena parabólica de 3,60m, operava através do satélite BrasilSat2 e conseguiu vender três mil assinaturas em apenas dois meses, sendo seu primeiro assinante o Hotel Maksoud Plaza em São Paulo.

serviço e a pouca diversidade de conteúdo, se comparado com a concorrência (Multicanal⁴⁰, PluralSat⁴¹ e TVA).

A resposta aos problemas estava na criação de conteúdo próprio que aproveitaria a competência já conquistada pela Globo na produção de audiovisual televisivo no sistema de radiodifusão de sons e imagens, inclusive, pela notoriedade da excelência de seu quadro de profissionais.

A criação de canais pagos nacionais foi vital para a futura supremacia da Globo no setor, que enfrentava uma concorrência baseada na importação de canais inteiros, a maioria com apelos restritos. Futuramente, esta mesma vantagem que permitiria a hegemonia do Grupo Globo no audiovisual segmentado (através dos canais da GloboSat), seria determinante para suas investidas na criação dos serviços de *streaming* (Globoplay e Globosat+), já que a disponibilidade de um grande acervo é elemento essencial para conquista de assinantes.

No plano regulatório, embora o serviço especial de TV segmentada tivesse encontrado alguma menção em decretos de 1982 que atribuíam este serviço a TVs educativas (na Bahia e Rio Grande do Sul), a atividade somente foi regulamentada pela primeira vez em 1988, pelo presidente José Sarney, através do Decreto nº 95.744, de 23 de fevereiro de 1988⁴². Neste período, se apresentaram 14 candidatos, entre os quais se incluía a Globo, sob o registro de Paulista Metro. Em 1990, foram distribuídos mais dez canais, sendo certo que, no primeiro momento, a liderança do mercado não se consolidou em torno de nenhum participante. (DUARTE, 2005)

Como se viu, a Globo foi reticente em empreender como pioneira na TV paga, somente iniciando suas investidas depois que percebeu o interesse do público no projeto do Grupo Abril. Nada obstante, em 1992, o Grupo Globo resolveu reposicionar seus serviços de TV por assinatura, buscando a liderança do mercado.

As atividades de produção foram concentradas na Globosat, tendo sido criada, em 1993, a NetSat, chamada pouco depois de Net Serviços, que passou a cuidar da distribuição do conteúdo. As várias operações vinculadas ao grupo passaram a ser subsidiárias da Net Brasil, empresa que funcionava como intermediária entre programadores e distribuidores, além de funcionar como central de publicidade e coordenadora de meios de distribuição.

⁴⁰ A intenção da Multicanal era comprar pequenas redes de cabos Brasil afora, a fim de transmitir a programação de redes abertas locais e redes internacionais dispostas a negociar seu sinal como C-Span, ECO e Television Espanhola (TVE)

⁴¹ A Pluralsat retransmitia programas dos canais: Antene2, FR3, TF1, Canal+, La Cinq, M6 (todas da França) e ZDF, ARD, Transtel (da Alemanha).

⁴² Art. 2º. O Serviço Especial de Televisão por Assinatura - TVA é o serviço de telecomunicações, destinado a distribuir sons e imagens a assinantes, por sinais codificados, mediante utilização de canais do espectro radioelétrico, permitida, a critério do poder concedente, a utilização parcial sem codificação.

Parágrafo único. Não constitui TVA o encaminhamento de sinais codificados às suas estações repetidoras ou retransmissoras, por parte de concessionárias de serviços de radiodifusão de sons e imagens.

A Net Brasil tinha três sócios: a Globopar (holding da família Marinho), a Rede Brasil Sul (RBS), sediada em Porto Alegre e a Multicanal, pertencente a mesma holding da CMA (Companhia Mineradora do Amapá), maior operadora de múltiplos sistemas de cabo da época (com 18 licenças) e que tinha como um de seus sócios Eike Batista. Com o crescimento da NET e a necessidade de novos investimentos, a participação acionária da RBS foi muito reduzida e a Multicanal desapareceu, pois não foi possível acompanhar as inversões feitas pela Globo Participações através de empréstimos no exterior e abertura de capital em Bolsa de Valores.

Ciente de que não poderia conter o crescimento do setor de TV segmentada, a Globo quis fazer prevalecer a dominância que possuía no audiovisual radiodifundido também no novo sistema de distribuição de conteúdo. Assim, não mediu esforços na busca de capital.

Inicialmente, foi efetuada uma tentativa de aproximação com o Grupo Abril que detinha, em razão de parceria com Hughes Electronics, vantagem no sistema de distribuição por satélite DTH (*Direct to Home*). Porém, não tendo sido possível manter o controle local das operações, como costumava fazer, a família Marinho abandonou as negociações. (DUARTE, 1996)

Estabeleceu-se, assim, um cenário no qual o número de assinantes crescia de 4 a 6% ao mês em 1997, estando distribuído entre dois grandes *players*: DirecTV (em parceria com o Grupo Abril)⁴³ e Sky (formada da parceria entre a Globo e o Grupo News Corp. e a Televisa do México).

No início dos anos 2000, a soberania da Globo no setor parecia inabalável, já que 61% do total de três milhões de assinantes no Brasil estavam sob seu domínio. (DUARTE, 2005)

A Globopar investia em empresas de telecomunicações e a Globo Cabo e a Net Brasil receberam investimentos na casa de 600 milhões de dólares entre 2000 e 2002. A Net Sat operava o serviço Sky para cerca de 471.000 assinantes em março de 2000. Logo foi lançado o serviço de internet em banda larga Virtua, utilizando tecnologia de modem via cabo, além do portal Globo.com.

A Globopar se tornou a responsável pela produção, programação e comercialização de 18 canais de cabo, alcançando mais de dois milhões de lares com distribuição exclusiva da Net. Nesse momento, tornam-se mais evidentes estratégias que fazem prevalecer as trocas entre a experiência de *broadcast* e as novas plataformas de distribuição a cabo, identificadas em anúncios que podem ser vistos atravessando de uma plataforma para outra.

“...Quando tomou os contratos para a transmissão de vários campeonatos de futebol entrou em acordos com a Microsoft, News Corp., Universal/Telemundo e HTM&F, a Globo manteve posição de mercado invejável, com acesso ao melhor do país e a grandes investidores americanos. Graças a novas leis que restringem outras redes de radiodifusão aberta de repartir conteúdos com sistemas de TV paga, o arranjo anterior

⁴³ Em meados de 2004, a NEWS Corporation do magnata Rupert Murdoch (controladora da SKY BRASIL) comprou todas as operações da DirecTV.

da Globo com sinergia entre o canal aberto e as redes de cabo gerenciadas pela Globosat tornou-se uma forte vantagem competitiva.” (DUARTE, 2005)

Este conjunto de arranjos permitiu à líder do *broadcast* brasileiro manter sua hegemonia quando da organização do audiovisual segmentado. Veja-se que tal resiliência não ocorreria sem a contribuição do arsenal normativo que desobrigava a empresa de compartilhar suas produções com outros concorrentes.

Porém, a conquista da liderança também na TV paga não veio sem consequências.

Tudo havia sido desenvolvido em curtíssimo espaço de tempo e as reviravoltas políticas e econômicas da época fizeram com que as dívidas assumidas em moeda estrangeira multiplicassem seu valor, além de promover o empobrecimento do público, levando à redução do número de assinantes já na primeira metade dos anos 2000. Em meados da década, a dívida da Net orbitava 1,3 bilhões de reais e os pagamentos já contavam três anos de suspensão.

Em junho de 2004, a família Marinho apresentou proposta de saneamento financeiro, que incluiu a troca da dívida e um aumento de capital de 639 milhões de reais. Entrou em cena a Telmex, titular da maioria do capital da Embratel, com a compra de 28 operações e 49% das ações, numa tentativa de correção dos rumos.

Porém, o aumento da participação da empresa de telecomunicações no empreendimento audiovisual encontrava barreira na Lei da TV a cabo (1995), circunstância que ao nosso aviso, mais uma vez colocaria em questão a capacidade da Grupo Globo de exercer articulações que extrapolam sua expertise como produtor audiovisual.

É preciso deixar claro que o enfoque histórico apontado não desvelou as articulações atuais com o cenário regulatório, mas apresentou exemplos de como economia, política e Direito se entrelaçam à perspectiva técnica dos meios, bem como influenciam suas produções.

Se a digressão anterior revela que o audiovisual assume certo estatuto condicionado à base tecnológica que está disponível, nos parece evidente que também os marcos regulatórios atravessem as mesmas lógicas. Se a base tecnológica se desenvolve a partir de demandas deste audiovisual e se o conteúdo do jeito que se apresenta não sonega a opacidade do meio no qual flui, não se pode desconsiderar que a regulação é parte importante da constituição deste meio e que seus rastros possam de alguma forma ser percebidos nas materialidades das produções e na interface dos dispositivos e plataformas *on line* de distribuição desses bens culturais.

Assim, o procedimento de rebatimento das camadas que compõem este audiovisual que comparece no *streaming* brasileiro, enfatizando as perspectivas técnica e regulatória, tem na rede Globo um frutífero objeto de observação, já que, como visto, desde o início do seu funcionamento, a empresa manteve-se em meio a um intrincado entrelaçamento dos cenários técnico, jurídico e político e buscou, ao nosso aviso, se adaptar de forma resistir como polo de

produção mesmo envolvida por todos estes movimentos internos e externos que alteraram a maneira de ver e fazer produtos culturais tele-áudio-visíveis ao longo do tempo.

No tópico a seguir, procuraremos explicitar alguns temas importantes da camada regulatória do audiovisual brasileiro como forma de perceber com maior nitidez a ambiência na qual foi gestada a Lei do SeAC que parecia ter regulado também o audiovisual por demanda, unificando pretensões de diversos atores do segmento.

Acreditamos que é essencial ter uma visão das normas pregressas na medida em que elas também podem ser consideradas objetos obsoletos ou atuais que dizem muito sobre o que é o audiovisual contemporâneo, porque suas expressões também se refletem de alguma forma no quadro normativo vigente que subjaz neste. Ademais, a dialética entre excesso e escassez que comparece no plano do conteúdo audiovisual remediado nos serviços *on demand* também é tema relevante aos aspectos da convergência normativa, eis que se pode intuir que esse fenômeno ora se manifesta na existência de um cipoal de normas difíceis de entender (e de cumprir), ora na completa ausência de regulação externa.

4.2 DIMENSÃO NORMATIVA: A REGULAÇÃO DO AUDIOVISUAL NO BRASIL, UMA DESCONTINUIDADE ENTRE DIFUSÃO E OUTRAS TECNOLOGIAS

4.2.1 Década de 1930 a 1950

Hobaika e Borges (2007, p. 13) afirmam que, de maneira puramente técnica, poderíamos dizer que o conceito de telecomunicações abrange o de radiodifusão. Sob esse prisma, telefonia, rádio, televisão e até internet seriam modalidades de telecomunicações. Todavia, sob o ponto de vista jurídico, cada uma destas tecnologias de comunicação representa uma atividade distinta, sujeita a diferentes normas e molduras legais específicas.

Segundo os autores, o primeiro ato normativo que regulou o uso da comunicação hertziana no Brasil foi o Decreto 3.296, de 10 de julho de 1917, durante o governo Venceslau Brás. Através deste ato normativo ficara estabelecido que seriam da exclusiva competência do governo federal os serviços “radiotelegráfico” e radiotelefônico no território brasileiro”⁴⁴.

A preocupação existente à época revelava que a comunicação à distância não só era tida como serviço (atividade) de interesse público, mas também afetava a segurança nacional, tanto que a exploração das estações radiotelegráficas competia ao Ministério da Viação e Obras Públicas, no que dizia respeito às aplicações de caráter civil, e aos Ministérios da Guerra e Marinha, no que se referia às aplicações destinadas à defesa nacional.

⁴⁴ Treze anos antes, o Monsenhor Roberto Landell de Moura, “verdadeiro inventor do rádio”, havia patenteado no Brasil e nos Estados Unidos da América o transmissor de ondas, o telefone sem fio e o telégrafo sem fio (patentes 771.917 de 11 de outubro de 1904, 775.846 de 22 de novembro de 1904 e 3279.1901). (EPOCHTIMES, 2014).

Desde aquele momento, o exercício da atividade foi limitado a brasileiros, ainda que para fins específicos relacionados com a comunicação com estações instaladas em outros países, desenhava-se a partir daí um modelo pautado na lógica da restrição e intervenção do Estado no serviço, ainda não visto como atividade econômica, pelo menos do ponto de vista normativo.

Foi no primeiro mandato de Getúlio Vargas que se estabeleceu a primeira norma na área de radiodifusão. O Decreto 20.047, de 27 de maio de 1931, que definia a radiodifusão como serviço de interesse nacional e com finalidade educativa. A norma teve o mérito de estabelecer condições para exploração de serviços de radiocomunicação, expressão que representava o que hoje chamamos de telecomunicações, eis que incluía “serviços da radiocomunicação, a radiotelegrafia, a radiotelefonia, a radiofotografia, a radiotelevisão, e quaisquer outras utilizações de radioeletricidade, para a transmissão ou recepção, sem fio, de escritos, sinais, imagens ou sons de qualquer natureza por meio de ondas hertzianas”. (BRASIL, 1931)

O Decreto de Getúlio Vargas autorizava o uso de aparelhos receptores de radiodifusão⁴⁵ sem objetivo comercial e sem perturbações na recepção feita por outrem, mediante inscrição e pagamento de uma contribuição anual. Esse tributo foi regulamentado no Decreto 21.111, de 1932. Porém, a exploração das radiocomunicações em geral (militares e públicas) no território nacional continuava a ser monopólio da União, enquanto o serviço internacional público poderia ser explorado pela União e por terceiros, mediante concessão federal.

A preocupação com a segurança nacional também se revelava no fato de que, mesmo as concessões, só poderiam ser feitas pelo prazo renovável de dez anos, a companhias nacionais idôneas, que constituíssem a sua diretoria com dois terços, no mínimo, de brasileiros; que admitissem somente operadores brasileiros; que empregassem, efetivamente, nos outros serviços, quer técnicos, quer administrativos, dois terços, no mínimo, de pessoal brasileiro e que se subordinassem às demais condições estabelecidas no decreto e respectivo regulamento. Importante lembrar que a tomada de decisões finais nestas empresas era objeto de atenção do Estado, tanto que as funções de administração deveriam competir aos diretores brasileiros.

Restava claro que o momento político revolucionário fazia como que as preocupações com a segurança do Estado se sobrepusessem a quaisquer outros interesses, especialmente os estrangeiros, mesmo levando em conta que os avanços tecnológicos dependeriam de grandes investimentos para acontecerem.

Destaque-se que essas normas permitiam a delegação de serviços de comunicação interior apenas a particulares ou corporações nacionais.

⁴⁵ O serviço de radiocomunicação era classificado como radiodifusão quando se destinava à difusão de comunicações radiotelefônicas a serem recebidas pelo público, diretamente ou por intermédio de estações translatórias.

Quanto à radiodifusão, além de ter sido considerada de interesse nacional e de finalidade educativa, deveria ser operada através de rede nacional instituída pela União como forma de unificar os serviços. As finalidades seriam fiscalizadas pelo Ministério da Educação e Saúde e a regularidade técnica pelo Ministério da Viação e Obras Públicas. As sociedades civis que já praticavam os serviços de radiodifusão à época poderiam continuar a executá-los a título precário, desde que se submetessem às exigências educacionais do Ministério da Educação e às exigências técnicas impostas pelo Ministério da Viação.

Vale observar que o prazo das novas concessões continuou a ser de 10 anos renovável ao juízo do Governo, mantidas as limitações relacionadas com a propriedade por pessoa física ou jurídica que não fosse nacional e que não tivesse os serviços realizados por brasileiros. Importante detalhe é que, embora houvesse um início de diferenciação entre radiodifusão e demais formas de telecomunicação, as limitações impostas permaneciam as mesmas para todos os segmentos da atividade. Havia aqui uma convergência normativa, embora não se pudesse ainda cogitar uma convergência tecnológica.

Os atos do chamado Governo Provisório eram marcados pelo diagrama da disciplina/limitação tanto de conteúdo, como de distribuição. A distribuição das frequências era de exclusiva responsabilidade do Governo Federal, dado ao seu interesse nacional, e deveria respeitar uma ordem na qual eram levados em conta primeiro a defesa nacional e o interesse dos serviços executados pela União, depois, o interesse dos serviços executados por terceiros.

Outro marco importante da legislação da década de 1930 consistiu na autorização de propaganda no rádio, limitando seu tempo a 10% da programação⁴⁶. Surge, a partir daí a possibilidade de utilização do tempo de audiência para fins comerciais, o que mais tarde refletirá no desenvolvimento da técnica de distribuição produtos midiáticos por via deste tipo de tecnologia, inclusive quanto à duração das inserções comerciais que até os dias de hoje são precificadas em unidades de tempo não superior a 30 segundos.

O decreto de 1932 ainda criou a “Hora do Brasil” que teve sua transmissão iniciada em 22 de julho de 1935, passando a se tornar obrigatória em 1938. O ato normativo definia detalhadamente os conceitos e a natureza dos serviços de radiocomunicação, classificando-o quanto ao tipo de exercício e fixava a competência para cada tipo de serviço, além de estabelecer o processo que deveria ser observado para a outorga de concessões e permissões de uso de espectro eletromagnético.

⁴⁶ Art. 73. Durante a execução dos programas é permitida a propaganda comercial, por meio de dissertações proferidas de maneira concisa, clara e conveniente à apreciação dos ouvintes, observadas as seguintes condições:

- a) o tempo destinado ao conjunto dessas dissertações não poderá ser superior a dez por cento (10%) do tempo total de irradiação de cada programa;
- b) cada dissertação durará, no máximo, trinta (30) segundos;
- c) as dissertações deverão ser intercaladas nos programas, de sorte a não se sucederem imediatamente;
- d) não será permitida, na execução dessas dissertações, a reiteração de palavras ou conceitos.

Neste ínterim, fora promulgada a Constituição de 1934 que havia mantido sob a competência da União a exploração direta ou a concessão dos serviços de telégrafos, radiocomunicação, nos termos de seu art. 5º, inciso VIII, bem como reafirmado a prioridade de definição das atividades das empresas concessionárias por brasileiros natos. (art. 135 e 136)⁴⁷.

A referida Carta Política ainda demarcou a vedação de propriedade de empresas jornalísticas, políticas ou noticiosas a sociedades anônimas por ações ao portador e a estrangeiros e a responsabilidade principal e de orientação intelectual ou administrativa da imprensa política ou noticiosa só a brasileiros natos. A previsão normativa visava impedir que a atividade considerada estratégica para os destinos do Brasil pudesse ser explorada por estrangeiros, porém, as limitações tinham como efeito colateral a imposição de entraves ao desenvolvimento da tecnologia nacional, pois limitava a concorrência.

Essas limitações foram mantidas na Constituição de 1937 (art. 146 e 150), sendo certo que, na Constituição democrática de 1946, ficou expressamente vedada a propriedade de empresas jornalísticas, fossem políticas ou simplesmente noticiosas, assim como a de radiodifusão, a sociedades anônimas por ações ao portador e a estrangeiros. Nem esses, nem pessoas jurídicas, excetuados os Partidos Políticos nacionais, podiam ser acionistas de sociedades anônimas proprietárias dessas empresas. A brasileiros (art. 129, n^{os}. I e II) caberia, exclusivamente, a responsabilidade principal delas e a sua orientação intelectual e administrativa⁴⁸.

Deve-se observar, entretanto, que este arcabouço jurídico estabilizava expectativas no seguimento da radiodifusão, mas a radiotelevisão, dada às inovações tecnológicas e negociais que representava, permanecia numa espécie de limbo normativo pressionado pelas iniciativas empresariais. Aliás, um limbo produtivo, eis que no período entre 1959 (ano no qual começou a ser divulgado pelo IBGE) e 1962 o número de emissoras de televisão existentes no Brasil ampliou-se de oito para vinte e sete. (PIERANTI; MARTINS, 2007)

Esse aumento foi sendo proporcionalmente menor até a criação do Código de Telecomunicações Brasileiro, pois o custo da tecnologia da época não permitia que a audiência do interior do Brasil pudesse migrar do rádio para a TV. Assim, o rádio se estabeleceu nesse

⁴⁷ CF/1934. Art. 135 - A lei determinará a percentagem de empregados brasileiros que devam ser mantidos obrigatoriamente nos serviços públicos dados em concessão, e nos estabelecimentos de determinados ramos de comércio e indústria. Art. 136 - As empresas concessionárias ou os contratantes, sob qualquer título, de serviços públicos federais, estaduais ou municipais, deverão: a) constituir as suas administrações com maioria de diretores brasileiros, residentes no Brasil, ou delegar poderes de gerência exclusivamente a brasileiros; b) conferir, quando estrangeiros, poderes de representação a brasileiros em maioria, com faculdade de substabelecimento exclusivamente a nacionais.

⁴⁸ Como se verá adiante, a superação desta previsão foi manobra de extrema relevância para a Globo, eis que no início de suas operações, ela manteve contrato com o grupo estadunidense Time-Life, negociação que mesmo tendo sido submetida a questionamento no Parlamento brasileiro através de CPI (comissão parlamentar de inquérito), foi cumprida por tempo suficiente para permitir grandes vantagens competitivas à empresa de mídia.

período como a mídia do interior, enquanto a TV dominava os centros urbanos mais desenvolvidos e onde se concentravam a maior parte das verbas com publicidade.⁴⁹

O quadro abaixo resume algumas tendências dos pilares normativos desse período:

Quadro 2 - Pilares normativos e movimento de convergência - 1930 a 1950

Período	Pilares normativos da comunicação audiovisual	Espécie de movimento
1930 a 1950	Atividade restrita a brasileiros; Regime restritivo e intervencionista → disciplina e limitação pelo Poder Executivo; Serviço público estratégico; Finalidade educativa; Confusão entre telecomunicações e radiodifusão; Unidade normativa entre (rádio e TV); Introdução do caráter comercial com autorização de ‘dissertações” de 30 segundos, por, no máximo, 10% do tempo de programação.	Convergência normativa inicial (Dec. 20.047/1931), gradualmente substituída por divergência consistente em regras de menor hierarquia para cada setor; Divergência tecnológica

Fonte: o autor

4.2.2 Década de 1960 ao início dos anos 2000

Depois de um longo período de regência das normas antes mencionadas e de nove anos de discussões no Parlamento, os setores de radiodifusão e telefonia passaram a ser regidos no Brasil por um único instrumento legal, o Código de Brasileiro de Telecomunicações (Lei 4.117, de 27 de agosto de 1962, fruto da aprovação do PL n. 36 de 1953 do Senado convertido no PL 3549 de 1957, quando recebido pela Câmara de Deputados). Esta legislação definia como telecomunicações os serviços de transmissão, emissão ou recepção de símbolos, caracteres, sinais, escritos, imagens, sons ou informações de qualquer natureza, por fio, rádio, eletricidade, meios óticos ou qualquer outro processo eletromagnético (no diagrama ponto-a-ponto). A telefonia foi definida como o processo de telecomunicação destinado à transmissão da palavra falada ou de sons e a radiodifusão como serviço destinado a ser recebido direta e livremente pelo público em geral, compreendendo radiodifusão sonora e televisão (no diagrama ponto-massa).

⁴⁹ Em 1962 a TV ultrapassou o rádio em termos percentuais no bolo publicitário, ocupando uma fatia de 24,7% contra 23,6% (PIERANTI; MARTINS, 2007). Desde então, nunca foi superada.

Percebe-se neste marco normativo uma tentativa de unificação de tecnologias e de redução de tratamentos diversificados, caracterizando-se como um movimento de convergência normativa, que caminhou paralelamente à convergência tecnológica e de conteúdo, já que neste momento a televisão já se apresentava como destino de uma gama ampla de produtos informacionais e culturais.

Estes serviços de difusão de imagens e sons seriam executados diretamente pela União ou através de concessão, autorização ou permissão. Os prazos de concessão e autorização seriam de 10 (dez) anos para o serviço de radiodifusão sonora e de 15 (quinze) anos para o de televisão, podendo ser renovados por períodos sucessivos e iguais se os concessionários cumprissem todas as obrigações legais e contratuais e mantivessem sua idoneidade segundo parecer dado pelo Conselho Nacional de Telecomunicações.

As concessionárias não poderiam ser sociedades por ações ao portador ou empresas que não fossem constituídas exclusivamente dos brasileiros natos (art. 44). Os diretores e gerentes deveriam ser brasileiros natos e os técnicos encarregados da operação dos equipamentos transmissores brasileiros ou estrangeiros com residência exclusiva no país, permitida em caráter excepcional e com autorização expressa do Conselho de Telecomunicações, a admissão de especialistas estrangeiros, mediante contrato, para estas últimas funções⁵⁰.

A instituição do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT) - Lei 4.117 de 27 de agosto de 1962 - representou o ápice de um processo no qual se contrapuseram as concepções que enfatizavam a necessidade de uma regulação que destacasse o papel educativo e cultural da radiodifusão e as que viam tal atividade sob o enfoque eminentemente comercial. Veja-se que, desde os anos 1920, já se mantinha em relação ao rádio a mesma disputa, tanto que fora necessário a edição do Decreto 20.047 de 1931, segundo o qual a radiodifusão era considerada como de interesse nacional e com fins educativos. (CAPARELLI, 1982 apud BOLAÑO, 2010)

Em 1961, Jânio Quadros assinou o Decreto 50.840 criando o CONTEL (Conselho Nacional de Telecomunicações), o qual estava subordinado diretamente à Presidência da República, e reduzindo o prazo das concessões para três anos. Nada obstante, a referida norma não foi cumprida diante da renúncia de Jânio no ano seguinte. Essa mudança pretendia ampliar o controle governamental sobre a prestação do serviço e sobre as empresas prestadoras, reforçando o caráter público da atividade.

Ainda que a atividade relacionada às comunicações fosse considerada assunto de interesse da segurança nacional, a situação instável que se estabeleceu no quadro sociopolítico brasileiro no início da década de sessenta acabou permitindo que o Código Brasileiro de

⁵⁰ Atualmente a legislação prevê que pelo menos 70% (setenta por cento) do capital total e do capital votante deverá pertencer, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, que exercerão obrigatoriamente a gestão das atividades e estabelecerão o conteúdo da programação. (Redação dada pela Lei nº 13.424, de 2017)

Telecomunicações fosse moldado majoritariamente segundo os interesses das entidades privadas que já se estabeleciam na área. A lei veio à tona depois da derrubada dos 52 vetos que haviam sido feitos por João Goulart, tudo sob o olhar atento da ABERT (Associação Brasileira de Rádio e Televisão).

Conforme explicita a própria página da associação na rede mundial de computadores, a ABERT nasceu da luta contra os vetos do presidente João Goulart ao Código Brasileiro de Telecomunicações. Nesse momento, o empresariado de radiodifusão começa a despertar e parte para um trabalho de arregimentação da sociedade. Ao procurar os jornalistas Roberto Marinho (Rádio Globo do Rio de Janeiro) e Nascimento Brito (Rádio Jornal do Brasil), João de Medeiros Calmon (presidente do Sindicato de Empresas de Radiodifusão do Rio de Janeiro) cria um grupo de trabalho para discutir os vetos⁵¹. Em um encontro, no Hotel Nacional, em Brasília, o grupo reúne representantes de 213 empresas.

Os participantes do encontro foram responsáveis não só pela derrubada dos 52 vetos, como também pela formação da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão⁵², entre as figuras que compunham este movimento de resistência à vontade do Presidente da República estavam proprietários de mídia que se tornariam políticos de longa trajetória no legislativo brasileiro, tais como Carlos Lacerda, dono da Tribuna da Imprensa, e Antônio Carlos Magalhães, proprietário de seis afiliadas da Globo, três vezes Governador da Bahia, Ministro das Comunicações no Governo de José Sarney e Senador da República por dois mandatos (1995 a 2007).

Esta intervenção dos empresários levou à criação de um sistema comercial privado de rádio e televisão, com base num modelo de concessões públicas, ainda que preservando o direito de a União executar serviço idêntico, dando preferência, no processo de outorgas, às pessoas jurídicas de direito público, inclusive universidades, conforme já explicitado acima. (BOLAÑO, 2010)

O código foi disciplinado pelo Decreto Presidencial 52.026, de maio de 1963, o qual detalhava as atribuições do CONTEL (Conselho Nacional de Telecomunicações) e do DENTEL (Departamento Nacional de Telecomunicações). Ainda naquela década, mas após a entrada em vigor da Constituição de 1967, foi editado o Decreto-Lei 236, que limitou as concessões ao número de dez emissoras por entidade, sendo no máximo cinco em VHF e duas por Estado da Federação, eliminando a participação de estrangeiros na propriedade ou na

⁵¹ 13 vetos pretendiam destacar o papel do Poder Executivo nas telecomunicações como a autoridade concessionária e fiscalizadora, como por exemplo aquele que afastava a previsão de prazo determinado para as concessões, ao argumento de que o interesse público deveria se sobrepor ao interesse privado; 16 versavam sobre competências dos ministérios e outros órgãos públicos, limitando a liberdade dos empresários e impondo sanções para certas práticas como difusão de notícias falsas; 8 tentavam evitar conflitos com outros marcos normativos; 11 diziam respeito a imprecisões textuais e 4 tratavam de situações variadas. (PIERANTI; MARTINS, 2007)

⁵² Disponível em <https://www.abert.org.br/web/index.php/quemsomosnew/menu1/histoabert>

direção de empresas de comunicação no país. Visava-se evitar a concentração horizontal de emissoras e o conseqüente monopólio da produção e circulação de informações, mas esta regra foi facilmente burlada, pois não havia impedimentos fortes para a distribuição de imagens para emissoras associadas.

Segundo afirma Bolaño (2010), o rigor em relação ao capital estrangeiro se devia à experiência nefasta da entrada da TV Globo no mercado brasileiro com o apoio do grupo norte-americano Time-Life. Porém, a própria Rede Globo se beneficiou do fechamento das portas do mercado nacional ao capital estrangeiro, na medida que, por vias obliquas, foi a única que conseguiu manter sua parceira estratégica neste momento de organização do *broadcast* brasileiro, adquirindo vantagem técnica sobre as concorrentes.

Deve-se ressaltar que o Código de Telecomunicações não se preocupou em estabelecer reservas para a proteção de difusão de conteúdo nacional, apenas indicando que parte da programação tivesse caráter educativo e informativo. Essa omissão se relacionava ao fato de que o uso da tecnologia de vídeo-tape (inventado em 1956) havia chegado ao Brasil apenas em 1960, sendo certo que a introdução de imagens estrangeiras na programação televisiva era inexistente no período no qual se iniciou a tramitação do projeto de lei.

Somente em 1957 passou a ser comum a introdução de séries cinematográficas importadas dos Estados Unidos da América⁵³ na programação das TVs brasileiras que se dedicavam em sua maioria à transmissão de eventos esportivos, teleteatro, telenovelas e programas jornalísticos. Obviamente, o esforço dos empresários do momento não apontava para aceitação de limitações governamentais ao conteúdo, especialmente àquele que poderia ser de aquisição mais barata e de grande apelo público.

Ainda em 1967, cria-se o Ministério das Comunicações, o qual assimila o CONTEL e o DENTEL. Cinco anos depois, é criado o Sistema Telebrás que incorpora a EMBRATEL e as TVs Educativas, formando uma rede composta de emissoras ligadas aos governos estaduais ou às universidades.

Esta digressão revela que o sistema que vigorava à época estaria centrado na sua abrangência espacial e que, muito embora a legislação prevísse salvaguardas contra a concentração de emissoras nas mãos de alguns grupos econômicos com maior poder de realização, estas medidas não impediriam que a produção audiovisual se concentrasse em torno de uns poucos oligopólios, até porque, a proibição de concentração de propriedade de emissoras não se estendia à assimilação de afiliadas, para fins de distribuição de produtos audiovisuais.

Aliás, em certo momento, a referida concentração foi até mesmo justificada pela tentativa de se construir uma rede que permitisse a formação de uma pretensa unidade cultural

⁵³ Rin-Tin-Tin, o primeiro seriado estrangeiro dublado, foi transmitido a partir de 1959 pela TV Tupi. (AMORIM, 1987)

nacional em manifesto prejuízo das identidades regionais, na medida em que as produções que eram repetidas ao longo do território nacional provinham de centros como São Paulo e Rio de Janeiro. A literatura especializada chega a apontar como único exemplo de relativo sucesso que fugia desta lógica a RBS (Rede Brasil Sul), uma afiliada da Rede Globo em território Rio Grandense. (RIBEIRO, SACRAMENTO e ROXO, 2010)

Vale destacar, ainda, que a competitividade internacional das grandes redes brasileiras, especialmente a Globo, esconderia o fracasso do sistema educativo estatal e das emissoras locais, essencialmente limitadas à condição de retransmissoras.

Segundo Bolaño (2010), tratou-se de um modelo nacionalista e concentrador que ao mesmo tempo que protegia os capitais instalados de uma concorrência externa, limitava a manifestação das expressões locais e o desenvolvimento de um panorama audiovisual diversificado, servindo basicamente a interesses políticos e econômicos hegemônicos que se articulavam no seu interior.

A inexistência de regras antimonopolistas mais consistentes (como as que evitariam, no futuro, a propriedade acumulada de empreendimentos de telecomunicação e de radiodifusão) favorecia a manutenção da exploração do espectro de frequências por grupos familiares e oligarquias locais que já haviam se estabelecido no mercado de então.

Essa situação se manteve até a privatização do sistema de telefonia pelo governo de Fernando Henrique Cardoso no final da década de 1990, o qual provocou a fragmentação e privatização do sistema Telebrás com a ampliação da concorrência e o ingresso de empresas estrangeiras no setor de telecomunicações.

Com a Constituição de 1988 os embates entre progressistas e conservadores no que dizia respeito à regulação do audiovisual se manteve aceso.

Duas frentes estavam formadas. Aquela conduzida pela ABERT que aparecia como uma força vinculada à ala conservadora, conhecida como “Centrão” e a outra que era influenciada pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ).

A ABERT mantinha a defesa da ideia de que a radiodifusão deveria ser controlada pelo Poder Executivo e entregue à iniciativa privada, já a FENAJ propunha a criação de um Conselho Nacional de Comunicação, órgão autônomo que seria composto por entidades de trabalhadores do setor e por representantes da sociedade civil, com a finalidade de controlar as atividades de radiodifusão, as quais deveriam ser exercidas por entidades sem fins lucrativos.

A solução encontrada foi consolidada nos art. 221 a 224, da Constituição Federal⁵⁴.

⁵⁴ Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:
 I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
 II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
 III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
 IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família. (grifo nosso)

Apesar de aparentemente ter sido ampliada a participação do Poder Legislativo na manutenção ou revogação das antigas outorgas, o que de fato ocorreu foi a intensificação das garantias que os antigos concessionários já possuíam, na medida em que se passou a exigir o quórum qualificado de 2/5 dos membros do Congresso Nacional (206 deputados e 33 senadores) além da votação aberta, o que geraria evidente enfraquecimento na liberdade de decisão do parlamentar.

A mais importante concessão à ala mais à esquerda do espectro político foi a criação do Conselho de Comunicação Social, o qual teve sua estrutura regulamentada pela Lei 8.389, de 30 de setembro de 1991, mas só veio a funcionar a partir de 2003.

Atualmente o Conselho funciona junto ao Congresso Nacional e se reúne periodicamente para opinar sobre projetos de lei e outras iniciativas parlamentares que dizem respeito aos setores ligados à comunicação social. Seus membros devem ser pessoas maiores de 18 anos de idade e com reputação moral ilibada, eleitas pelo Congresso Nacional entre integrantes das categorias profissionais ligadas à comunicação e representantes da sociedade civil para um mandato de dois anos, permitida uma recondução.

Já no final da década de 1990, com o Governo de Fernando Henrique Cardoso, foi criada a Agência Nacional de Telecomunicações, representando uma mudança no paradigma então vigente, antes concentrado na figura da União, enquanto pessoa jurídica de direito público, através do Ministério das Comunicações, depois descentralizado para empresas privadas reguladas por uma entidade com natureza autárquica pretensamente mais independente em relação ao governo federal.

A intenção original do governo de Fernando Henrique consistia na entrega da regulação do setor de radiodifusão (Rádio e TV) também para a ANATEL, mas apenas a TV a cabo

Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, aos quais caberá a responsabilidade por sua administração e orientação intelectual.

§ 1º - É vedada a participação de pessoa jurídica no capital social de empresa jornalística ou de radiodifusão, exceto a de partido político e de sociedades cujo capital pertença exclusiva e nominalmente a brasileiros.

§ 2º - A participação referida no parágrafo anterior só se efetuará através de capital sem direito a voto e não poderá exceder a trinta por cento do capital social.

Art. 223. Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.

§ 1º O Congresso Nacional apreciará o ato no prazo do art. 64, § 2º e § 4º, a contar do recebimento da mensagem.

§ 2º A não renovação da concessão ou permissão dependerá de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal.

§ 3º O ato de outorga ou renovação somente produzirá efeitos legais após deliberação do Congresso Nacional, na forma dos parágrafos anteriores.

§ 4º O cancelamento da concessão ou permissão, antes de vencido o prazo, depende de decisão judicial.

§ 5º O prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão.

Art. 224. Para os efeitos do disposto neste capítulo, o Congresso Nacional instituirá, como seu órgão auxiliar, o Conselho de Comunicação Social, na forma da lei.

acabou por ser regulada pela referida agência criada pela Lei Geral das Telecomunicações (Lei 9.472, de 16 de julho de 1997)⁵⁵.

Vale ressaltar que a essa altura já havia sido publicada a Lei da TV a Cabo (Lei 8.977, de 06 de janeiro de 1995), porém, a TV aberta continuou sob a égide do Código Brasileiro de Telecomunicações - Lei 4.117 de 1962. Mais uma vez, via-se um emaranhado de normas ser concebido para o tratamento de assuntos com origens semelhantes. Aquilo que havia convergido para uma única legislação na década de 1960, passou a ter tratamento em diversas leis e decretos regulamentares, voltando a imperar as divergências de tratamento legislativo nada saudáveis para a segurança dos interessados em ingressar neste segmento, mas bastante preservadora dos interesses dos *players* já estabelecidos.

O quadro abaixo resume os movimentos normativos normativa desse período:

Quadro 3 – Pilares normativos e movimento de convergência - 1960 a 1990

Período	Pilares normativos da comunicação audiovisual	Espécie de movimento
1960 a 1990	<p>Atividade ainda restrita a brasileiros;</p> <p>Início da diferenciação entre telecomunicações e radiodifusão;</p> <p>Regime de bem público (espectro de radiofrequências), baseado em concessões;</p> <p>Introdução de interesses privados → participação de associações na derrota do caráter público quando elaboração do marco normativo;</p> <p>Caráter educativo, informativo obrigatório, convivendo com o caráter comercial;</p> <p>Manutenção do nacionalismo e concentração de poder nas mãos de antigos grupos;</p> <p>Regime de concessão limitado (cinco emissoras por entidade), facilmente superado pelas estratégias dos <i>players</i> já estabelecidos.</p>	<p>Convergência Normativa por Consolidação de Normas – Codificação – Lei 4.117/1962;</p> <p>Convergência sociotécnica → Televisão como ponto de chegada de mídias progressas (rádio, teatro, imprensa)</p>

⁵⁵ Nossos levantamentos indicam que esta manutenção do quadro normativo para radiodifusão se deveu às ingerências da própria Rede Globo, eis que a norma que poderia advir para regulação do modelo de distribuição audiovisual segmentado, tendia à promover controle sobre conteúdo, impondo certas obrigações que não eram previstas para o setor de radiodifusão, tais como canais ou programas obrigatórios. (BOLANOS, 2010)

	Ausência de incentivo ao conteúdo nacional.	
--	---	--

Fonte: o autor

Quadro 4 - Pilares normativos e movimento de convergência - 1990 a 2000

(continua)

Período	Pilares normativos da comunicação audiovisual	Espécie de movimento
Anos 1990 a 2000	Ampliação das garantias de concessionários; Pretensão de controle social (criação do Conselho de Comunicação Social); Consolidação do sistema comercial privado; Regulação por agência autônoma com redução da influência do Poder Executivo; Instituição de marco normativo para a TV a cabo; Abertura das telecomunicações ao capital estrangeiro.	Divergência normativa inicial; Divergência tecnológica, gradualmente substituída por convergência entre audiovisual e telecomunicações; A Lei do cabo inaugura uma convergência normativa parcial;

Fonte: o autor

4.2.3 Marcos da regulação da TV segmentada

O embate entre progressistas e conservadores delineado no item anterior foi retomado quando da regulamentação dos serviços de TV segmentada.

A primeira manifestação deste poder regulatório deu-se com a publicação do Decreto 95.744, de 23 de fevereiro de 1988, que visou disciplinar o serviço especial de televisão por assinatura, o qual tratava da distribuição de sinais ponto a ponto por UHF codificado e por satélite.⁵⁶ Esse serviço poderia ser objeto de outorga às companhias nacionais, com ações exclusivamente nominativas, ou às sociedades por cotas de responsabilidade limitada, desde que as ações ou cotas fossem subscritas, exclusivamente, por brasileiros.

Observe-se que, neste período, como ainda não havia ocorrido a abertura do mercado de telecomunicações, também prevalecia a proibição de participação de estrangeiros na gestão das empresas que viessem a prestar o serviço que se enquadrava como espécie de telecomunicação e, curiosamente, estava sujeito aos limites estabelecidos no marco regulatório

⁵⁶ O Serviço Especial de Televisão por Assinatura - TVA foi definido como o serviço de telecomunicações, destinado a distribuir sons e imagens a assinantes, por sinais codificados, mediante utilização de canais do espectro radioelétrico, permitida, a critério do poder concedente, a utilização parcial sem codificação.

aplicável à radiodifusão naquilo que coubesse (conforme parágrafo único, do art. 1º, do Decreto).

Ainda em 1988, a portaria 143, do Ministério das Comunicações, tratou do serviço de recepção de sinais de TV via satélite e sua distribuição por meios físicos a usuários, além de regular a transmissão por cabos.

No final do governo de José Sarney, a Portaria 250, de 13 de dezembro de 1989 criou o serviço de distribuição de sinais de televisão por meios físicos (DISTV), limitado à retransmissão da programação da TV aberta em condomínios fechados, o qual não era considerado como serviço de telecomunicações. Em reação a esta regulamentação por decreto presidencial, organizou-se o primeiro Fórum Nacional de Democratização da Informação, em 1991, ano em que foram paralisadas as concessões de licenças para DISTV.

Nos primeiros anos da década de 1990, o Poder Executivo e os grupos empresariais que viriam a dominar o setor de TV a cabo no Brasil se fizeram ausentes das discussões. Em 1993, foi criada a Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA) com a entrada das Organizações Globo e da TVA. Já a Telebrás e a Federação Interestadual dos Trabalhadores em empresas de Telecomunicações (Fittel) se posicionaram contra a reestruturação do sistema de telecomunicações e à abertura do setor à iniciativa privada.

Em meio a esse cenário, foi aprovada a Lei 8.977, de 06 de janeiro de 1995, que havia seguido processo legislativo sem qualquer percalço, uma vez que seu projeto não sofreu qualquer emenda em nenhuma das duas casas do congresso nacional e que foi sancionado expressamente pelo Presidente da República sem qualquer veto.

A grande vitoriosa no processo foi a ABTA, na medida em que garantiu a exclusividade do setor privado na exploração dos serviços de TV a Cabo. (BOLAÑO, 2010)

De todo modo, o Conselho de Comunicação Social se manteve como proeminente no processo de concessões, tendo sido definida a rede de telecomunicações como bem público e unificado. Assim, não se pode afirmar que o Legislativo renunciou a sua parcela de domínio sobre o sistema.

Por outro lado, a segunda vitória da ABTA foi a ampliação do capital estrangeiro nas empresas de TV a Cabo, passando para 49%, enquanto tal participação era vedada pelo texto original da Constituição de 1988 em relação à radiodifusão.

O sistema Telebrás foi um grande perdedor nesta disputa regulatória, eis que “começou as negociações querendo impor-se como único operador de TV a cabo no país e único proprietário de redes de telecomunicações, mas terminou aceitando a exclusividade do mercado para operadores privados e a parceria destes na construção e propriedade das redes”. (JAMBEIRO, 2000 apud BOLAÑO, 2010)

Assim como em 1962, o congresso nacional teve um papel determinante a favor dos interesses do empresariado do setor nas negociações da edição da Lei da TV a cabo, haja vista que as alterações legislativas mantiveram a estrutura hegemônica semelhante a que já se desenvolvia no *broadcast*⁵⁷. Dois anos depois, seria criada a ANATEL, vinculando-se os sistemas de distribuição de audiovisual ponto a ponto⁵⁸ às atividades de telecomunicação que estariam no seu âmbito de fiscalização.

Em resumo, apesar da manutenção de um sistema de acesso às concessões por entidades privadas já participantes do sistema de *broadcasting*, a Lei 8.977/1995 apresentou alguns pontos que merecem destaque: a) mudança do protagonismo do paradigma regulatório concentrado no Poder Executivo (através de decretos e portarias) para a definição de marco legal, com participação do Poder Legislativo; b) consolidação do caráter público do serviço⁵⁹, com a proibição de discriminação de conteúdos por parte dos concessionários e c) a garantia de uma tecnologia única, onde seria possível a padronização e a conectividade, de acordo com políticas públicas que poderiam ser desenvolvidas a partir de então.

A mudança do modelo que vinha predominando desde 1962 não seria feita com a implementação das novidades trazidas pela Constituição de 1988 ou pela Lei do Cabo, mas somente seria iniciada com a privatização das telecomunicações levada a efeito pelo Presidente Fernando Henrique Cardoso. Os dois marcos normativos que permitiram este cambio foram a Lei Geral de Telecomunicações, Lei 9.472, de 16 de julho de 1997 e a proposta de uma Lei Geral da Comunicação eletrônica de massa.

A grande inovação foi a mudança de paradigma do papel do Estado na definição das políticas públicas do setor, com a transferência da atividade de permissão, regulação e fiscalização do Ministério das Comunicações (órgão despersonalizado da estrutura da administração direta federal) para uma agência dotada de personalidade jurídica própria com uma maior independência das instâncias de governamentais clássicas de poder.

A referida agência apesar de ser pautada nas lógicas do presidencialismo de coalisão (escolha de seus integrantes pelo Poder Executivo com posterior aprovação pelo Legislativo) incorporou mecanismos democráticos importantes, como as consultas públicas, presentes também na legislação da TV a cabo, além de assumir o papel que o Conselho de Comunicação

⁵⁷ Havia na lei inclusive menção expressa a este respeito: Art. 38. O Poder Executivo deve levar em conta, nos regulamentos e normas sobre o serviço de TV a Cabo, que a radiodifusão sonora e de sons e imagens é essencial à informação, ao entretenimento e à educação da população, devendo adotar disposições que assegurem o contínuo oferecimento do serviço ao público. Parágrafo único. As disposições mencionadas neste artigo não devem impedir ou dificultar a livre competição.

⁵⁸ Machado Filho (2020), orientando-se pelo critério do conteúdo, considera o audiovisual da TV a cabo como integrante do diagrama ponto-massa, cujo acesso é limitado pelo preenchimento de certas condições.

⁵⁹ Art. 2º O Serviço de TV a Cabo é o serviço de telecomunicações que consiste na distribuição de sinais de vídeo e/ou áudio, a assinantes, mediante transporte por meios físicos.

Parágrafo único. Incluem-se neste serviço a interação necessária à escolha de programação e outras aplicações pertinentes ao serviço, cujas condições serão definidas por regulamento do Poder Executivo.

Social deveria exercer, na medida em que foram inseridos os serviços de TV a Cabo, MMDS e DTH entre as atividades privadas reguladas pertinentes ao setor de telecomunicações e fruto de permissões de serviço, tendo ficado de fora o *broadcast*, que se enquadrava para fins jurídicos como atividade de radiodifusão de imagens e sons. Assim, enquanto a Lei Geral de Telecomunicações disciplinava o setor de telecomunicações e de TV segmentada, a TV aberta continuava a ser regulada pela Lei 4.117 de 1962 (o antigo Código Brasileiro de Telecomunicações).

O rompimento da unidade do vetusto CBT pela Lei 9.472, de 1997 deveria ser transitório, pois o projeto de Lei Geral da Comunicação Eletrônica de Massa estava sendo gestado. Acontece que esta última regulação nunca viria à tona.

Em setembro de 1999, Daniel Herz, coordenador do Fórum Nacional pela Democratização das Comunicações divulgou a quinta versão do projeto no sítio eletrônico www.aceso.com. Porém, conforme lembra Bolaño (2010), o então Ministro das Comunicações, Sr. Pimenta da Veiga, reconheceu que as discussões estavam estagnadas. O projeto tinha a virtude de prever dispositivos antimonopólio, como a proibição da propriedade acumulada de TV aberta e TV a cabo numa mesma localidade pelo mesmo grupo empresarial ou a proibição de uma cobertura nacional superior aos 30% dos domicílios com TV e ainda exigências referentes à regionalização da produção que visavam promover a desconcentração do setor.

No final do mesmo ano, o presidente da ANATEL, Renato Guerreiro, anunciou a proposta da agência reguladora de novas regras para o setor e prometeu submetê-la à consulta pública, mas o Ministério das Comunicações não se demonstrou favorável ao texto.

O que se negociava no final do governo de Fernando Henrique Cardoso era a participação de capital estrangeiro na radiodifusão. Porém, esta possibilidade contrariava os interesses de grandes oligarquias que se estabeleciam no setor, na medida em que permitiria a entrada de concorrentes de peso no mercado, apesar de permitir uma desejável capitalização das produtoras que se encontravam em situação de dificuldade financeira. O momento era emblematicamente importante com relação ao mercado internacional, pois já se destacava a convergência entre audiovisual, telecomunicações e informática.

O interesse da Rede Globo era o de manter a situação de divergência normativa que poderia preservá-la da concorrência externa no *broadcast*, mas que poderia permitir sua estabilização no setor da TV segmentada com a vinculação a capitais externos, já que este segundo seguimento demandava fortes investimentos em tecnologia e ampliação de redes.

Já para as concorrentes a abertura do mercado poderia significar aporte financeiro para fazer frente à líder de audiência.

Esta era a cena até que, em maio de 2002, foi promulgada a emenda constitucional 36, que alterou o art. 222, da Constituição da República, permitindo a participação de capital estrangeiro nas empresas de comunicação⁶⁰.

No dizer de Bolaño (2010), a mudança só foi possível em razão da crise financeira que a própria Rede Globo vinha experimentando e o desejo de captar recursos para reduzir sua dívida externa. Ademais, a organização e colocação em funcionamento do Conselho de Comunicação Social permitiu justificativa para a adesão de partidos de esquerda, especialmente do Partido dos Trabalhadores. A partir daí, diversas iniciativas foram instituídas nos mercados relacionados ao audiovisual televisivo no sentido de permitir a participação de capital estrangeiro.

No primeiro mandato de Luís Inácio Lula da Silva, não se alterou nada em termos de regulação do setor audiovisual. Algumas propostas no sentido de se ampliar as atribuições da agência reguladora do cinema com a criação da Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (ANCINAV) e de se promover a unificação do tratamento normativo das telecomunicações e da radiodifusão numa Lei Geral da Comunicação eletrônica de massa foram estudadas, mas acabaram em recuo.

Nada obstante, foi alcançada a regulamentação da TV digital brasileira com adoção do sistema japonês. Evidentemente, a mudança do sistema analógico para o sistema digital favoreceu a migração de produtos destinados a distribuição por radiodifusão para plataformas digitais.

No segundo mandato de Lula, além do aprofundamento no programa de implantação da TV digital, foi implantada a TV pública centralizada ligada à Rede Brasil de Comunicação, mas não se mudou o panorama do *broadcast* brasileiro, que continuou a orbitar os laços familiares que o definiram nos períodos pretéritos, bem como um sistema de financiamento no qual parte dos anunciantes eram empresas públicas.

Em resumo, o quadro regulatório delineado acima revela que até a primeira década do século XXI o Brasil apresentava legislação defasada, dispersa em vários atos normativos, onde

⁶⁰ Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País.

§ 1º Em qualquer caso, pelo menos setenta por cento do capital total e do capital votante das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens deverá pertencer, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, que exercerão obrigatoriamente a gestão das atividades e estabelecerão o conteúdo da programação.

§ 2º A responsabilidade editorial e as atividades de seleção e direção da programação veiculada são privativas de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, em qualquer meio de comunicação social.

§ 3º Os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço, deverão observar os princípios enunciados no art. 221, na forma de lei específica, que também garantirá a prioridade de profissionais brasileiros na execução de produções nacionais.

§ 4º Lei disciplinará a participação de capital estrangeiro nas empresas de que trata o § 1º.

§ 5º As alterações de controle societário das empresas de que trata o § 1º serão comunicadas ao Congresso Nacional. (BRASIL, 2002)

se separava a regulação do *broadcast* baseada na Lei publicada em 1962 e o setor de telecomunicações regulado pela Lei 9.472, de 16 de julho de 1997, que, entre outras prescrições, classificou os serviços de televisão por assinatura como serviços de telecomunicação. (ATTAYDE, 2007)

A TV segmentada, por seu turno, estava regulada em diplomas normativos de hierarquia inferior (resoluções setoriais) que apresentavam diferenças de tratamento entre as tecnologias que eram utilizadas para a distribuição do audiovisual, o que gerava incertezas e vantagens competitivas para quem optasse por certas tecnologias em detrimento de outras.

Somente em 2011, com a publicação da Lei 12.485, esta ambiência se altera através de um novo movimento de convergência normativa (parcial), que será explorado nos itens que se seguem dada sua maior conexão com os serviços de *streaming* de vídeo objeto de nossa pesquisa.

Abaixo segue o quadro que resume as tendências de convergência normativa desse período no qual a TV segmentada teve seu desenvolvimento e estabilização.

Quadro 5 - Pilares normativos e movimento de convergência - 2000 a 2011

Período	Pilares normativos da comunicação audiovisual	Espécie de movimento
Anos 2000 a 2011	Manutenção de estruturas hegemônicas anteriormente estabelecidas; Fase de multiplicidade de oferta e consolidação da aproximação entre setores da indústria da comunicação (TV, telecomunicações e internet); Parcial abertura ao capital estrangeiro (art. 222, parágrafo primeiro, da Constituição Federal);	Convergência tecnológica em processo; Convergência normativa por consolidação (parcial) – Lei do SeAC, convivendo com o Código Brasileiro de Telecomunicações e com a Lei Geral das Telecomunicações.

Fonte: o autor

4.2.4 Ambiência pregressa da Lei 12.485 de 2011

Como visto nos tópicos anteriores, o cenário jurídico que se delineava no período pregresso à Lei do SeAC era bastante caótico. A TV aberta (*broadcast*) estava regulada pelo Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei 4.117 de 1962) e assim continua até os dias de hoje, a TV a Cabo encontrava disciplina na Lei do Cabo (Lei 8.977 de 1995), porém, as tecnologias de Distribuição de Sinais Multiponto Multicanal (MMDS), de Distribuição de

Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura Via Satélite (DTH), Especial de Televisão por Assinatura (TVA) possuíam suas próprias normas reguladoras que se baseavam em resoluções da ANATEL e da ANCINE.

O primeiro serviço a ser criado foi o serviço especial de TV por assinatura, que permitia a exploração de um canal na faixa de UHF e foi regulado pelos decretos nr. 95.744 e nr. 95.815, ambos de 1988. Os serviços de MMDS e DTH estavam disciplinados pela Lei Geral de Telecomunicações, pelo Decreto nr. 2.196 de 1997, pelo Regulamento de Serviços de Telecomunicações, por resoluções da ANATEL⁶¹ e pelas Portarias nr. 254 e nr. 321, de 1997. O serviço de TV a Cabo, além da lei antes mencionada, encontrava disciplina no Decreto nr. 2.206, de 1997 e na Portaria 256, também de 1997.

Todos os documentos acima vedavam a participação majoritária de empresas estrangeiras e de suas coligadas nas prestadoras de TV segmentada. Além disso, as empresas operadoras de telefonia fixa não podiam, salvo no caso de desinteresse de outras empresas privadas, prestar serviços de TV a cabo.

Na dimensão das trocas, a grande preocupação orbitava o fato de que os oligopólios de produção audiovisual não desejavam sofrer concorrência das empresas de telecomunicações que se mostravam interessadas no setor, haja vista que seu grande poderio econômico certamente pesaria nas relações de força que já estavam estabelecidas desde meados da década de setenta. Assim, se cogitava uma norma que dificultasse a participação de empreendimentos internacionais que haviam se apossado da telefonia no setor produtivo audiovisual.

Outro ponto importante que também melhoraria a posição de poder das produtoras de audiovisual brasileiras seria a previsão de conteúdo mínimo nacional nos canais de TV segmentada, pelo menos em relação aos produtores já consolidados, muito embora um deles em especial (a Rede Globo) também desejasse certa liberdade para refinar suas empreitadas no cabo.

Segundo Miriam Wimmer (2010), a discussão prévia sobre a regulação do audiovisual por demanda teve um momento de efervescência decorrente, entre outros fatores, da evolução e difusão de tecnologias em um curto espaço de tempo, sendo certo que a convergência tecnológica impulsionou a aproximação de setores que tradicionalmente não haviam se interessado em compartilhar uma mesma cadeia de produção. TV por assinatura, telefonia fixa/móvel e radiodifusão ingressaram em rota de associação através de aquisições e parcerias comerciais com vistas à oferta de serviços múltiplos ao consumidor.

⁶¹ ANATEL, Resolução nº 551, de 3 de dezembro de 2010. Art. 3º Estabelecer que não haverá limite ao número de outorgas do Serviço de TV a Cabo e do Serviço de Distribuição de Sinais Multiponto Multicanal (MMDS), salvo em caso de indisponibilidade de radiofrequência. Parágrafo único. A Anatel estabelecerá, em regulamentação específica dos serviços mencionados no caput, os preços públicos pelo direito de exploração dos serviços e os condicionamentos, sejam eles limites, encargos ou sujeições.

A operação em redes e as alterações do modelo de negócios ocasionadas por mudanças da ambiência midiática (CASTELLS, 2003; MACHADO FILHO, 2020) demandavam a alteração do marco normativo do setor. Porém, essas alterações não ocorreriam sem discussões e acomodações que pudessem permitir que os polos produtores já consolidados mantivessem sua relevância.

A primeira Conferência Nacional de Comunicação, ocorrida em dezembro de 2009, ratificou a necessidade de atualização do marco regulatório, a fim de que, em se admitindo a premência da inclusão de operadoras de telefonia na distribuição de audiovisual, se pudesse prestigiar e incentivar a produção nacional.

WIMMER (2010, p. 232-234) sintetizava a discussão, à época, nas seguintes tensões jurídicas:

- 1) Como assegurar respeito aos princípios constitucionais de produção e programação previstos no art. 221, da Constituição da República, incidentes sobre todos os meios de comunicação, inclusive, sobre a TV segmentada? Por meio de cotas de produção e programação ou por meio de restrições ao capital estrangeiro?
- 2) Caso fossem estabelecidas cotas de conteúdo, por quanto tempo deveriam vigorar?
- 3) As regras de “*must-carry*”⁶², então vigentes para os serviços de TV a cabo, deveriam ser estendidas aos demais serviços de comunicação de massa? Como deveria ser o relacionamento entre geradoras e prestadoras de serviços de comunicação de massa por assinatura? A veiculação de certos canais deveria ser obrigatória ou facultativa? A disponibilização de tais canais pela geradora local deveria ser onerosa ou gratuita?
- 4) Como definir o conteúdo brasileiro?
- 5) Haveria mecanismos de fomento e incentivo à produção de conteúdo brasileiro e produções independentes?
- 6) Deveria existir limites sobre contratos de exclusividade de veiculação de conteúdo?
- 7) As restrições de participação de capital estrangeiro nas empresas de radiodifusão (Art. 222, da CF - 30%) e nos serviços de TV a cabo (Art. 7º, II, da Lei 8977/1995 - 49%) deveriam ser mantidas, unificadas ou estendidas aos demais serviços de TV por demanda?
- 8) Deveriam ser mantidas as restrições da prestação de serviços de TV segmentada por parte de prestadoras de Telefonia Fixa ou Celular? Seria possível unificar o tratamento normativo entre as diversas tecnologias então existentes, tais como MMDS, DTH, TVA e TV a cabo?

⁶² O termo *must-carry* se refere, na TV segmentada, à situação na qual os órgãos reguladores impõem que os pacotes de TV por assinatura incluam a distribuição do conteúdo linear das emissoras de radiodifusão. Em abril de 2012, a ANATEL começou a obrigar as operadoras a carregar canais abertos.

- 9) Serviços convergentes exigem reguladores convergentes? Quais seriam as etapas da cadeia produtiva do audiovisual e qual o tipo de regulação deveria incidir sobre cada uma delas? Conteúdo? Econômica? Ambas? Qual órgão deveria incidir em cada etapa? ANATEL, ANCINE, Ministério das Comunicações, Ministério da Justiça, CADE?
- 10) Qual o tratamento deveria ser dado ao serviço prestado pela internet?
- 11) A legislação que estava por vir poderia promover avanços democráticos através de limitação de concentração de mercado, desverticalização de produção, controle de oferta de conteúdos representativos da diversidade e pluralidade da sociedade brasileira?
- 12) Haveria ampliação do controle social sobre os meios de comunicação de massa?

Os projetos de lei que tramitavam em 2011, até a aprovação do PL 29/2007, do Dep. Paulo Bornhausen (DEM/SC)⁶³, representavam um verdadeiro cipoal de normas que precisava ser desenlaçado para atender aos interesses de todos os envolvidos no setor.

Havia cinco projetos de lei originariamente.

Um tramitava no Senado (projeto de Lei 280/2007) e os demais na Câmara de Deputados. O projeto de Lei 70/2007 do Dep. Marquezelli (PTB/SP), o projeto de Lei 332/2007, do Dep. Paulo Teixeira (PT/SP) e o projeto de Lei 1980/2007, do Dep. João Maia (PL/RN), foram todos apensados ao projeto de Lei 29/2007, já mencionado.

O projeto de Lei 29/2007, juntamente com seus apensos, foi encaminhado à Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI). Após, passou pela Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC), onde recebeu um substitutivo da lavra do Dep. Wellington Fagundes (PR/MT) e voltou para a CCTCI, sendo relatado pelo Dep. Jorge Bittar (PT/RJ). Ali recebeu novo substitutivo que sequer foi votado, pois o projeto original foi encaminhado por decisão da mesa à Comissão de Defesa do Consumidor (CDC). De lá foi encaminhado para a Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJC), onde foi relatado pelo Dep. Eduardo Cunha. Em 2010, a proposição obteve relatório final com diversas emendas supressivas efetuadas pelo Relator.

Entre os projetos de grande repercussão estava o PL 280/2007 do Senado, que refletia as preocupações dos radiodifusores, segundo os quais a produção audiovisual deveria ser considerada questão de soberania nacional e grande fator de desenvolvimento econômico.

A proposta oferecia uma definição muito detalhada do que seria conteúdo audiovisual brasileiro e fazia incidir sobre as atividades de produção, programação e provimento desse conteúdo restrições quanto à participação de capital estrangeiro.

⁶³ O qual foi apensado ao PL 280/2007, do Senador Flexa Ribeiro (PSDB/PA), quando aportou no Senado e depois se converteu na Lei 12.485 de 12 de setembro de 2011.

Estas atividades somente poderiam ser realizadas por brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos ou por pessoas jurídicas constituídas segundo leis brasileiras e que tivessem sede no Brasil, nas quais 51% do capital votante pertencesse, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos.

Os prestadores de telecomunicação poderiam realizar apenas a atividade de distribuição por meio eletrônico envolvendo conteúdo brasileiro produzido pelos operadores que atendessem os requisitos necessários para a realização daquela atividade. O projeto tornava facultade da geradora local a decisão sobre a distribuição de seu sinal nas redes de TV a cabo e retirava as restrições ao capital estrangeiro na atividade de distribuição de audiovisual segmentado⁶⁴.

O PL70/2007 do Dep. Marquzelli continha restrições semelhantes às aquelas previstas no PL280/2007 do Senado e estendia aos operadores de TV segmentada as mesmas limitações ao capital estrangeiro que vigoravam para a radiodifusão. Uma verdadeira convergência normativa por igualdade formal, consistente na aplicação de normas idênticas a modelos de negócio com formatos diferentes.

Já o PL 1908/2007 se diferenciava dos primeiros por não estabelecer restrições ao capital estrangeiro no desenvolvimento das atividades que chamava de comunicação eletrônica de massa. Visava a regulamentação de serviços convergentes que deveriam ser oferecidos com qualidade e com preço acessível, daí a necessidade de criar a oportunidade de investimentos que somente as operadoras de telefonia já afeitas ao capital internacional poderiam proporcionar (convergência normativa por igualdade material ou por isonomia)⁶⁵. O serviço não se limitava a um meio específico e incluía qualquer tecnologia de distribuição, mas somente se amoldava às situações em que o acesso se dava mediante contrato de assinatura. A proteção ao conteúdo brasileiro seria garantida mediante a fixação de cotas de produção e programação através das quais a programação distribuída através do serviço de comunicação eletrônica de massa deveria conter pelo menos 50% de conteúdo brasileiro, sendo deste total, 10% proveniente de produtores independentes brasileiros. A prestadora de TV por assinatura poderia requisitar acesso à programação das redes de TV aberta e não necessitaria pagar pela sua distribuição (*may carry gratuito*).

⁶⁴ Art. 7º A concessão para o serviço de TV a Cabo será dada exclusivamente à pessoa jurídica de direito privado que tenha como atividade principal a prestação deste serviço e que tenha:

I - sede no Brasil;

II - pelo menos cinquenta e um por cento do capital social, com direito a voto, pertencente a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos ou a sociedade sediada no País, cujo controle pertença a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos. (Redação original da Lei 8977/1995, revogado pela Lei 12485/2011)

⁶⁵ A igualdade material se diferencia da igualdade formal na medida em que a primeira reconhece a existência de diferenciações factuais que autorizam um tratamento normativo diferenciado na busca da revelação de idênticas oportunidades de desenvolvimento ou de concorrência. É expressão da ideia de equilíbrio revelada na máxima da isonomia Aristotélica, onde os desiguais podem receber tratamento legislativo diferenciado, desde que isso não represente ofensa ao princípio da proporcionalidade. A diferenciação legislativa deve ser realizada na exata medida da diferenciação factual.

O PL 332/2007, dos Deputados Paulo Teixeira e Walter Pinheiro, alterava a configuração da cadeia de audiovisual, incluindo o conceito de empacotamento e focava na inclusão digital por meio da criação de mecanismos de prevenção contra a concentração do poder econômico capaz de ensejar a diminuição das fontes de produção e circulação de informação. Por empacotamento o projeto entendia a atividade de definição do formato de apresentação da programação. O projeto separava a comunicação social eletrônica por radiodifusão daquilo que seria a comunicação social eletrônica de acesso condicionado, mas não alterava as previsões sobre restrições de participação de capital estrangeiro na TV a cabo e na radiodifusão.

Prevvia, ainda, a reserva de 15% da capacidade operacional das prestadoras de serviço de acesso audiovisual para a distribuição de conteúdo produzido por empresas brasileiras. Já as emissoras de radiodifusão deveriam veicular o equivalente a 30% de sua programação em produções culturais, artísticas e jornalísticas regionais. Os agentes econômicos que atuassem na programação e na distribuição não poderiam veicular apenas conteúdos próprios, devendo adquirir produções de terceiros.

O PL 29/2007 continha na proposta que emergiu da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, sob a presidência do então deputado Wellington Fagundes, quatro elementos principais, a saber: a) versava sobre a harmonização da regulamentação da TV a cabo e via satélite no país, com intuito de eliminar as peculiaridades normativas inerentes a cada tipo de tecnologia; b) visava incrementar a competição nas várias atividades componentes da cadeia produtiva do audiovisual, introduzindo um conceito para a expressão poder de mercado significativo; c) previa a possibilidade de o órgão regulador avaliar a conveniência de impor obrigações de acesso (remunerado) sobre a infraestrutura das prestadoras do serviço de TV por assinatura e de telecomunicações e, por fim, d) contemplava a promoção da pluralidade de opiniões, da diversidade cultural e das identidades regionais e nacional através dessas mídias, por meio do estabelecimento de cotas de conteúdo específico a ser transmitido na TV por assinatura. (WIMMER, 2010)

Apreciadas diversas emendas, o projeto 29/2007 recuou em alguns pontos, mas definiu cota de conteúdo brasileiro (50%) e de produção independente (10%) nos canais.

Ao ser discutido na Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara de Deputados, sob a relatoria do Deputado Jorge Bittar, o projeto recebeu conformação que indicava preocupação com o modelo de negócios do audiovisual, buscando o fomento da produção de audiovisual nacional e maior competição entre distribuidores de conteúdo, visando à queda dos preços ao consumidor final.

Nesse sentido, a proposição dividiu a cadeia audiovisual em quatro atividades (produção, programação, empacotamento e distribuição), estabelecendo restrições de

participação recíproca em mais de uma delas, tentando evitar concentração de mercado e alcançar certa proteção ao conteúdo nacional⁶⁶. Além disso, definiu que os programadores de canais que veiculassem majoritariamente conteúdos jornalísticos não poderiam deter, direta ou indiretamente, mais do que 20% de participação cruzada nos seus capitais votantes.

Quanto à cadeia produtiva, o projeto, nessa versão, definiu que as atividades de produção, programação e empacotamento estariam livres para empresas constituídas sob as leis brasileiras e com sede e administração no país, sendo certo que a programação e o empacotamento seriam objeto de regulação e fiscalização pela ANCINE no âmbito das competências atribuídas a ela pela Lei. Seriam consideradas produtoras nacionais as empresas brasileiras que tivessem sede e administração no país e nas quais a responsabilidade editorial, a seleção e a direção dos conteúdos fossem realizadas por brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos.

As grandes novidades acrescentadas no projeto pelo relator foram a criação do conceito de espaço qualificado⁶⁷ e a delimitação de cotas de conteúdo nacional neste espaço. Foi promovida uma redação que possibilitava a redução do espaço de publicidade comercial em cada canal de programação e se estabeleceu mecanismos para impedir que as cotas de programação nacional fossem veiculadas apenas em horários de baixa audiência.

Acrescente-se que nesta etapa da tramitação foram mantidas as obrigações de *must-carry* gratuito, porém deixou-se aberta a possibilidade de as agências reguladoras determinarem conjuntamente a não obrigação da distribuição dos canais de TV aberta nos meios de distribuição considerados inapropriados para seu transporte. (WIMMER, 2010)

Na Comissão de Defesa do Consumidor (CDC), o projeto recebeu emenda muito relevante para a discussão que se desenvolve nesta pesquisa.

Em outubro de 2008, o Deputado Jorginho Maluly, do Democratas de São Paulo, incluiu no artigo 9º, do PL 29/2007, um parágrafo único que permitiria afastar qualquer dúvida sobre

⁶⁶ Substitutivo ao projeto - Art. 5º As concessionárias e permissionárias de radiodifusão sonora e de sons e imagens, bem como as empresas produtoras ou programadoras brasileiras, não poderão, diretamente, indiretamente ou por meio de empresa sob controle comum, deter maioria no capital total e votante das prestadoras de serviços de telecomunicações de interesse coletivo, excetuadas aquelas que prestem serviços exclusivamente para concessionárias de radiodifusão sonora e de sons e imagens e que sejam associados exclusivamente a serviços de radiodifusão de sons e imagens.

Parágrafo único. As prestadoras de serviços de telecomunicações de interesse coletivo não poderão, diretamente, indiretamente ou por meio de empresa sob controle comum, deter mais que 30% (trinta por cento) do capital total e votante de concessionárias e permissionárias de radiodifusão sonora e de sons e imagens e de produtoras e programadoras constituídas sob as leis brasileiras e com sede e administração no País, exceto quando exclusivamente destinadas à comercialização de seus produtos e serviços no mercado internacional.

⁶⁷ XI – Espaço Qualificado: espaço total do canal de programação ou do catálogo de conteúdos audiovisuais excluindo-se conteúdos religiosos ou políticos, manifestações e eventos esportivos, concursos, publicidade, televentas, infomerciais, jogos eletrônicos, propaganda política obrigatória, conteúdo audiovisual veiculado em horário eleitoral gratuito e conteúdos jornalísticos, excetuados destes últimos os programas de debates e comentários;

a aplicação da futura lei ao audiovisual que fosse distribuído por plataformas ou aplicativos de internet⁶⁸. Como justificativa foi expressamente dito que:

“Os serviços prestados por meio da rede mundial de computadores que forem similares ao serviço de comunicação social eletrônica (TV por Assinatura), também deverão estar contemplados no Projeto de Lei em questão. Essa adequação impedirá que outras assimetrias regulatórias sejam criadas no futuro e evitará que as empresas, em especial, aquelas localizadas no exterior, passem a prestar os serviços de TV por Assinatura via internet, porém sem ter de cumprir as mesmas obrigações das Operadoras de TV por Assinatura que prestam o serviço de comunicação social eletrônica, o que desencadearia um desequilíbrio concorrencial e, conseqüentemente, desvantagens para os consumidores.” (BRASIL, 2007)

Wimmer (2010) deixa claro que a inclusão da referência aos serviços prestados pela internet causou grande controvérsia e enfrentou resistência por parte de diversos segmentos empresariais, tanto que, em maio de 2009, o Deputado José Carlos Araújo propôs outra emenda modificativa na CDC, agora excluindo os protocolos de internet expressamente do conceito do inciso XXIII, do art. 2º, do Substitutivo do PL 29/2007.

Como justificativa o parlamentar argumentou que:

“A distribuição de conteúdos audiovisuais por meio da internet hoje é, conforme a atual regulamentação de telecomunicações, caracterizada como serviço de valor adicionado, e não como serviço de telecomunicações, na medida em que se trata de modalidade de distribuição de conteúdo com diferenças cruciais em relação à televisão por assinatura. Enquanto nesta predomina o modelo de pacotes, a despeito do oferecimento de canais avulsos, e há limitação em relação ao conteúdo disponível ao assinante, a internet caracteriza-se pelo espaço ilimitado para disponibilização de conteúdo e pela grande quantidade e diversidade do conteúdo disponível ao usuário. A internet caracteriza-se hoje como ambiente livre, cujos conteúdos não estão sujeitos à regulamentação, e assim deve permanecer, tendo em vista a democratização das comunicações brasileiras. Apenas as práticas criminosas no âmbito da Rede Mundial de Computadores devem ser regulamentadas. Caso a modalidade de oferta de conteúdo a assinantes pela internet seja caracterizada como serviço de comunicação audiovisual eletrônica por assinatura, esses conteúdos estarão sujeitos às cotas de conteúdo nacional e outras obrigações instituídas por esta lei. Ora, a internet oferece espaço ilimitado, com quantidade imensa de conteúdo disponível, tendo o usuário liberdade plena para buscar pelos conteúdos que deseja. Assim sendo, não tem sentido obrigar um provedor a oferecer determinado tipo de conteúdo, o qual o usuário pode buscar em outro sítio, razão pela qual apresentamos a presente emenda.” (ESB 12 CDC ST PL 29/2007; BRASIL, 2007)

Diante das emendas efetuadas na CDC, o projeto novamente foi encaminhado à CCTCI, em setembro de 2009, onde teve por relator o Deputado Paulo Henrique Lustosa.

Após a rejeição de alguns destaques, o projeto retomou as linhas gerais que já haviam sido concebidas sob a relatoria do Deputado Jorge Bittar, mantendo cotas de audiovisual

⁶⁸ Emenda modificativa 25/2008 CDC ao PL 29 de 2007. “Art. 9º -... Parágrafo único: O provimento de serviço prestado por meio da rede mundial de computadores (internet) que se caracterize pela transmissão, emissão e recepção de conteúdo audiovisual, de qualquer natureza, que possa configurar a prestação dos serviços de radiodifusão ou de serviços de comunicação audiovisual eletrônica por assinatura ficará sujeito às disposições da presente Lei.” (BRASIL, 2007)

brasileiro e dividindo a cadeia audiovisual em quatro segmentos. Foram mantidas, ainda, as regras para evitar propriedade cruzada entre empresas de telecomunicações e empresa de radiodifusão. Tais regras, entretanto, sofreram algumas modificações.

Segundo esta versão da CCTCI, as concessionárias e permissionárias de radiodifusão, bem como as produtoras e programadoras com sede no Brasil, não poderiam, direta ou indiretamente, deter controle ou titularidade de participação superior a 50% do capital total e votante de prestadoras de serviços de telecomunicações de interesse coletivo e as prestadoras de serviços de telecomunicações de interesse coletivo não poderiam, direta ou indiretamente, deter controle ou titularidade de participação superior a 30% do capital total e votante de concessionárias e permissionárias de radiodifusão e de produtoras e programadoras com sede no Brasil.

Essa regra que nos substitutivos anteriores aplicava-se a empresas de produção e programação brasileiras, na versão da CCTCI, passaria a valer para quaisquer empresas de produção ou programação com sede no país, mesmo que o capital que a tivesse constituído fosse eminentemente estrangeiro.

Outra questão relevante que acabou sendo modificada após esta segunda passagem do projeto de lei pela CCTCI foi a aplicabilidade da lei aos serviços prestados pela internet. Enquanto a versão da CDC houve polêmica sobre tal aplicação, a versão que emergiu neste momento deixou apenas implícita a possibilidade de aplicação aos serviços de *streaming* que estavam começando a se desenvolver mundo afora. O projeto acabou encarregando as agências reguladoras de resolverem a questão quando da aplicação da norma a casos concretos.

Conforme o substitutivo, o serviço de acesso condicionado foi definido como:

“serviço de telecomunicações de interesse coletivo, prestado no regime privado, cuja recepção é condicionada à contratação remunerada por assinantes e destinado à distribuição de conteúdos audiovisuais na forma de pacotes de canais nas modalidades avulsa de programação e avulsa de conteúdo programado e de canais de distribuição obrigatória, por meio de tecnologias, processos, meios eletrônicos e protocolos de comunicação quaisquer”. (BRASIL, 2007)

Nesta versão ainda foram previstos temas relacionados a definição de produtora e programadora nacional, bem como produtora nacional independente e fixadas cotas de conteúdo brasileiro nos canais (3h30min semanais nos conteúdos veiculados no horário nobre) e nos pacotes (a cada três canais ofertados ao assinante um deveria ser de conteúdo nacional, até o limite de 12 canais brasileiros, pelo menos um terço dos canais de brasileiros de espaço qualificado deveriam ser programados por programadora brasileira independente, entre outras regras específicas). Essas cotas teriam vigência por doze anos, a partir da promulgação da lei.

Quando o projeto de lei finalmente aportou na Comissão de Constituição Justiça e Cidadania o Relator, Eduardo Cunha, em março de 2010, rejeitou todas as emendas que

apontavam supostas inconstitucionalidades e propôs quatro emendas supressivas, todas direcionadas para outorgas de TVA. Segundo ele, os artigos do projeto de lei que criavam regras especiais para os detentores dessas outorgas constituiriam castas de privilegiados que passariam a ser pessoas jurídicas para as quais não valeriam as restrições de controle da cadeia de valor do audiovisual e os únicos distribuidores que teriam ampla liberdade operacional no âmbito da produção de conteúdo. (WIMMER, 2010)

É de se lembrar que as outorgas de TVA eram uma herança de uma política do final do governo Sarney, que, em 1988, para atender aos interesses de alguns grupos de mídia que queriam entrar no mercado de TV por assinatura (especialmente a Abril), concedeu um canal em UHF de 6 MHz que deveria transmitir a sua programação de forma codificada. Posteriormente, o governo passou a permitir que parte das transmissões fossem abertas, como um canal de TV normal, para que as empresas pudessem buscar o mercado de publicidade. (POSSEBOM, 2017)⁶⁹

Não se pode deixar de destacar que, no período em que o projeto permaneceu na CCJC foi cogitada a sua divisão em duas propostas. Uma versando sobre a flexibilização da entrada das teles no mercado audiovisual e outra tratando das reservas de conteúdo. Nada obstante, esta tentativa de desmembramento da matéria não foi chancelada, tendo o projeto sido encaminhado ao Senado aos 24 de junho de 2010.

No Senado o PL 29/2007 recebeu o número 116/2010 e teve seguimento bem mais célere. Conforme mensagem de recebimento da proposição, o tema seria objeto de apreciação pelas comissões de Constituição, Justiça e Cidadania; de Assuntos Econômicos; de Educação, Cultura e Esportes; de Meio ambiente; de Defesa do Consumidor e fiscalização e controle e de Ciência e Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática, cabendo a última a decisão terminativa.

Na legislatura seguinte, o Senador Romero Jucá requereu a tramitação da matéria em regime de urgência, o que certamente contribuiu para a rápida análise das proposições que vieram da Câmara dos Deputados.

O PL 116/2010 recebeu oito emendas nas comissões e doze no plenário do Senado. As mais relevantes para o tema objeto desta pesquisa foram apresentadas pelo Senador Álvaro Dias

⁶⁹ Ainda segundo Possebom (2017), ao todo foram outorgadas 25 licenças de TVA. O grupo que mais ganhou licenças quando elas foram outorgadas foi o grupo Abril. Pela última lista de licenciados mantida pela ANATEL, o grupo aparecia como detentor de sete das 25 concessões emitidas em 1988, nas cidades de São Paulo (duas licenças), Rio de Janeiro (duas licenças), Curitiba (duas licenças) e Porto Alegre, mas sabe-se que houve negociações para transferi-las no mercado. Outro grupo presente na lista era a Globo. A família Marinho controlava duas licenças de TVA, na cidade de São Paulo (pela Paulista Metro-TVA) e outra no Rio de Janeiro (pela Rio Metro-TVA). Mais um importante grupo que também operou TVA foi a RBS em Porto Alegre. Já a Band também tinha uma licença na cidade de São Paulo.

e se destinavam a deixar expresso que as normas do SeAC não incidiriam sobre o audiovisual veiculado pela internet⁷⁰.

Como justificativa para suas emendas o senador argumentou que:

“O PLC 116, de 2010, tem como propósito regulamentar o serviço de televisão por assinatura, de forma independente da tecnologia utilizada (Cabo, DTH, MMDS, IPTV). Por esse motivo, foi por bem excluído da aplicação da lei os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens. No entanto, é necessário ressaltar expressamente os conteúdos distribuídos através da rede mundial de computadores (internet) os quais poderiam ser abrangidos indevidamente por esta lei. Isso se faz necessário em virtude da sua especificidade e características peculiares. Tendo em vista se tratar de serviços distintos, não há como abranger a internet dentro da mesma regulamentação do serviço de televisão por assinatura, de forma que a internet deve ser regulada por lei própria. Nesse sentido, a expressa exclusão dos conteúdos disponibilizados através da internet, contribuirá para a unidade da lei e do modelo de regulamentação dos serviços de comunicação social audiovisual eletrônica de acesso condicionado.” (BRASIL, 2010)

Quanto a esta questão, apesar de manifestar-se contrariamente à aplicação daquilo que viria a ser a Lei do SeAC aos conteúdos distribuídos na internet, o relator do projeto no Senado preferia nada fazer constar na legislação. Vejamos seu parecer quando da discussão do tema no plenário da Câmara de Deputados:

EMENDA Nº 5 – CCJO Senador Álvaro Dias pretende alterar a redação do parágrafo único, do art. 1º do PLC nº 116, de 2010, para ressaltar expressamente do âmbito de aplicação do projeto, além dos serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens, os conteúdos distribuídos por meio da rede mundial de computadores (internet). A alteração é, a nosso ver, despicienda. Efetivamente, não é necessário alterar a proposição para fazer essa ressalva. Tendo em vista se tratar de serviços distintos, não há como abranger a internet dentro da mesma regulamentação do serviço de televisão por assinatura. Entendemos que a internet deve ser regulada por lei própria, pelo que não acolhemos a presente emenda. O Senador Álvaro Dias propõe que se inclua no § 4º no art. 5º do PLC nº 116, de 2010, de modo a deixar expresso que os limites à participação acionária de concessionárias e permissionárias de serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens, bem como de produtoras e programadoras nacionais no capital votante das prestadoras de serviços de telecomunicações de interesse coletivo que se interconectem à rede pública de telefonia, e vice-versa, não se aplicam a empresas cujos conteúdos produzidos ou programados sejam disponibilizados pela rede mundial de computadores (internet). Também consideramos essa alteração despicienda. Tendo em vista que o projeto disciplina apenas a oferta de canais de programação, ou seja, de conteúdos organizados em sequência linear temporal, com horários predeterminados, não há possibilidade de atingir significativamente o modelo de negócios e de oferta típicos da internet. O projeto, contudo, deverá regular a oferta de canais de programação via banda larga, à medida que se tornem mais comuns no País, velocidades de acesso compatíveis com a oferta de múltiplos canais. O uso de tecnologia IP para oferta de vídeo sob demanda

⁷⁰ EMENDA CCJ nº (PLC nº 116, de 2010) – Senador Álvaro Dias - Dê-se ao parágrafo único, do artigo 1º, do PLC 116, de 2010, a seguinte redação: “Art. 1º (...) Parágrafo único. Excluem-se do campo de aplicação desta Lei os conteúdos distribuídos por meio da rede mundial de computadores (Internet) e os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens, ressalvados os dispositivos previstos nesta Lei que expressamente façam menção a esses serviços ou a suas prestadoras.”

EMENDA CCJ nº (PLC nº 116, de 2010) – Senador Álvaro Dias - Inclua-se o § 4º, no Art. 5º, do PLC nº 116, de 2010: “Art. 5º (...) §4º As restrições contidas neste artigo e seus parágrafos não se aplicam a empresas cujos conteúdos produzidos ou programados sejam disponibilizados pela rede mundial de computadores (Internet).”

está claramente excluído do escopo deste projeto. Nesse sentido, não há razão para acolher a emenda proposta pelo Senador Álvaro Dias. (BRASIL, 2010)

O Senador Álvaro Dias também propôs a exclusão de regras que dispunham sobre cotas de conteúdo e de intervenção do Estado na constituição dos quadros societários das empresas que atuassem nas atividades que compunham a cadeia produtiva audiovisual. Nestes termos, requereu a supressão dos artigos 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23 e 24, que tratavam sobre cotas de programação, constantes do capítulo V, do PLC 116/2010.

O artigo 16 cuidava de cotas de conteúdo brasileiro de produção independente a ser inserido em 03h30min semanais, num horário nobre decidido pelo Estado, em canais chamados de conteúdo qualificado.

O artigo 17 estabelecia outra cota de canais de capital nacional (canal brasileiro de espaço qualificado) nos pacotes de canais oferecidos pelas distribuidoras do serviço de acesso condicionado.

O artigo 19 estabelecia regras para as obrigações mencionadas nos artigos 16 e 17 e adicionava uma cota no direito de programação, de 10% (dez por cento) para conteúdos brasileiros independentes.

O artigo 20 determinava outras regras de cumprimento das restrições dos artigos 16, 17 e 19, tornando mais complexo o atendimento das limitações impostas às programadoras. O artigo 21 dava à Agência Nacional do Cinema - ANCINE poderes para gerir a intervenção na atividade da programação, a fim de reconhecer ou não as possibilidades de cumprimento dos artigos 16, 17, 19 e 20. O artigo 22 dava à ANCINE poderes intervencionistas para fins de definir o horário nobre em cada canal programado e de forma diversa para canais destinados à criança e adolescentes. O artigo 23 criava progressão para o cumprimento das cotas restritivas estabelecidas nos artigos 16, 17, 19 e 20. E o artigo 24 visava restringir a veiculação de publicidade nos canais.

Porém, o parecer final coube ao Senador Walter Pinheiro, então filiado ao PT da Bahia, que reunia em seu histórico experiência no movimento sindical relacionado com os trabalhadores das telecomunicações e formação na área econômica. O Senador apresentou parecer conjunto reunindo a posição de todas as comissões que deliberaram sobre o projeto e rejeitou todas as emendas apresentadas, só chancelando uma emenda de redação, que não tinha o condão de devolver o tema à apreciação da Câmara de Deputados⁷¹.

Vale destacar que esta longa arqueologia do processo de elaboração da Lei do SeAC revela que algumas das tensões jurídicas existentes à época não foram solucionadas pelo Poder Legislativo, ora pela intervenção dos *players* já imersos no seguimento, ora pela omissão ou

⁷¹ Vale ressaltar que se houvesse aprovação de emendas do Senado que alterassem o mérito do projeto inicial, seria necessária a devolução da proposição para a casa iniciadora, o que colocaria em xeque todas as composições conseguidas até ali.

falta de consenso entre os parlamentares. Disso resultou que a ambiência decisória se encarregaria mais tarde de resolver as perengas que certamente já eram possíveis de antever muitos anos antes. Nas linhas futuras deste trabalho, poderemos perceber nestas tensões que remanesceram sem solução, as exceções implícitas que caracterizam o fenômeno da derrotabilidade (*defeasibility*) das normas jurídicas.

4.2.5 Lei 12.485 de 12 de setembro de 2011: Análise do quadro normativo do audiovisual pré-streaming

A lei aprovada em 2011 definiu o serviço de acesso condicionado como o complexo de atividades que permitem a emissão, transmissão e recepção, por meios eletrônicos quaisquer, de imagens, acompanhados ou não de sons, que resultam na entrega de conteúdo audiovisual exclusivamente a assinantes. A espécie normativa ficou dividida em 10 capítulos, com 43 artigos distribuídos da forma que se segue.

O Capítulo I da referida norma conceituou as atividades da cadeia de valor do setor do audiovisual, dividindo-as em produção, programação, empacotamento e distribuição. Além disso, introduziu definições relevantes, como as de assinantes, canal de espaço qualificado, conteúdo brasileiro, canal de programação, empresa coligada, pacote, produtora, programadoras brasileiras, produtor e programadoras independentes e do próprio serviço de acesso condicionado. Expressamente exclui do seu campo de aplicação o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, mas ressalvou certos dispositivos introduzidos no marco normativo para coibir a aproximação entre empresas de radiodifusão e empresas que atuam noutros segmentos das telecomunicações.

O Capítulo II apresentou princípios que devem nortear as atividades de comunicação audiovisual de acesso condicionado, tais como liberdade de expressão e de acesso à informação; diversidade cultural das fontes de informação, produção e programação; estímulo à produção independente e regional; promoção da língua portuguesa e da cultura brasileira, além do estímulo ao desenvolvimento social e econômico do país. A estes princípios se adicionaram os previstos na Convenção sobre Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, aprovada pelo Decreto Legislativo n. 485, de 20 de dezembro de 2006.

Um importante princípio inscrito nesta lei se relacionou com a liberdade de iniciativa, tendo sido determinado o incentivo à livre, justa e ampla competição e a vedação ao monopólio e oligopólio nas atividades de comunicação audiovisual de acesso condicionado. Tal princípio foi invocado, embora tomando como referência outra fonte normativa (a Lei 13.874 de 20 de setembro de 2019 – Declaração de Direitos de Liberdade Econômica), como argumento para

negar a aplicação da Lei do Serviço de Acesso Condicionado aos serviços de vídeo *streaming* e às plataformas de vídeo na internet.

O Capítulo III, que vai do art. 4º ao art. 8º, trata especificamente das atividades de comunicação audiovisual de acesso condicionado e estabelece condicionamentos para a sua exploração.

No artigo quarto estão elencadas as atividades de produção, programação, empacotamento e distribuição, nas quais se subdivide a cadeia produtiva deste modelo de negócios. O artigo quinto estipula que o controle ou titularidade de mais de 50% do capital de empresas de telecomunicações não pode ser detido, direta ou indiretamente, por concessionárias de radiodifusão e por produtoras e programadoras com sede no Brasil, ficando vedado a estas explorar diretamente serviços de telecomunicações. O parágrafo primeiro do referido artigo estabeleceu que o controle ou a titularidade de mais de 30% do capital de concessionária de radiodifusão e de produtoras e programadoras com sede no Brasil não pode ser detido, direta ou indiretamente, por prestadores de serviços de telecomunicações, ficando vedado a esses explorar diretamente aquele serviço.

Como se vê, foi franqueado aos operadores de TV segmentada o acesso ao capital estrangeiro, rompendo, ainda que parcialmente, com uma antiga preocupação do sistema jurídico brasileiro.

Observe-se que o escopo da norma foi, ao mesmo tempo, estabelecer um marco regulatório para o segmento audiovisual de acesso pago, o qual atingia no momento da sua aprovação pelo Congresso Nacional 8% da população brasileira (conforme afirmado pelo relator do projeto) e transformar o setor através de regulação que não se fixasse em uma única tecnologia, causando particularidades que tornassem difíceis de administrar os limites que podiam variar de sistema para sistema, promover uma normatização por camadas da atividade produtiva e a desverticalização dessa cadeia, trazendo estímulo à competição e fomento à produção nacional.

Um dos argumentos sustentados pelo relator na sessão de votação do projeto de lei era o de que a produção nacional, que era rica, não encontrava canais para sua veiculação. Assim, se pretendia permitir a expansão destes centros produtores nacionais, reservando espaço obrigatório para veiculação de seus produtos nos diversos canais que fossem disponibilizados no serviço de acesso condicionado. Tratava-se de uma visão estratégica para o setor que tardou cerca de vinte anos para se consolidar, sendo certo que somente a tramitação do projeto de lei, como visto no item anterior, levou cerca de quatro anos.

Pretendia-se, segundo declarado, dedicar aos atores que já estavam atuando na radiodifusão a oportunidade de continuarem a funcionar como centros de referência na área de produção, programação e empacotamento, reservando a distribuição ao setor de

telecomunicações, a partir, inclusive, da sua capilaridade e maior capacidade de investimento nos recursos tecnológicos necessários para ampliação do acesso às camadas menos favorecidas da população.

A qualidade do conteúdo e a preservação da cultura nacional estariam de alguma forma preservadas, juntamente com os interesses dos *players* que já estavam estabelecidos no campo da produção (tal como a Rede Globo), enquanto a distribuição poderia ser feita de forma menos onerosa por força das lógicas concorrenciais que se imaginava conseguir preservar, permitindo os investimentos que poderiam ter como origem inclusive pessoas jurídicas estrangeiras.

Da manifestação do Senador Walter Pinheiro, relator do projeto, colhe-se o seguinte trecho:

“[...] Portanto, a possibilidade de enraizar o serviço de TV por assinatura neste País, ganhando escala, não só para a veiculação da atual produção. Mas é bom lembrar que o fato do aumento dessa capilaridade, Senador Blairo Maggi, significa oportunizar localmente àqueles que produzem; oportunizar neste Brasil a veiculação e a distribuição daquilo que é produzido desde o Rio Grande do Sul até o Norte deste País, a nossa cultura regional. A transferência de 10% do Fistel, do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações, para compor, meu caro Agripino Maia, o Condecine, portanto apoiando essa iniciativa com recursos. Essa ideia é de que, por meio do Fundo Nacional de Cultura, portanto, do Fundo Setorial do Audiovisual, a gente amplie essa nossa capacidade de estimular o audiovisual brasileiro, fazendo efetivamente a classificação de que 30% desses recursos devem ser aplicados no mínimo no Norte, Nordeste, Centro-Oeste brasileiro. Há uma estimativa de que, desses valores do Fistel, nós tenhamos oportunidade de repassar algo em torno de R\$300 milhões por ano para essa política de fomento ao audiovisual. A conclusão: o diploma legal com que estamos nesta hora nos deparando é convergente, sim. Ele pega esse aspecto deste atual momento. Ele é neutro e ele é válido para todas as formas de televisão paga no País. Permite o acesso à programação nacional por distribuidores; estimula a competição no mercado de distribuição, aumenta a produção nacional do audiovisual. Portanto, leva-nos a uma geração de receita e, conseqüentemente, a uma geração de postos de trabalho no País.” (Ata da Sessão do Plenário do Senado Federal, 16/08/2011)

Estávamos diante de uma convergência normativa consistente na concentração de diversas normas sobre o audiovisual segmentado num só diploma. Nada obstante, apesar desse movimento de convergência ter se voltado ao audiovisual disponibilizado mediante pagamento de assinaturas, o audiovisual que provinha da radiodifusão continuava sendo disciplinado por norma diversa, resistindo, de certa forma a essa tendência uniformizadora.

Quanto aos aspectos da fiscalização, a distribuição de conteúdo, por constituir um serviço de telecomunicações, permaneceu regulada pela ANATEL e a Lei Geral de Telecomunicações (LGT) assumiu o lugar da Lei do Cabo como principal instrumento legal a reger todas as modalidades de transporte de sinais de televisão por assinatura, independentemente da tecnologia empregada pela operadora.

Já a fiscalização das atividades de produção e programação ficaram plenamente a cargo da ANCINE. A interface de contato entre as duas agências passou a ocorrer na camada de

empacotamento, que pode ser exercida por operadoras de serviços de telecomunicação ou por entidades independentes, especializadas na organização das distintas programações que dialogam com as distintas realidades brasileiras.

Com a aprovação da Lei do SeAC procurou-se estabilizar as seguintes tensões:

- a) Permitir que, em médio prazo, todas as operações de TV por assinatura, independentemente da plataforma tecnológica sobre a qual se assentassem⁷², estivessem sujeitas aos mesmos direitos e obrigações, em especial no que dissesse respeito à participação de capital estrangeiro, às obrigações de cotas de conteúdo nacional e de carregamento de canais de interesse geral e utilidade pública, e ao tratamento (isonômico e não discriminatório) para contratação de pacotes de conteúdos audiovisuais;
- b) Permitir que as concessionárias de serviços de telecomunicações ampliassem sua atuação no mercado de distribuição de conteúdo, o que à época era restrito pela Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995 (Lei do Cabo, art. 15)⁷³. Essa flexibilização era fundamental para que os investimentos em infraestrutura ocorressem no volume esperado e necessário;
- c) Incrementar significativamente os recursos públicos disponíveis para financiamento da produção audiovisual nacional, graças à ampliação das hipóteses de incidência da contribuição para o desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional (CONDECINE)⁷⁴;
- d) Estimular a produção de conteúdo audiovisual brasileiro, inclusive a de produtores independentes, tendo em vista as obrigações de cotas estabelecidas por doze anos⁷⁵ e, finalmente;

⁷² Ressalte-se que neste ponto os conflitos não foram definitivamente pacificados, pois os legisladores preferiram ser lacônicos quanto à incidência da norma à internet.

⁷³ Art. 15. As concessionárias de telecomunicações somente serão autorizadas a operar serviço de TV a Cabo na hipótese de desinteresse manifesto de empresas privadas, caracterizado pela ausência de resposta a edital relativo a uma determinada área de prestação de serviço. (texto já revogado)

⁷⁴ Instituída pela Medida Provisória 2.228-1/2001, no Governo de Fernando Henrique Cardoso, a contribuição incide sobre a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas com fins comerciais, bem como sobre o pagamento, o crédito, o emprego, a remessa ou a entrega, aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, de importâncias relativas a rendimento decorrente da exploração de obras cinematográficas ou videofonográficas ou por sua aquisição ou importação, a preço fixo. A partir da entrada em vigor da Lei 12.485 de 2011, a CONDECINE passou a ter como fato gerador a prestação de serviços que se utilizem de meios que possam, efetiva ou potencialmente, distribuir conteúdos audiovisuais. O produto da arrecadação da CONDECINE se destina ao Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), sendo revertido diretamente para o fomento do setor. Este é hoje, segundo a ANCINE, o maior mecanismo de incentivo ao audiovisual brasileiro.

⁷⁵ Segundo o relatório “Resultados Consolidados do Fundo Setorial do Audiovisual” produzido pela ANCINE e disponível em <https://fsa.ancine.gov.br/sites/default/files/atas-atividades/Resultados-Consolidados-FSA-10-anos.pdf>, em relação ao segmento de TV, foi observado um crescimento robusto na quantidade de obras registradas na ANCINE, em especial a partir de 2013. Em 2011, foram registradas 412 obras, já em 2017 foram 1621, somente no setor de TV paga. Assim, a Lei 12.485/2011 permitiu a ampliação da distribuição de conteúdo audiovisual brasileiro nas TVs a partir da adoção de cotas aplicadas de duas formas: número mínimo de canais brasileiros

- e) Facilitar a atuação conjunta de duas agências reguladoras – ANCINE e ANATEL – em prol de uma efetiva regulação econômica dessa indústria.

A comunicação audiovisual de acesso condicionado reuniu em seu marco normativo princípios que têm matrizes em formas distintas de organização econômica. De um lado tendências liberais como a mínima intervenção estatal, a liberdade de expressão, o direito de acesso à informação e a defesa da concorrência. De outro, vertentes nitidamente relacionadas com pautas sociais, fincadas no “Estado do Bem-estar”, como por exemplo o acesso à cultura, a preservação da diversidade, o estímulo ao desenvolvimento social e a intervenção do Estado no domínio econômico.

Por fim, uma questão importante que integra esta pesquisa diz respeito à aplicação da Lei 12.485 de 2011 à distribuição de conteúdo audiovisual pela internet especificamente para um público assinante de serviços *on demand*.

Embora haja posições divergentes em jogo, havendo quem sustente que “o provimento de conteúdo audiovisual na internet é serviço de valor adicionado, que consiste em aplicações baseadas na rede de telecomunicações que visam à entrega de funcionalidades diversas para usuários e que não se confundem com a rede que lhes serve de suporte” (BECHARA, 2019, apud AQUINO, 2019) e outros que pensam que a aplicação da Lei 12.485/2011 independe da modalidade de tecnologia de distribuição de conteúdo, como já mencionado no item 4.2.4, o legislador brasileiro não quis se manifestar sobre esta questão, deixando espaço para futuras tensões.

Dessarte, a moldura normativa estabelecida no ano de 2011 (ano no qual a NETFLIX gigante do setor, chegou ao Brasil) revelava uma conjuntura na qual o *broadcast* e a TV segmentada estavam submetidos a normas razoavelmente bem elaboradas, que estabeleciam uma série de limitações e deveres, enquanto as plataformas e dispositivos de *streaming* ainda não contavam claramente com qualquer disciplina jurídica específica. A nossa hipótese é a de que esta ausência de regulação tem sido fator contributivo para a gradativa migração do audiovisual das mídias pregressas para as mídias pautadas nos protocolos da internet.

A lei 12.485 de 2011, teria promovido assim, uma convergência normativa apenas parcial, já que não incluiu no seu bojo a radiodifusão televisiva, nem o *streaming*.

Veja-se que a conclusão pela não incidência das normas decorrentes da Lei do SeAC ao audiovisual distribuído pela internet não decorre da clareza do texto legal, sendo possível alcançaria apenas após uma análise arqueológica do processo legislativo, que deixou evidente que a omissão legislativa teve o propósito de postergar as discussões sobre a regulação dos novos meios para um momento onde os comportamentos dos operadores estivessem mais ou

dentro de cada pacote ofertado ao assinante e obrigação de programação de conteúdos brasileiros nos canais de espaço qualificado. As obras destinadas inicialmente para a TV segmentada representaram, em média, 82,2% do total.

menos estabilizados. Por isso poderíamos intuir a existência de mais uma subespécie de convergência normativa que se mistura aos processos de desregulação, a qual ficará mais clara quando da análise da decisão do caso FOX x Claro nos itens seguintes deste trabalho.

Destaque-se que a convergência normativa do audiovisual se estabelece não só pela presença de legislação uniforme a respeito de determinado setor da indústria cultural, mas também pela desregulação de partes do setor, a qual pode ser vista como “incentivo” para as migrações de conteúdo entre plataformas, suscitando a autorregulação que se dá não raras vezes pela apropriação (remediação) de normas já adequadas a outros modelos de negócio, naquilo que é pertinente para o bom desenvolvimento do novo modelo.

No próximo tópico deste relatório destinamos algumas considerações sobre as decisões que a ANATEL tomou em relação ao Grupo Globo, a fim de dar a ver ao leitor o quão complexas podem ser as lógicas decisórias e o quanto elas podem se afastar daquilo que era aparentemente objetivado pelo legislador quando concebeu o texto normativo.

A exposição abaixo também nos interessa porque demonstra, sob um viés arqueológico, que as relações entre os produtores de audiovisual e as empresas de telecomunicações, movimento que faz parte da ideia de convergência tecnológica, está ambientada e parametrizada por normas que não podem ser desconsideradas quando das análises econômico-políticas e mais, que a efetiva norma que incide sobre determinada realidade só é conhecida quando um caso concreto é decidido, eis que a identificação de uma norma e, portanto, seu verdadeiro significado só pode ser obtido da conjugação do que Friedrich Muller (2000) chama de programa normativo com a parcela da realidade que se apresenta como problema a ser resolvido (ambiente normativo).

4.3 DIMENSÃO DECISÓRIA: ONDE A LEI DISTANCIA, O DECISOR APROXIMA

Conforme se pode perceber através da estrutura que este trabalho assumiu, nossa pesquisa adotou a estratégia de sobrepor algumas dimensões que se relacionam com a constituição do audiovisual na tecnocultura para, em seguida, investigar o que a interface do aplicativo Globoplay revela sobre este cruzamento entre as normas e as lógicas de produção e distribuição de audiovisual contemporâneo.

Para entender com um pouco mais de clareza a dimensão normativa do audiovisual foi necessário um levantamento amplo das normas que disciplinam esta ramo da atividade produtiva atualmente, bem como olhar para o passado em busca de identificar como se deu o processo de construção deste marco normativo e quais as tensões estariam ocultas na sua conformação, daí ter sido importante uma investigação arqueológica de outra dimensão que se relaciona com a construção do programa normativo, aquela que chamei de sociotécnica, diante

do fato de se encontrarem imbricados nela os aspectos tecnológicos do audiovisual e questões da ordem dos interesses dos grupos de pressão relacionados com o segmento, tais como trabalhadores, empresários, entidades associativas e corporações.

Porém, para compreensão do cenário jurídico não basta a investigação sobre as normas postas. É necessário analisar o direito aplicado e, para isso, nos pareceu adequado iniciar uma investigação sobre as decisões tomadas pelas agências reguladoras do audiovisual que afetaram direta e indiretamente a Rede Globo já na vigência da Lei do SeAC, tendo em vista que esta lei se predispõe a disciplinar um regime audiovisual que possui evidentes pontos de contato com o que acontece nos regimes audiovisuais pautados nos protocolos de computador.

Convém esclarecer que nosso objeto, o Globoplay, se apresenta como serviço de *streaming* da Rede Globo de Televisão, mas também permite acesso a produções originais, materiais vindos do cinema nacional e estrangeiro, conteúdo recuperado da TV segmentada, conteúdo “ao vivo” dos canais Globosat/Globo e, mais recentemente, um acervo de podcast, por isso essa análise da dimensão decisória é fundamental para a compreensão do ponto de virada no qual a plataforma de vídeo *streaming* deixa de ser apenas uma janela onde os produtos televisivos são reaproveitados e passa ser um serviço autônomo, com pretensões próprias, para onde convergem as mais ousadas pretensões do Grupo de mídia Globo, não apenas da emissora de TV.

Outro motivo para a investigação do campo decisório, de acordo com as especificidades de nossa pesquisa, está relacionado com o fato de que é exatamente na junção entre empresas dedicadas à produção de bens culturais e empresas que operam o tráfego de dados que está a origem do aspecto tecnológico do fenômeno da convergência.

Levando em conta esse cenário, é relevante que se proceda uma análise sobre as decisões da ANATEL que permitiram a aproximação definitiva entre o Grupo Globo e a Telmex (sócia controladora da Embratel) quando da transferência do controle da NET Serviços de Comunicação S.A.

Tratou-se da primeira oportunidade na qual a agência reguladora aplicou a legislação que acabara de ser aprovada, na qual foi possível interpretar um importante conceito criado pela legislação brasileira: o conceito de empresa empacotadora.

Também merecem análise, ainda que breve, as decisões sobre os casos Claro S/A x Fox Plus e os efeitos da união entre AT&T e Warner Media no cenário regulatório do audiovisual brasileiro, eis que consolidaram a aproximação entre o segmento da produção e o segmento da distribuição audiovisual e colocaram uma pá de cal na pretensão de encontrar um marco regulatório para os serviços de *streaming* nos diplomas normativos atualmente em vigor.

4.3.1 Análise 46, de 23 de janeiro de 2012

Esta decisão administrativa tomada pela ANATEL, através do então Conselheiro Relator Rodrigo Zerbone Loureiro, versava sobre o pedido de anuência prévia para transferência de controle da NET Serviços de Comunicação S.A. para a Empresa Brasileira de Telecomunicações S.A. – Embratel.

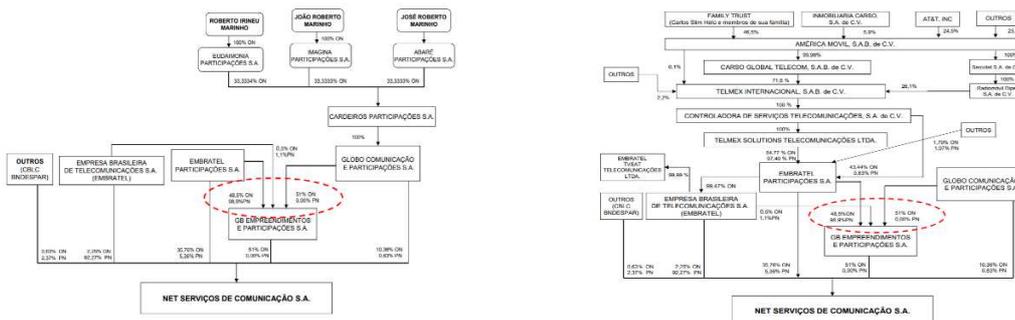
Foi assim ementada:

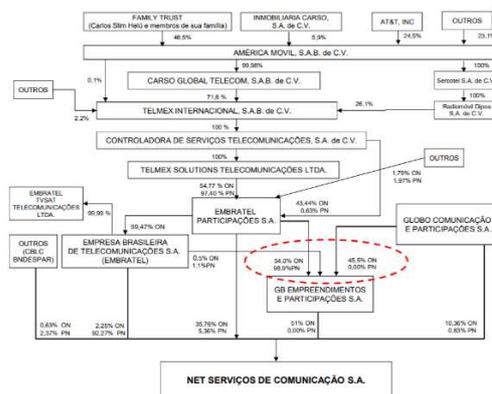
ANUÊNCIA PRÉVIA PARA TRANSFERÊNCIA DE CONTROLE. NET SERVIÇOS E EMBRATEL. SUPERINTENDÊNCIA DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA. INEXISTÊNCIA DE ÓBICES REGULATÓRIOS. ASPECTOS CONCORRENCIAIS CONSIDERADOS PARA A OPERAÇÃO. PRAZO PARA ADEQUAÇÃO AO DISPOSTO NO ART. 5º DA LEI 12.485/2011. APROVAÇÃO. EFEITOS DA OPERAÇÃO CONDICIONADOS À CERTIFICAÇÃO DA REGULARIDADE FISCAL. 1. No exame da anuência para a transferência de controle da empresa NET SERVIÇOS observou-se a regularidade regulatória da operação, cabendo às interessadas a regularização fiscal. 2. Análise concorrencial preliminar realizada não identificou potenciais prejuízos à competição decorrentes da operação. O aprofundamento desta análise ocorrerá quando da submissão e apreciação do Ato de Concentração. 3. Concessão da anuência prévia para a realização da operação com efeitos a partir da regularização fiscal. 4. Concessão de prazo para a apresentação de pedido de anuência prévia com proposta de solução para adequação da estrutura de controle da NET às disposições da Lei 12.485/2011. (ANATEL, 2012)

Tratou-se da primeira manifestação de mérito sobre o tema adotada pela ANATEL no âmbito do processo administrativo 53500.0227755/2011.

Segundo relatado na própria decisão, o pedido representava a culminância de um projeto de recuperação financeira da Net Serviços S.A. através da venda das ações titularizadas pela Globopar para o grupo empresarial Telmex (Teléfonos de México S.A.) que exercia controle da Embrapar (Embratel Participações S.A.).

Figura 1 - Esquema societário da GLOBOPAR/NET/TELMEX antes e depois da Operação





Fonte: Análise 046/2012 – GCRZ - ANATEL

As interessadas afirmavam que, naquela operação, embora a Globopar tivesse mantido o controle acionário da Net, por meio de sua controlada GB (Grupo Globo), o Acordo de Acionistas da GB firmado em 21/03/05 previra a “Opção de Venda de Ações” da GB detidas pela Globopar (Globo Comunicação e Participações S.A.) à Embrapar, bem como a “Opção de Compra de Ações” da GB detidas pela Globopar pela Embrapar, sendo que tais operações estavam sujeitas a uma condição suspensiva, ou seja, tais opções somente poderiam ser exercidas a partir do momento em que o marco regulatório aplicável autorizasse uma sociedade empresária não controlada por brasileiros a adquirir participação majoritária no capital votante de uma operadora de TV segmentada⁷⁶.

Assim, diante da edição da Lei n.º 12.485, de 12/09/2011, com a revogação do art. 7.º da Lei n.º 8.977, de 06 de janeiro de 1995 (Lei do Serviço de TV a Cabo)⁷⁷, as interessadas entendiam que a condição suspensiva havia sido verificada, o que possibilitaria a finalização do acordo de acionistas da GB.

Não havendo mais restrições legais à finalização da operação que teve início em 2004, as interessadas informaram que tomariam as providências necessárias para que fosse efetivado o exercício da Opção de Venda de Ações pela Globo ou o exercício da Opção de Compra de Ações pela Embrapar, conforme o caso, com os direitos e prerrogativas previstos no Acordo de

⁷⁶ Iremos omitir neste trabalho detalhes sobre o direito societário, já que o objeto da pesquisa não assume esse horizonte como relevante para identificação do processo de resiliência do audiovisual televisivo e seus movimentos de migração para dispositivos de *streaming*. Mas é interessante destacar que, mesmo antes de ser autorizada legalmente uma operação concentração de controle de empresas no seguimento audiovisual em terras brasileiras, os envolvidos já cogitavam a possibilidade. É possível, intuir que estes mesmos atores iriam, de alguma forma, exercer influência para que o marco regulatório se amoldasse às suas pretensões.

⁷⁷ Art. 7º A concessão para o serviço de TV a Cabo será dada exclusivamente à pessoa jurídica de direito privado que tenha como atividade principal a prestação deste serviço e que tenha:

I - sede no Brasil;

II - pelo menos cinquenta e um por cento do capital social, com direito a voto, pertencente a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos ou a sociedade sediada no País, cujo controle pertença a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos.

Acionistas da GB já submetido à ANATEL e ao CADE quando do pedido de anuência prévia apresentado em 2004 e da submissão do Ato de Concentração correspondente.

Em razão da exiguidade de espaço nesse relatório de pesquisa, omitiremos detalhes técnicos da tomada de decisão, limitando-nos a apontar qual a sua relevância para a conformação de um cenário que interessa ao funcionamento de aplicativos de *streaming* no Brasil e, em especial, ao serviço da Rede Globo de Televisão.

De todo modo, a Globo apresentava, em resumo, os seguintes argumentos para tentar ver aplicada ao caso a norma mais favorável aos seus interesses:

“a) A Lei 12.485/2011, ao fixar limites para a atuação simultânea de empresas nas atividades inerentes à comunicação audiovisual de acesso condicionado (arts. 5º e 6º), empregou a expressão controle, porém, não a definiu. b) A opção legal foi pela liberdade de iniciativa nesse segmento, restringindo as barreiras à entrada nesse mercado àquelas que estivessem expressamente encartadas na própria lei (art. 4º, § 1º, in fine). c) A reserva legalmente instituída sobre o tema das restrições de acesso ao mercado impede o reconhecimento de competência regulamentar para definir o conceito de controle a ser adotado nessa matéria. d) O conceito de controle a ser aplicado nessas hipóteses, portanto, é o definido na legislação geral sobre o tema (Código Civil, art. 1098 e Lei das S/A, arts. 116 e 243). A definição de controle cunhada pela Anatel em sua Resolução 101 não pode ser empregada para fins de aplicação dos arts. 5º e 6º da Lei 12.485/2011. O conceito de controle da Resolução 101 só poderia ser aplicado em relação a normas exclusivas do setor de telecomunicações, o que não é o caso dos dispositivos em análise. e) As restrições previstas nos 5º e 6º da Lei 12.485/2011 afetam simultaneamente os setores de radiodifusão, telecomunicações e de produção e programação de conteúdo audiovisual, sujeitos a autoridades reguladoras distintas (Executivo, Anatel e Ancine, respectivamente). A Lei 12.485/2011, porém, só conferiu poder regulamentar a esses entes para disciplinarem matérias atinentes às suas respectivas competências originárias (art. 42), negando-lhes, por consequência, a prerrogativa de criar normas com abrangência intersetorial. Com isso, não é possível conceber a criação de um conceito regulamentar de controle para fins de aplicação dos referidos arts. 5º e 6º, uma vez que tais dispositivos produzem efeitos, simultaneamente, em mais de um setor regulado.” (ANATEL, 2012, p. 18)

Ao nosso ver, dois foram os pontos relevantes desta decisão.

O primeiro deles se relacionava com o fato de ter ficado claro que as normas do SeAC se aplicavam às empresas que têm sede no Brasil e, portanto, tais empresas estariam sujeitas ao poder regulatório da ANATEL, mesmo que as operações de transferência de poder de controle acionário tivessem sido realizadas no exterior e avalizadas pelos órgãos de controle de concorrência nacionais ou estrangeiros (no caso do Brasil este papel é exercido pelo CADE-Conselho Administrativo de Defesa Econômica).

Isto restou claro quando o relator do processo lançou mão do Decreto 2.617 de 05/06/1998, que trata da composição do capital de empresas prestadoras de serviços de telecomunicações, uma vez que a Net e suas controladas são empresas brasileiras⁷⁸.

⁷⁸ Art 1º As concessões, permissões e autorizações para exploração de serviços de telecomunicações de interesse coletivo poderão ser outorgadas ou expedidas somente a empresas constituídas sob as leis brasileiras, com sede e administração no País, em que a maioria das cotas ou ações com direito a voto pertença a pessoas naturais residentes no Brasil ou a empresas constituídas sob as leis brasileiras e com sede e administração no País. (BRASIL, 1998)

Observe-se que, em 2019, se estabeleceu uma polêmica semelhante quando a AT&T, dona da Sky no Brasil, foi autorizada a incorporar os estúdios da Time Warner pelas autoridades reguladoras americanas e conseguiu ser autorizada pela ANATEL a fazer o mesmo movimento de convergência em solo brasileiro.

O segundo aspecto relevante da decisão disse respeito ao conceito de controle acionário adotado pela ANATEL, o qual se apresentava, naquele momento, muito mais restritivo do que o que se poderia extrair da Lei Civil Geral.

É que, segundo a Resolução 101-ANATEL, de 04 de fevereiro de 1999, o conceito de controle indica, entre outras características, que a condição de controlador é inerente à pessoa jurídica que direta ou indiretamente participa ou indica pessoa para membro de Conselho de Administração, da Diretoria ou órgão de atribuição equivalente, de outra empresa ou de sua controladora. Lembremos que, segundo o art. 5º, da Lei 12.485/2011, “o controle ou a titularidade de participação superior a 50% (cinquenta por cento) do capital total e votante de empresas prestadoras de serviços de telecomunicações de interesse coletivo não poderá ser detido, direta, indiretamente ou por meio de empresa sob controle comum, por concessionárias e permissionárias de radiodifusão sonora e de sons e imagens e por produtoras e programadoras com sede no Brasil, ficando vedado a estas explorar diretamente aqueles serviços”. (BRASIL, 2011)

Ocorre que a conceituação de controle acionário empregada pela Agência Reguladora, como já mencionado, era mais restritiva do que certos dispositivos do Código Civil de 2002, segundo os quais somente se pode considerar controlada a sociedade de cujo capital outra sociedade possua a maioria dos votos nas deliberações dos quotistas ou da assembleia geral e o poder de eleger a maioria dos administradores ou a sociedade cujo controle esteja em poder de outra, mediante ações ou quotas possuídas por sociedades ou sociedades por esta já controladas.

Fazendo prevalecer suas próprias lógicas, a ANATEL decidiu que, quando o art. 5º, da Lei 12.485/2011⁷⁹ entrasse em vigor (vencida a vacância de um ano após a publicação da Lei, ou seja, em setembro de 2012), estaria configurada a propriedade cruzada em manifesto desrespeito à vedação legal, já que a Globopar, acionista da Net, possuía concessão de radiodifusão sonora e de sons e imagens e que a empresa que se dedica à produção audiovisual,

⁷⁹ Art. 5º O controle ou a titularidade de participação superior a 50% (cinquenta por cento) do capital total e votante de empresas prestadoras de serviços de telecomunicações de interesse coletivo não poderá ser detido, direta, indiretamente ou por meio de empresa sob controle comum, por concessionárias e permissionárias de radiodifusão sonora e de sons e imagens e por produtoras e programadoras com sede no Brasil, ficando vedado a estas explorar diretamente aqueles serviços.

...
Art. 40. O art. 5º passa a vigor 1 (um) ano após a promulgação desta Lei; o inciso I do caput do art. 20 passa a vigor 4 (quatro) anos após a promulgação desta Lei; o art. 18 passa a vigor 1 (um) ano após a promulgação desta Lei e os arts. 26 a 28 produzirão efeitos a partir do ano seguinte à sua publicação.

manteria a indicação de membros do conselho diretor da Net (empresa que se dedica à telecomunicações).

Como visto nos itens anteriores, a Lei 12.485 de 2011 promoveu uma abertura do mercado de TV paga ao capital estrangeiro, ao revogar o art. 7º, da Lei do Cabo. Assim, o fato de a Embrapar ser formada por capital estrangeiro não significaria empecilho para a aquisição da Net pelo Grupo dedicado às atividades de Telecomunicações.

Nestes termos, diante dos pareceres da Superintendência de Comunicação de Massa (SCM) e da Procuradoria Federal Especializada (PFE), o relator do processo iniciou sua conclusão verificando que tanto Telmex (majoritária da EMBRAPAR) como Globo continuariam a exercer controle sobre a Net (operadora de serviços de telecomunicação). No caso do Grupo Globo, mesmo deixando de ter a maioria do capital votante da GB e indiretamente da Net, continuaria a indicar membros do Conselho de Administração e manteria poderes de decisão por meio da exigência de quórum qualificado, em temas relacionados à atuação da empresa no setor de distribuição de conteúdo audiovisual e de telecomunicações⁸⁰. Assim, no entender do relator, a influência do Grupo Globo na gestão da Net estaria preservada de maneira significativa.

Tal influência não encontrava impedimento na vigência da legislação anterior, mas ofenderia o art. 5º, da Lei 12.485/2011, assim que o dispositivo entrasse em vigor no ano seguinte, visando a criar barreiras para concentração vertical na cadeia produtiva do audiovisual ou mesmo a obtenção de vantagens competitivas significativas em detrimento dos concorrentes.

É preciso destacar que a tese sustentada pelo grupo Globo se baseava precipuamente no fato de que o conceito de controle (mais restritivo) dado pela ANATEL na Resolução 101 de 1999 não poderia ser aplicado ao caso da Net/Telmex/Globo porque, em se tratando de atividade que se relacionava tanto com as telecomunicações como com a produção audiovisual, não poderia incidir apenas a fiscalização e regulamentação do setor de telecomunicações, sendo necessária a intervenção de outra agência reguladora, a ANCINE. Logo, como não havia qualquer orientação definida em lei sobre o tema, deveria ser aplicada a norma geral, ou seja, o Código Civil de 2002 e a Lei de Sociedades Anônimas e não as determinações exclusivas da ANATEL.

O Grupo Globo queria, por vias oblíquas, se livrar da incidência do marco normativo naquilo que lhe era prejudicial. A prevalecer seu raciocínio, a operação não poderia ser fiscalizada pela ANATEL nem pela ANCINE, eis que essa última não se dedica à regulação de atividades de distribuição de audiovisual, mas tão somente dos temas relacionados com produção, programação e empacotamento.

⁸⁰ Uma das cláusulas do acordo de acionistas previa que a aprovação de qualquer matéria relevante exigiria quórum consistente no voto favorável de todos os acionistas participantes do acordo que possuíssem mais de 10% do capital votante da NET.

ANATEL e ANCINE não possuíam qualquer regulação conjunta sobre a nova lei, especialmente porque cada uma destas agências reguladoras tem como missão regulamentar e fiscalizar setores produtivos diversos que não podiam se conectar quando foram criados os marcos normativos que instituíram as respectivas entidades. É possível intuir desta circunstância, o fato de que a mudança do ambiente normativo (realidade fática do audiovisual com as associações e dissociações das mídias) provocou um movimento de cruzamento com o programa normativo e impôs novas percepções, as quais demandam, enquanto ainda não conformado (reconfigurado) o programa normativo (moldura do direito), a intervenção na dimensão decisória.

Enfrentando o tema, o relator argumentou que a Lei 12.485 de 2011 não tinha criado qualquer reserva legal para definição do conceito de controle para fins de fiscalização do setor regulado, logo persistiria a competência da ANATEL para normatizar também esta questão.

Ele afastou o argumento da intersetorialidade com base na ideia de que o art. 5º, da Lei referida, impunha uma restrição à composição de capital de prestadoras de serviços de telecomunicações, que estariam, indubitavelmente, sob o poder regulamentar da ANATEL.

Assim, o fato de a Net realizar mais de uma atividade dentro da cadeia produtiva do audiovisual (distribuição, programação e empacotamento) não implicaria a necessidade de atuação conjunta entre ANATEL e outra agência reguladora quanto a este tema. Ademais, as disposições do regulamento para apuração de controle e de transferência de controle em empresas prestadoras de serviços de telecomunicações seriam expressas quanto a aplicação ao caso, como forma de evitar fraude às vedações legais e regulamentares à propriedade cruzada.

Esta linha de raciocínio caminhava para a não autorização da alteração societária da forma como proposta, a fim de que o Grupo Globo perdesse qualquer controle sobre a Net.

Porém, numa guinada um tanto quanto surpreendente, o relator reconheceu que a Lei do SeAC, ao dividir a cadeia produtiva do audiovisual condicionado em quatro atividades, colocou sob a fiscalização da ANATEL apenas a atividade de distribuição, enquanto produção e programação estariam sob a tutela da ANCINE, nada tendo sido disciplinado sobre a atividade de empacotamento.

Assim, considerando que as limitações impostas pela Lei impediriam quem produz e programa imagens para radiodifusão de distribuir conteúdo (e vice-versa), o relator houve por bem determinar que a Net apresentasse nova proposta que impedisse o GB de participar das decisões relacionadas exclusivamente com distribuição de conteúdo e outros serviços de telecomunicações, chancelando no mais a proposta de alteração do quadro societário.

4.2.5.18. Dito isso, considero que a situação societária atual da NET será incompatível com a Lei nº 12.485/2011 a partir da vigência de seu art. 5º (12 de setembro de 2012) e, portanto, determino que essa prestadora apresente, em até 90 dias antes do início da vigência do art. 5º da Lei nº 12.485/2011, pedido de anuência prévia para alteração

dos seus instrumentos societários de forma que retire todos os poderes decisórios do Grupo Globo, ao menos nos assuntos relacionados a quaisquer serviços de telecomunicações prestados pela NET, o que deverá abranger todos os incisos do § 1º do art. 1º do Regulamento para Apuração de Controle e de Transferência de Controle em Empresas Prestadoras de Serviços de Telecomunicações, inclusive com a vedação até mesmo à presença de representantes do Grupo Globo em qualquer deliberação, formal ou não, dos assuntos citados.

4.2.5.19. Ressalto, todavia, que caso a NET opte pela manutenção dos atuais poderes do Grupo Globo nas demais matérias que não versem sobre serviços de telecomunicações, a autorização desta Agência para a mudança estará condicionada à real efetividade da estrutura proposta, tanto na análise da anuência prévia, quanto no acompanhamento da decisão da Anatel. (ANATEL, 2012, p.21)

Desta forma, o Grupo Globo conseguiu promover sua união com o capital estrangeiro, como forma de sustentar sua relevância no setor audiovisual, mantendo-se presente na Net quanto a assuntos inerentes à programação de conteúdo e empacotamento de canais, mesmo quando os movimentos anteriores do processo administrativo estavam a indicar que o grupo de mídia teria de se distanciar totalmente da empresa programadora/empacotadora.

Passaremos, em seguida, ao relato da observação sobre a análise 462/2012 que foi levada a efeito quando da apresentação da nova organização societária após o início da vigência do art. 5º, da Lei do SeAC, em setembro de 2012.

4.3.2 Análise 462, de 26 de outubro de 2012

Esta manifestação da ANATEL foi relatada pelo, então, Conselheiro Marcelo Bechara de Souza Hobaika, empossado em 2011 pela presidente Dilma Roussef. No ano de 2016, Bechara afastou-se da ANATEL e, atualmente, é diretor executivo de relações institucionais e regulação de mídias no Grupo Globo e membro do Conselho Superior da ABERT para o biênio 2020-2022.

O objeto discutido versava sobre pedido de anuência prévia com proposta de solução para adequação da estrutura de controle da Net Serviços de Comunicação S.A. às disposições da Lei da Comunicação Audiovisual de Acesso Condicionado, tendo sido ementado da seguinte forma:

ANUÊNCIA PRÉVIA PARA ADEQUAÇÃO DA ESTRUTURA SOCIETÁRIA DA NET SERVIÇOS ÀS DISPOSIÇÕES DA LEI Nº 12.485/2011 E DA RESOLUÇÃO Nº 101/99. SUPERINTENDÊNCIA DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA. CUMPRIMENTO DAS DETERMINAÇÕES DOS ATOS Nºs 612/2012 E 4.303/2012, AMBOS DO CONSELHO DIRETOR. EFEITOS DA OPERAÇÃO CONDICIONADOS À CERTIFICAÇÃO DA REGULARIDADE FISCAL. 1. No exame da anuência para a transferência de controle da empresa NET SERVIÇOS observou-se a regularidade da operação, cabendo às Interessadas a devida regularização fiscal. 2. O pedido de anuência prévia para retirada dos poderes decisórios da GLOBO quanto a assuntos relacionados a serviços de telecomunicações prestados pela NET demonstra atendimento às determinações do Ato nº 612/2012 do Conselho Diretor, respaldada nas determinações da Análise nº 46/2012-GCRZ, com

observância ao art. 5º da Lei nº 12.485/2011 e ao art. 1º, § 1º, da Resolução nº 101/99. 3. Prazo de 120 (cento e vinte) dias para que ocorra a substituição dos Conselheiros e respectivos suplentes indicados pelo GRUPO GLOBO no Conselho de Administração da NET Página 2 de 42 da Análise nº 462/2012-GCMB, de 26/10/2012 201290177966 LCB/PTC/TDS Serviços de Comunicação S.A., por membros vinculados apenas à EMBRATEL. 4. No que concerne aos pedidos de renovação e adaptação de outorgas detidas pelas empresas do Grupo NET, para a exploração do SeAC, nos termos dos arts. 37 da Lei nº 12.485/2011 e 81 do Regulamento do SeAC, verifica-se que a Área Técnica constatou que toda a documentação está em conformidade com a regulamentação; 5. Nessa linha, devem ser expedidos os Atos tendentes a realizar as renovações e/ou adaptações, conforme o caso, nos termos das minutas apresentadas pela Área Técnica, desde que comprovada a regularidade fiscal. (ANATEL, 2012b)

Em linhas gerais esta decisão manteve o entendimento já adotado na decisão anterior, deixando mais uma vez claro que o Grupo Globo figurava na composição societária da Net na condição de produtor e empacotador de conteúdo, portanto, sua intervenção na empresa era possível, desde que não se imiscuisse nos assuntos que envolvessem telecomunicações.

Desta forma, o relator Bechara, se limitou a aplicar a resolução n. 101/1999 da Anatel nas atividades de distribuição da Net, pois para ele as demais atividades estariam sujeitas ao controle da ANCINE.

O conselheiro entendeu que o poder de controle de uma pessoa jurídica sobre outra devia ser analisado em conjunto com outras cláusulas e disposições que regulam a relação entre elas. Assim, o fato de a NEWCO (empresa da qual faz parte o Grupo Globo) ter sido criada apenas para a participação no capital da Net não implicava que o grupo de mídia desejasse manter controle indireto sobre as atividades de telecomunicações da empresa cujo controle havia sido transferido para a Embrapar. (ANATEL, 2012B, p.19)

O novo esquema societário apresentado para aprovação da agência reguladora determinara que alguns temas fossem excluídos do poder de veto da Globo na Net, a saber:

- a) admissão das ações de emissão da Net Serviços para negociação no segmento especial de listagem do novo mercado BM & FBOVESPA;
- b) redução do capital social ou resgate de ações;
- c) pagamento de dividendos e/ou de juros sobre capital, exceto se exigidos por lei e/ou determinados pelo Estatuto Social da Net Serviços;
- d) pedido de recuperação judicial ou extrajudicial ou confissão de falência; dissolução ou liquidação da Net Serviços; transformação do tipo societário da Net Serviços.

A decisão da ANATEL destacou que, após os acordos de acionistas, o objeto das reuniões prévias com interferência da Globo encontrava-se restrito aos seguintes aspectos:

- a) reestruturação societária da Net que pudesse influenciar, reduzir ou extinguir o objeto social dessa empresa (Cláusula 6.6, “a”, do Acordo de Acionistas da EGPARG e Cláusula 3.6, “a”, do Acordo de Acionistas da Net);
- b) alteração do Estatuto Social com efeitos sobre o Conselho de Administração e Diretoria apenas no que tangia aos direitos da Globo (Cláusula 6.6, “b” do Acordo de Acionistas da EGPARG e Cláusula 3.6, “b”, do Acordo de Acionistas da Net);
- c) exercício dos direitos de voto da Net em quaisquer sociedades por ela controladas quanto às

matérias ora definidas como relevantes (Cláusulas 6.6, “c”, e 6.7, “c”, do Acordo de Acionistas da EGPARG e Cláusula 3.6, “c”, e 3.7, “c”, do Acordo de Acionistas da Net); d) modificações contratuais ou comerciais entre a Net e qualquer parte relacionada da Globo (Cláusula 6.7, “a” do Acordo de Acionistas da EGPARG e Cláusula 3.7, “a”, do Acordo de Acionistas da Net) e e) definições quanto a Canal Internacional, assunto que, na forma destacada pela Área Técnica, refere-se a “conteúdo”; portanto, alheio à competência regulatória da Agência (Cláusula 6.7, “b” do Acordo de Acionistas da EGPARG e Cláusula 3.7, “b”, do Acordo de Acionistas da Net).

Assim, para o relator, as matérias definidas como relevantes se limitavam a garantir a incolumidade do objeto social da Net, como forma de proteção de seus acionistas. Portanto, a preocupação da Procuradoria Federal Especializada (PFE) quanto ao uso de atividade-meio como forma de exercício de controle sobre atividades fim de distribuição fora suprida.

A atuação do grupo Globo na seara decisória nesta ocasião destacou a capacidade estratégica da empresa para fazer prevalecer sua vontade, moldando fatos mesmo em detrimento do que era determinado pela literalidade das normas construídas há tão pouco tempo.

Esta, ao nosso ver, é mais uma evidência da resiliência da Globo e uma demonstração de que a convergência normativa se dá não só no âmbito da configuração do texto legal, mas também com a tomada de decisões que reconhecem a não aplicação deste programa normativo aos fatos que contém, pelo menos na opinião dos decisores, algum elemento que possa fazer emergir exceções. Poderíamos pensar numa espécie de derrota de normas convergentes provocada pela própria convergência tecnológica e econômica, ou seja, pela aproximação de segmentos da indústria audiovisual que à luz da legislação deveriam estar distanciados como é o caso das telecomunicações e da tv segmentada.

4.3.3 Tudo junto e misturado (no Globoplay): ANATEL e ANCINE derrotam a Lei do SeAC e renunciam à regulação do *streaming*

Embora relacionando-se com operadores diversos daqueles que tomamos como objeto nesta pesquisa, uma exploração da dimensão decisória do audiovisual brasileiro na ambiência do *streaming* não prescinde de um olhar sobre a natureza dos serviços de distribuição audiovisual sob demanda na internet e sobre as possibilidades de aproximação entre empresas que, segundo os consensos normativos anteriores, não podiam se unir, a fim de que não houvesse concentração vertical ou horizontal capaz de impedir a livre circulação de conteúdos culturais e informacionais. Como tal, a percepção que a ambiência jurídica tem a respeito do tema constitui uma das linhas de fuga que podemos perseguir neste trabalho.

Aplica-se aqui a metáfora do espelho utilizada por Bolter e Gromala (2003) para se referir a aspectos da interface cultural, nos levando a analisar a moldura normativa não só como

uma janela para os mundos existentes no momento da redação do texto legal, mas também como uma espécie reflexo da ambiência presente quando se convoca sua aplicação. Em outras palavras, só se conhece a verdadeira norma, quando é necessário aplicar um texto legal a um fato da vida. Assim como uma interface de computador é janela para certos sentidos e espelho da ambiência que a cerca, a moldura jurídica, além de delimitar sentidos possíveis para a solução de um problema, deve refletir o contexto social que está presente não só no momento de sua construção, como também aquele existente quando da sua incidência efetiva sobre conflitos reais (não apenas potenciais) que precisam ser pacificados.

Posta em discussão a estratégia de uma determinada programadora de TV segmentada consistente na oferta de sua programação linear através de aplicativos em dispositivos móveis e plataforma na rede mundial de computadores, a ANATEL e a ANCINE deliberaram que a oferta de conteúdo audiovisual via internet não se enquadrava no Serviço de Acesso Condicionado (SeAC), mas sim como serviço de valor adicionado, submetendo-se ao regime do art. 61, da Lei 9.472 de 1997⁸¹.

A discussão envolvia a aplicação do art. 29, parágrafo único, cumulado com o art. 1º, incisos X e XXIII, todos da Lei 12.485 de 2011, os quais dariam às empresas de telecomunicação a exclusividade para a distribuição de conteúdo audiovisual de acesso condicionado, inclusive, pela internet. A definição desta disputa desvelaria dois pontos significativos para nossa pesquisa, a saber: _ Aplicativos de *streaming* que distribuem audiovisual televisivo podem se enquadrar como serviço de acesso condicionado, estando sujeitos às barreiras protetivas inscritas da lei de 2011? _ A visão da ANATEL e da ANCINE, enquanto verdadeiras guardiãs das expectativas consolidadas nas normas seria, a exemplo do que ocorrera nas discussões do caso Telmex/Globopar, por ocasião da transferência do controle acionário da Net, mais uma vez tendente a derrotar a norma dando prestígio aos fatos. Em outras palavras: a dimensão das trocas se sobreporia à dimensão das normas?

Tratava-se da disputa estabelecida por Claro S.A. contra Fox plus⁸² e, inobstante muito se tenha dito sobre o caso não ser tomado como referência para outras situações, o certo é que

⁸¹ Art. 61. Serviço de valor adicionado é a atividade que acrescenta, a um serviço de telecomunicações que lhe dá suporte e com o qual não se confunde, novas utilidades relacionadas ao acesso, armazenamento, apresentação, movimentação ou recuperação de informações.

§ 1º Serviço de valor adicionado não constitui serviço de telecomunicações, classificando-se seu provedor como usuário do serviço de telecomunicações que lhe dá suporte, com os direitos e deveres inerentes a essa condição.

§ 2º É assegurado aos interessados o uso das redes de serviços de telecomunicações para prestação de serviços de valor adicionado, cabendo à Agência, para assegurar esse direito, regular os condicionamentos, assim como o relacionamento entre aqueles e as prestadoras de serviço de telecomunicações.

⁸² A decisão foi tomada no processo n. 53500.022476/2019-45 instaurado em razão de denúncias apresentadas pela Claro S.A., afirmando que a Fox Latin America Channels do Brasil Ltda e a Topspots Ventures Ltda estariam prestando serviços de telecomunicações clandestinamente, mediante a oferta de canais com conteúdo linear via internet denominados Fox+ e Esporte Interativo Plus, sem a devida outorga de serviço de acesso condicionado (SeAC).

a vitória da Fox, após um período de quase três anos de incertezas, garantiu parte dos interesses dos radiodifusores externados no posicionamento de suas associações (ABERT e ABRATEL)⁸³.

Como se viu, num relativamente curto intervalo, a ANATEL e ANCINE viram-se desafiadas por duas questões centrais para o futuro do audiovisual. A primeira relacionada com os limites da propriedade cruzada entre empresas de conteúdo e de distribuição⁸⁴, na qual de certa forma foi renovada a discussão sobre temas já aventados no caso Telmex/Globopar. A segunda, relacionada à própria natureza do audiovisual ofertado por programadoras de canais lineares diretamente na internet, exemplificada pelo caso Claro vs. Fox plus.

Nos dois temas, pelo que entendemos, as agências reguladoras ao invés de aplicarem a legislação concebida no passado exatamente para estabilizar estas expectativas, acabaram por derrotar a norma legal, criando um vácuo que deverá ser preenchido pela atividade legislativa do Estado ulteriormente.

Este movimento, para além de demonstrar a manutenção de certa relevância da influência de atores já consolidados no audiovisual brasileiro tanto no ambiente legislativo como no ambiente decisório, permite-nos entrever que este último é sensível às pressões que motivam a convergência normativa e não propriamente o *locus* onde este fenômeno se manifesta, já que a alteração do quadro normativo, conforme a própria ANATEL sugeriu, estaria a depender de atividade parlamentar. Tal atividade de gênese normativa, obviamente, será realizada muito depois que os movimentos de acomodação do mercado já tiverem tido condições para regular por si mesmos a multiplicidade de oferta que se apresenta quando esta pesquisa se aproxima de seu fechamento.

Conforme destacou Samuel Possebom (2019), a posição oficial da ANATEL, antes mesmo de finalizar a análise do caso acima destacado, já se encaminhava no sentido de considerar que a Lei do SeAC não mais daria conta das dinâmicas do mercado, motivando a busca por interpretações muitas vezes antagônicas para contemplar a realidade do marco legal estabelecido.

Não há dúvidas de que essa decisão acabou por não refrear a proliferação de dispositivos de distribuição de conteúdo audiovisual por protocolos de computador na internet. Mas, se por um lado isso pode impactar a TV segmentada negativamente, gerando concorrência indesejada,

⁸³ ABERT e ABRATEL haviam se manifestado no sentido de ser inadmissível a intervenção das agências reguladoras nas escolhas dos produtores e programadores de conteúdo que deveriam ter liberdade para adotar modelos de negócio condizentes com as evoluções tecnológicas.

⁸⁴ A operação de aquisição do controle da Warner Media pela AT&T foi aprovada pelo CADE aos 18 de outubro de 2017 mediante cumprimento de Acordo em Controle de Concentrações. O CADE afirmou a competência regulatória da ANCINE e da ANATEL, limitando-se a analisar as consequências concorrenciais da união. Aos 06 de fevereiro de 2020, a ANATEL decidiu declarar a regularidade plena da operação por não haver contrariedade com o art. 5º, da Lei 12.485 de 2011, conclusão que foi encampada pela ANCINE. O dispositivo de lei mencionado veda expressamente o controle ou a titularidade de participação superior a 30% (trinta por cento) do capital total votante de concessionárias e permissionárias de radiodifusão sonora e de sons e imagens e de produtoras e programadoras com sede no Brasil por empresas de telecomunicações, ficando vedado a estas explorar diretamente aqueles serviços.

por outro, vai ao encontro dos interesses de produtores e programadores que reúnem acervo suficiente para se sustentar fora de um regime de empacotamento, como é o caso do Grupo Globo.

Como se deixou entrever na análise sobre a dimensão sociotécnica, a decisão da ANATEL não deu início às transformações da ambiência do audiovisual do *streaming*, mas abriu espaço suficiente para que aquelas que já estavam em andamento não fossem refreadas, na medida que os operadores mais ousados agora podem ser seguidos por outros que eventualmente temiam reversão desta tendência migratória.

Registre-se que, acompanhando a linha decisória adotada, dias antes, pela ANATEL (Claro S.A. X Fox plus), a ANCINE não se opôs à ideia de que o referido serviço seria espécie de serviço de valor adicionado, previsto no art. 61, da Lei 9.472/1997, e como tal se enquadraria como serviço de telecomunicação, escapando da esfera regulatória da agência.

O entendimento acrescentou que não seria o simples ato de comercialização de determinado conteúdo audiovisual ou o caráter linear de tal conteúdo que caracterizariam o SeAC. O que definiria o SeAC seria a distribuição de conteúdo audiovisual diretamente por um serviço de telecomunicação. Além disso, a possível concorrência entre serviços, por si só, não legitimaria a criação de barreiras regulatórias que impedissem a inovação. (ANCINE, 2020)

Não se pode deixar de ressaltar que a TV segmentada se caracteriza especialmente pela linearidade, enquanto a internet traz o conteúdo sob demanda à disposição do consumidor como seu carro chefe, somado, agora, à possibilidade de transmissão de eventos e programação “ao vivo”.

Essas decisões foram imprescindíveis para a confirmação das investidas da Globo no audiovisual por *streaming* especialmente se levarmos em conta que, no mesmo mês que as agências reguladoras “lavaram suas mãos” em relação à essa nova forma de distribuição de conteúdo, o Grupo Globo converteu seu serviço em algo bem maior do que uma simples segunda janela de exibição de produtos televisivos recuperados. Aspectos desta realidade serão mais bem observados no capítulo que investiga a interface do Globoplay⁸⁵.

Como se pode ver, os caminhos para a migração de conteúdo do *broadcast* e TV segmentada para novas plataformas foram pavimentados na ambiência decisória, o que reforça a compreensão sobre sucesso nas estratégias de resiliência da Globo, já que neste momento a multiplicidade de oferta não tem sido vista como grande barreira para a continuidade da busca

⁸⁵ A partir de 01 de setembro de 2020, o Globoplay passou a disponibilizar um pacote com canais ao vivo da Globosat para seus assinantes em regime de pré-lançamento. O lançamento definitivo do serviço ocorreu no dia 01 de outubro de 2020, admitindo novos assinantes. Além do acervo da TV Globo e sua programação “ao vivo” que já estava na plataforma desde 03 de novembro de 2015, o serviço de *streaming* passou a exibir os seguintes canais: Multishow, Globonews, Sportv 1, Sportv 2, Sportv 3, GNT, Viva, Gloob, Gloobinho, Off, Bis, Mais Globosat, Megapix, Universal TV, Studio Universal, SYFY, CanalBrasil e Futura (este gratuitamente). Também há pacotes especiais para o Combate e Premiere.

por conteúdo nacional, em relação ao qual, o acervo do grupo de mídia brasileiro guarda grande vantagem competitiva.

4.3.4 Entendendo a ideia da derrotabilidade das normas jurídicas no contexto do SeAC

No item anterior, constatamos a derrota da Lei do SeAC na instância decisória das agências reguladoras que foram criadas exatamente para fazer prevalecer as normas do setor. Assim, é necessário refletir melhor sobre o tema.

A ideia de derrotabilidade das normas tem antecedentes históricos bastante antigos.

Colhe-se de Platão em “O Político” (2020, p.145), mais precisamente no diálogo entre Sócrates, O Jovem, e o estrangeiro, a percepção sobre a impossibilidade de leis gerais conterem fórmulas que resolvam com justiça todas as situações da vida. Tal circunstância imporia a correção judicial de resultados imperfeitos causados pela própria incidência destes comandos gerais e abstratos nos problemas ocorridos no plano fático.

Estrangeiro:

_ Ora, é claro que, de certo modo, a legislação é função real: entretanto o mais importante não é dar força às leis, mas ao homem real, dotado de prudência. Sabes por quê?

Sócrates, O Jovem:

_ Qual é a tua explicação?

Estrangeiro:

_ É que a lei jamais seria capaz de estabelecer, ao mesmo tempo, o melhor e o mais justo para todos, de modo a ordenar prescrições mais convenientes. A diversidade que há entre os homens e as ações e, por assim dizer, a permanente instabilidade das coisas humanas, não admite em nenhuma arte e, em assunto algum, um absoluto que valha para todos os casos e para todos os tempos. Creio que estamos de acordo sobre esse ponto.

Sócrates, O Jovem:

_ Sem dúvida! (PLATÃO, 2020)

Aristóteles, a seu modo, também remete ao fenômeno quando em *Ética a Nicômaco* (1984), relata as consequências contrárias à ideia de justiça que justificam retificação das leis gerais, tomando como base o caso concreto.

Dele se pode colher o conceito do que é equitativo como aquilo que resulta da correção da imperfeição advinda da universalidade da disposição geral. Dar-se ia a correção da justiça legal pela justiça equitativa, que levaria em consideração as especificidades do caso concreto, em detrimento da segurança propiciada pelas previsões gerais. Uma espécie de reconhecimento do erro do legislador por excesso de simplicidade, ou seja, o reconhecimento de uma cláusula interna a todos os textos normativos que autoriza sua exceção (não incidência) em situações nas quais sua aplicação for ofensiva ao que é justo, ou seja, à equidade.

Nestes termos, a ideia de equidade e justiça transcenderia a própria ideia de segurança e previsibilidade propiciada pela adoção de leis gerais. Veja-se que estas imperfeições

normativas nem sempre são involuntárias. Há vezes nas quais o próprio legislador, ciente da impossibilidade de formar consenso sobre determinado ponto, e buscando propiciar resposta, ainda que meramente simbólica⁸⁶, com o objetivo de aplacar certas demandas, deixa conscientemente no texto legal um ponto cego (lacuna), através do qual certos casos se tornarão invisíveis aos aplicadores da lei⁸⁷.

Muitas vezes uma situação fática apresenta todos os requisitos para se enquadrar em uma moldura normativa, mas o resultado desta operação de emolduramento pode ser exatamente a colocação desta situação num patamar de desigualdade em relação a outras, sendo possível admitir a não incidência do preceito normativo em respeito a essa ideia de justiça. É exatamente neste fenômeno que reside o que Herbert Hart (2020) chamou de derrotabilidade das normas jurídicas.

A expressão derrotabilidade passou a ser reconhecida no campo do direito a partir de 1948, quando Hebert L. A. Hart, magistrado inglês, escreveu o artigo “*The ascription of responsibility and rights*”⁸⁸, definindo-a como o fenômeno no qual postulados jurídicos podem ter suas consequências negadas mesmo quando presentes todos os requisitos fáticos de sua aplicação a certos casos. Tratava-se do reconhecimento da existência de exceções implícitas a todas as normas jurídicas, que autorizariam a superação delas, mesmo que tais exceções não estivessem concebidas no momento da elaboração dos textos normativos.

Casos “anormais”⁸⁹, que não poderiam ser previstos pelo legislador quando da gênese legislativa, fariam emergir uma cláusula implícita a toda regra jurídica, traduzida na expressão: “a menos que...” (MOURA, 2019, p. 11)

Nas suas primeiras elaborações, o instituto da derrotabilidade foi concebido por Hart (1948) como uma verdadeira característica dos conceitos jurídicos, uma cláusula implícita de exceção capaz de derrotar, desfazer ou reduzir a incidência do conceito ou instituto nela previsto. Isso se daria porque a operação mental determinada pelos preceitos legislativos (que tenho chamado neste trabalho de molduras) no momento de sua aplicação a casos concretos não se vincularia à mera descrição prévia de elementos significantes, mas à adscrição destes elementos, ou seja, à atribuição de responsabilidades decorrentes do enquadramento de elementos fáticos à moldura normativa.

⁸⁶ Sobre legislação simbólica aconselhamos a leitura da obra seminal de Marcelo Neves (2011) na qual o autor explicita as relações entre a função simbólica e a função normativa das leis, apresentando exemplos de situações nas quais se verifica a hiperplasia da primeira em face da segunda função, resultando nas leis que: a) confirmam valores sociais; b) demonstram a capacidade de ação do Estado e c) adiam a solução de conflitos sociais através de compromissos dilatórios.

⁸⁷ Ao nosso ver isso se deu exatamente quando, na elaboração do texto da lei 12.485 de 2011, mesmo tendo havido propostas para uma redação mais clara, foi omitida a expressão “inclusive por protocolos de internet” no texto do art. 2º, inciso XXIII, que se ocupou de conceituar o serviço de acesso condicionado.

⁸⁸ Tradução livre: “A atribuição de responsabilidades e direitos”.

⁸⁹ Coloquei entre aspas a expressão, a fim de destacar que é nestes casos que podemos identificar a chamada interpretação arqueológica das normas jurídicas, mais ampla e profunda do que a interpretação histórica já reconhecida no campo do direito.

O emolduramento (definição dos espaços de inteligibilidade) decorrente do conjunto dos elementos significantes inscritos no dispositivo (texto) da norma não comportaria apenas descrições de condutas, circunstâncias, eventos, mas consequências boas ou ruins destas categorias. A atribuição de uma responsabilidade ou resultado jurídico seria consequência de uma decisão humana e como tal poderia ser incorreta especialmente se surgissem circunstâncias atuais não consideradas quando da concepção do texto legislativo.

Esse entendimento impõe que circunstâncias fáticas inovadoras devem ser levadas em consideração no momento da tomada de decisão, não sendo esta operação decisória uma mera descrição de circunstâncias.

Hart ainda ressalta que é sempre desafiador arrolar todas as condições necessárias à determinado conceito e ainda que fosse possível fazer essa listagem, seria preciso verificar se não existem no caso particular outras circunstâncias capazes de excepcionar a aplicação da lei. Para o autor, todo dispositivo de norma, por mais que o legislador tente ser diligente, possui uma textura vaga que deixa sempre aberta uma série de opções ligadas a tudo aquilo que nela esteja explícito. Pensando nos termos de Bergson citado por Gilles Deleuze (1999, p. 107), os dispositivos de normas conteriam virtuais (tensões) que em sua simplicidade sempre seriam passíveis de atualização a depender dos casos para cuja solução eles seriam acionados.

No caso da Lei do SeAC, como vimos no item 4.2.4 deste trabalho, no qual examinamos não só o momento progressivo à publicação da lei, como as tensões presentes no seu processo legislativo, os parlamentares optaram por não inscrever expressamente no texto do art. 2º, inciso XXXIII, a previsão de aplicação ao audiovisual distribuído pela internet, o que, ao nosso ver, permitiu a sua derrota perante a convergência tecnológica e a convocação do estatuto da liberdade econômica como elemento de relativização da normatividade da lei de 2011.

A omissão proposital dos legisladores, visível através de uma arqueologia do processo de gênese da referida lei, permitiu a instauração de uma crise de comunicação e, por consequência, uma zona cinzenta quanto à exclusão ou inclusão do *streaming* nesta moldura normativa, que culminou com a abertura de opções discricionárias para os decisores diante da indeterminação da norma geral.

“Mas o problema surge para além desse núcleo evidente da norma, nos espaços onde já não é possível identificar um acordo geral acerca da sua aplicação num caso particular, onde se instaura uma “crise da comunicação”, de forma que nessa zona de penumbra, a inclusão ou exclusão de um objeto particular da denotação de um termo se apresenta inevitavelmente como uma escolha entre as alternativas possíveis, ou seja, uma decisão discricionária que a norma geral correspondente deixa indeterminada e autoriza essa discricionariedade.” (HART, 2001, p.141, apud, MOURA, 2019)

Nem mesmo a aparente clareza do texto legal pode afastar esta discricionariedade, já que a identificação da verdadeira norma (hermenêutica) é obtida através da sobreposição do

ambiente normativo (conjunto de circunstâncias fáticas levadas em consideração no momento da decisão) sobre o programa normativo (conjunto de elementos textuais do direito posto).

“A linguagem da regra, nesse sentido, não consegue se estender a casos que, por faltarem ou adicionarem outras circunstâncias que não estavam previstas anteriormente, não se aplicariam de forma tão simples e automática assim. (MOURA, 2019, p. 15)

Convém acrescentar que para Hart (2009) não era a forma como se estruturava o dispositivo normativo que definiria se as circunstâncias presentes no caso seriam sempre necessárias e suficientes para que todas as situações em que estes aspectos se verificassem fossem abrangidas pela regra, mas o que seria determinante para definir isso seria a adoção de uma prática hermenêutica em conexão com as fórmulas legais. Assim, a atitude do decisor diante do caso concreto seria elemento de significativa importância para o reconhecimento da existência de normas derrotáveis ou “inderrotáveis” dentro de um mesmo sistema jurídico.

Explicitada a possibilidade de não incidência de preceitos normativos a casos enquadrados em suas premissas explícitas, mas desenquadrados por exceções implícitas, torna-se necessário acrescentar que também conceitos científicos, argumentos e procedimentos podem ser derrotados, porém, de forma distinta daquela verificada em relação aos conceitos e institutos jurídicos. Esta diferenciação nos permitirá entender por que o conceito de serviço de acesso condicionado previsto na Lei do SeAC continua em vigor, mesmo não tendo sido estendido aos serviços e plataformas de *streaming* que disponibilizam programação linear de canais de TV.

A derrotabilidade epistêmica (derrotabilidade dos conceitos científicos) deriva da noção de que o conhecimento não é um conjunto de verdades estáveis, mas sim de hipóteses falíveis que sempre podem ser deixadas por outras “melhores”. Uma crença só é válida se pautada em bons argumentos, enquanto não se verifique uma verdade que a derrote.

Nada obstante, verdades científicas são instáveis por si mesmas e, uma vez derrotadas, desaparecem. Nisso elas se diferenciam dos conceitos jurídicos que embora derrotados em certos casos podem prevalecer para outros nos quais a exceção implícita (cláusula “a não ser que...”) não se realize.

Pode-se dizer que nos campos científicos não nomotéticos o que ocorre não é propriamente a derrotabilidade, mas sim a revisibilidade de conceitos ou verdades, de uma feita que a verdade para qual se encontra uma exceção não retoma sua aplicabilidade da mesma forma que antes.

Diferentemente, a noção de derrotabilidade jurídica é mais bem representada por uma alteração nas premissas fáticas necessárias à incidência de uma permissão, proibição ou faculdade atribuída por lei, não pelo enfraquecimento ou mitigação da relação de consequência,

fosse assim, estaríamos reconhecendo a falência do direito enquanto sistema que busca a estabilização de expectativas coletivas.

As premissas inseridas no texto normativo e eventuais condições de sua incidência não podem ser vistas como suficientes para a conclusão nele enunciada, mas tão somente como contribuintes para esta, estando a depender de uma conjunção de pressupostos inseridos no contexto (não no texto) para ativação do resultado esperado.

Deve-se lembrar que a norma decorre do enunciado normativo, mas não se confunde com ele. O enunciado é a expressão comunicacional que exterioriza de forma linguística um comando permissivo, proibitivo ou concessivo e dele pode ser extraída mais de uma norma, já que o ambiente normativo (contexto), consistente nas premissas fáticas sempre mutáveis, também influencia a atividade intelectual de invenção da efetiva solução de um caso. (MÜLLER, 2000)

Conforme esclarece Moura (2019, p. 45), “a norma só é assimilada quando se alcança o seu significante que é a representação, também ela mental, da expressão simbólica da norma jurídica”.

Portanto, são as normas jurídicas e não os textos normativos/dispositivos normativos que são objeto de derrotabilidade. O que se derrota não é o preceito legal (este pode ser objeto de revogação ou declaração de inconstitucionalidade), mas um ou alguns dos resultados interpretativos que dele podem ser extraídos. Logo, mesmo com a derrota de certas normas contidas na moldura estabelecida pelo texto legal, o conceito jurídico nele estatuído continua existindo.

Sabemos que a criação do enunciado normativo é reservada ao poder legislativo, mas a revelação da norma é fruto de uma atividade complexa que sobrepõe os diversos emolduramentos produzidos pelos diferentes participantes da processualística de um caso, até que o agente estatal legitimado construa a solução para o conflito de interesses qualificado pela resistência à pretensão de um dos envolvidos. Não raras vezes, mais de um enunciado (moldura) é acionado nesta tarefa, assim como mais de uma interpretação (emolduramento) já adotada em casos semelhantes, mas nunca idênticos, até porque mesmo a influência do tempo kairológico promove alterações nestes emolduramentos.

Trata-se de um processo de individuação normativa no qual o texto pode, em interação com outros textos ou fatores, representar os limites de uma miríade de construtos possíveis.

O pensamento de Ronald Dworkin (2000, p. 217), propondo que podemos melhorar nossa compreensão do Direito comparando a interpretação jurídica com a interpretação em outros campos do conhecimento, especialmente a literatura, corrobora a compreensão acima defendida.

O autor considera que é inerente à atividade de interpretação que as normas jurídicas sejam derrotadas por princípios de conteúdo moral ou de políticas públicas ainda quando sejam produzidas as suas condições de aplicação. Para ele os operadores do Direito não ficam subordinados à análise das circunstâncias presentes na previsão da norma e consideradas relevantes pelo legislador no momento da gênese do texto legal, pois devem considerar as circunstâncias presentes nos casos que podem ser admitidas como relevantes para definir ou não a aplicação daquela norma ao litígio. (DWORKIN, 2002 apud MOURA, 2019)

O fenômeno da derrotabilidade da norma ficou bem caracterizado no contexto do audiovisual brasileiro quando a ANCINE na deliberação de diretoria colegiada n. 722-E, de 2020, deixou expresso que, para além dos métodos de interpretação ordinários, no caso da intervenção no domínio econômico por agente normativo e regulador, a interpretação deve levar em conta as regras e princípios da Lei 13.874 de 2019 ‘Lei da Liberdade Econômica’, em favor das atividades econômicas privadas, assim como o disposto no art. 4º, da Lei 13.848 de 2019, ‘Nova Lei Geral da Agências’.

Como foi visto acima, no caso em que foi discutido o enquadramento da oferta de canais lineares por intermédio da internet diretamente pelos programadores, a agência reguladora convocou o princípio da proporcionalidade, expresso no preceito da Lei 13.848 de 2019, para concluir que as obrigações da Lei 12.485 de 2011 não poderiam ser impostas aos serviços de *streaming* em qualquer de suas modalidades *on demand* ou linear.

Convém retomar que, para chegar a essa conclusão, os diretores da agência governamental afirmaram que “não seria o simples ato de comercialização de determinado conteúdo audiovisual ou o caráter linear de tal conteúdo que caracterizariam o SeAC” (ANCINE, 2020). O que definiria esta modalidade de distribuição de produtos culturais seria a existência de um intermediador entre a ambiência da produção e programação e o consumidor, ou seja, o serviço de telecomunicações responsável pela efetiva distribuição. Para os diretores da agência reguladora, o que define o SeAC é a distribuição de conteúdo audiovisual diretamente por um serviço de telecomunicação.

Como se vê, os decisores construíram um emolduramento segundo o qual foi possível diferenciar o movimento de convergência tecnológica e normativa pretérito à consolidação do marco regulatório da TV segmentada, do movimento de convergência e remediação do *broadcast* e da própria TV paga nas mídias pautadas em protocolos de internet. Nos parece evidente que não só o quadro fenomênico atual, diferente daquele que levou a edição da Lei 12.485 de 2011, como também a atitude dos decisores em sua subjetividade foram necessários para a derrota da norma em relação ao modelo de distribuição que está cada vez mais presente no dia a dia do brasileiro e que tem no Globoplay seu exemplo mais fértil entre aqueles que enfatizam o audiovisual nacional.

É importante notar que a deliberação fez menção aos métodos clássicos de interpretação jurídica (literal, histórica e teleológica) para concluir que a aplicação da lei do SeAC deveria ficar restrita aos serviços de telecomunicações, descartando por completo uma aplicação extensiva das regras vigentes aos novos modelos de negócio.

Neste pormenor, prefiro entender que os métodos de interpretação mencionados na decisão não levariam à exclusão do *streaming* do SeAC, eis que no interior moldura legislativa do art. 2º, inciso XXIII, da lei multicitada estava presente a norma que poderia permitir a conclusão de que a distribuição de canais lineares na internet caracterizaria serviço de acesso condicionado, tanto que se discutiu a respeito de inserir uma cláusula de exclusão expressa no momento da elaboração da lei.

A operação interpretativa levada a efeito pela ANCINE se amolda à ideia de derrotabilidade, já que foi necessário invocar outras normas e inventar “novas circunstâncias” para reconhecer a cláusula “a menos que...” referida por Hart em seus trabalhos⁹⁰.

Veja-se que a decisão mencionou características que poderiam distinguir o regime de distribuição audiovisual da TV a cabo do regime que se estabelece com a distribuição pela internet:

“o serviço oferta de conteúdo audiovisual em programação linear via internet não dispensa a contratação de um serviço de telecomunicação. Afigura-se imprescindível o uso de infraestruturas de banda larga fixa e móvel para o acesso ao conteúdo audiovisual pela internet. Os consumidores do serviço de oferta de conteúdo audiovisual em programação linear via internet além da contratação do conteúdo também contratam um serviço de telecomunicações que lhe empresta suporte.” (ANCINE, 2020)

As premissas adotadas pela ANCINE para tomada de decisão parecem inclinar-se para o reconhecimento da existência de distinções (construídas pelos próprios decisores, é bom destacar) entre o cenário que possibilitou a convergência normativa do audiovisual da TV paga e o cenário que se apresenta na ambiência que possibilita a nova multiplicidade de ofertas que muitos têm chamado de “guerra dos *streamings*”.

Entre essas premissas a deliberação 722-E destaca: a) o estímulo à livre iniciativa, assim como ao desenvolvimento e inovação; b) a melhoria da competitividade e concorrência da indústria audiovisual brasileira, inclusive por meio da redução de assimetrias regulatórias entre

⁹⁰ Aplica-se as restrições constantes no SeAC... a menos que seja interessante permitir a migração do audiovisual para a internet em prestígio aos investimentos prometidos pelos novos *players*... a menos que o interesse do consumidor se estenda a novas formas de expectativa mais proativa... a menos que as peculiaridades dos serviços pela internet demandem ajustes ainda não estabilizados, pois apesar da linearidade, o regime de expectativa apresenta características distintas daquele que se verificava nos canais pagos... a menos que o desenvolvimento tecnológico deva continuar em ascensão para ampliar significativamente a competitividade e a concorrência na indústria audiovisual brasileira... a menos que os novos serviços possam ampliar as possibilidades de comercialização e de veiculação de conteúdo, inclusive o brasileiro e o brasileiro independente... a menos que queiramos abrir espaço para a inovação e para os novos modelos de negócio... (alguns destes pontos foram mencionados explicitamente na deliberação 722-E de 2020 da ANCINE, os demais são fruto da subjetividade do pesquisador)

os diversos modelos de negócios; c) a promoção da variedade de fontes de informação, produção e programação de conteúdo audiovisual; d) a ampliação das possibilidades de comercialização e de veiculação de conteúdo audiovisual, independentemente da tecnologia utilizada; e) o estímulo à universalização do acesso às obras audiovisuais brasileiras, nos mercados interno e externo; f) o estímulo à produção brasileira independente; g) a preservação da propriedade intelectual da produção brasileira independente; h) a promoção do combate à pirataria de conteúdo audiovisual⁹¹; i) o aumento da oferta de opções de acesso ao conteúdo audiovisual pelos consumidores e k) a melhoria das condições de acesso e de consumo de conteúdo audiovisual, inclusive, em termos de preço e bem-estar.

O fenômeno da derrota das normas contidas na Lei do SeAC para as exceções factuais apontadas pela ANCINE e pela ANATEL configura verdadeiro ponto de inflexão nas continuidades previstas pelos produtores e programadores brasileiros e nas expectativas estabilizadas no período precedente. Ao contrário de uma linha, o gráfico que poderia representar as experiências do audiovisual brasileiro neste contexto mais se aproximaria de uma espiral de múltiplas vertentes que tem oscilado entre abundância e escassez.

Antes a escassez representada em certo período do desenvolvimento da televisão (*broadcast*) se viu desafiada pela multiplicidade de oferta da TV segmentada que possibilitou, na década de noventa, novas experiências e novas conexões. A conversão da outrora abundância da TV paga na escassez fruto das aproximações entre produtores e distribuidores permitidas pelos órgãos reguladores (embora aparentemente proibidas pela legislação de regência) agora se vê desafiada pela abundância de plataformas e serviços de *streaming* colocados à disposição do usuário/consumidor diretamente por produtores e programadores, utilizando-se dos serviços de telecomunicação como base de tráfego, mas com o reconhecimento institucional de com eles não se confundir.

Este movimento pode ser mapeado com a observação das tensões que continuam presentes na configuração do marco normativo destes novos meios de distribuição de produtos culturais, bem como das características do serviço ofertado pelo Grupo Globo, que tomamos por objeto de observação neste trabalho.

Nas linhas que se seguem, revolveremos as tensões normativas presentes na construção do marco normativo do audiovisual pautado em protocolos de internet e seus reflexos na constituição do Globoplay.

⁹¹ A nova fase de multiplicidade de oferta que se instalou nos últimos anos, ao contrário do que revela a visão dos reguladores, tem causado um efeito colateral, consistente no retorno da pirataria. “É o que indica a pesquisa da consultoria Sandvine feita em 2018 e 2019, segundo a qual o compartilhamento ilegal de arquivos voltou a ganhar terreno, após anos em declínio comprovado”. Ao longo de 2020, serviços do tipo corresponderam a 4% do tráfego de downloads na internet e 30% do tráfego de uploads”. (AMÊNOLA, 2020)

5 RASTROS DAS TENSÕES JURÍDICAS NO INTERIOR DO GLOBOPLAY

5.1 AS TENSÕES NA CONSTRUÇÃO DE UM MARCO REGULATÓRIO BRASILEIRO DO SERVIÇO DE VOD (*VIDEO ON DEMAND*) POR *STREAMING*

Após explorarmos as dimensões sociotécnica, normativa e decisória que constituem a ambiência na qual se desenvolve o serviço de *streaming* do Grupo Globo, foi possível ter indicativos de que a ausência de regulação específica tem permitido a prodigalidade de movimentos das mídias audiovisuais tradicionais (TV e Cinema) rumo a plataformas e serviços disponíveis em *tablets*, telefones celulares, computadores e *smart tvs*⁹².

O mesmo vácuo normativo que confere maior liberdade para as incursões do audiovisual na internet se contrapõe frontalmente ao ambiente no qual se estabelece o *broadcast* e a TV segmentada, os quais contam com um programa normativo limitador já bem consolidado, embora não impenetrável às ingerências dos próprios sujeitos deste segmento.

Temas como cobrança da CONDECINE (contribuição para o desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional), reserva de horários para distribuição de conteúdo nacional e independente, limites à propriedade cruzada e à participação de estrangeiros em certas atividades são circunstâncias que interferem diretamente na produção e distribuição de produtos audiovisuais, mesmo porque os aportes financeiros necessários para este tipo de empreendimento são cada vez maiores, tendo em vista a necessidade de concorrer com produções internacionais de peso.

Se por um lado a Rede Globo de Televisão parece ter superado um importante impasse relacionado com a possibilidade de a distribuição de seus produtos por plataformas de *streaming* gerar competição com as atividades de radiodifusão (e, mais recentemente, com as atividades da TV paga), conclusão idêntica não se pode ter (pelo menos neste momento) em relação a outras emissoras⁹³. É possível perceber, portanto, a manutenção de uma certa tensão entre as operadoras de TV segmentada e emissoras de televisão que não contam com capacidade produtiva suficiente para criar seus próprios aplicativos, quanto à conformação de um programa normativo para o audiovisual por *streaming*.

Nesta perspectiva, Massarolo e Mesquita (2016) advertiam que já em 2015, quando entrou em operação o serviço de *streaming* da Rede Globo, o mercado de televisão por

⁹² Esta espécie de vácuo normativo produtivo foi observada também no movimento da Globo rumo à TV a cabo na década de 1990 e, mais remotamente, quando da consolidação da própria emissora de TV como líder no mercado televisivo brasileiro no final da década de 1960 e início dos anos 1970.

⁹³ Em que pese já se perceber um movimento incipiente de outras emissoras rumo ao *streaming*., a exemplo dos aplicativos BANDPLAY e RECORDTV.

assinatura fechava o ano com uma perda de aproximadamente 525 mil assinantes em relação ao ano anterior.

Segundo informou o portal da ANATEL, o Brasil registrou 17,2 milhões de contratos ativos do serviço de TV por assinatura no mês de março de 2019, redução de 765 mil assinaturas (-4,2%) em 12 meses. Em relação ao mês anterior, a diminuição foi de 154,9 mil assinaturas (-0,9%). A tendência de queda não se refreou nem mesmo em face da pandemia de COVID-19, já que em março de 2021 foram registrados 14,3 milhões de acessos, mais de um milhão a menos que em março de 2020, quando a emergência sanitária teve início.

Em relação às tecnologias, FTTH (*fiber to home*)⁹⁴ foi a única a crescer no ano de 2019, apresentando 765,5 mil acessos, 1,8% a mais que o mês anterior e 51,2% de crescimento nos últimos 12 meses. (ANATEL, 2019)

O quadro abaixo, mostra como esse mercado evoluiu desde 2010:

Quadro 6 - Total de assinaturas de TV segmentada no Brasil (2010-2019) x Crescimento anual

Ano	Total de assinaturas (milhões)	Crescimento anual (assinaturas milhões)
2010	9.769	+2296
2011	12.774	+3005
2012	16.189	+3415
2013	18.020	+1831
2014	19.574	+1554
2015	19.049	- 0,525
2016	18.796	- 0,253
2017	18.125	- 0,671
2018	17.575	- 0,550
2019	17.370 (fev 2019)	- 0,205

Fonte: ANATEL, disponível em: <https://sistemas.anatel.gov.br/anexar-api/publico/anexos/download/3e68bbdd66374674e60d99dc257012e8>, Acesso em: 01 Maio 2021.

Embora fatores relacionados com a crise econômica possam também fazer parte da explicação para do decréscimo visualizado no período, a própria ANATEL atribuiu a retração na base de assinantes da chamada TV paga à ampliação de oferta das plataformas e serviços audiovisuais por *streaming*.

Segundo Sacchotiello (2019), os serviços de vídeo por demanda estariam provocando uma mudança no perfil dos usuários, que optariam por provedores de filmes e séries via *streaming* por estes oferecerem um custo menor.

⁹⁴ Tradução nossa: fibra para casa

Ao nosso aviso, a questão do custo é apenas um dos pontos a serem considerados, haja vista que, se é verdade que a assinatura de um serviço de *streaming* é mais barata que a assinatura de um pacote TV segmentada, também é verdadeiro o fato de que o *streaming* não opera se a conexão com a internet não tiver uma boa velocidade (quase sempre mais cara), isso sem contar que o aumento da oferta deste tipo de serviço vem acompanhado de uma inevitável fragmentação de pacotes, o que leva os produtos que estavam concentrados em um programador ou empacotador a se espalharem por diversas fontes, não necessariamente gratuitas.

Assim, ao que nos parece, o fator amplitude de catálogo e a agilidade de sua renovação com títulos originais ou recém-lançados tem papel determinante no sucesso dos aplicativos e plataformas de *video on demand*, sobrepujando a perspectiva monetária, especialmente quando levamos em conta circunstâncias que dificultam o acesso às produções em outras janelas.

Ainda segundo Massarolo e Mesquita (2016), as operadoras de TV por assinatura especulavam, já em 2015, que somente a NETFLIX arrecadava cerca de um bilhão de reais por ano no Brasil, aproveitando-se de uma concorrência desleal diante da falta de regulamentação dos serviços no país⁹⁵.

Esse quadro de insatisfação levou a ANCINE a publicar, no mesmo ano, um documento por seu Conselho Superior de Cinema (CSC) intitulado “*Desafios da Regulamentação do Vídeo sob Demanda*”, no qual ficou consolidada a visão do órgão sobre a questão que apresentava grande relevância para a composição da ambiência do audiovisual brasileiro na contemporaneidade⁹⁶.

Desde o início, o Conselho reconheceu que o crescimento dos serviços de *streaming* no Brasil já havia produzido uma estrutura de provimento relevante o suficiente para assegurar a continuidade da expansão e requerer atuação regulatória. Neste movimento podemos identificar a NETFLIX, gigante que iniciou suas operações no Brasil em 2011, e o Globoplay que chegou quatro anos mais tarde.

Para o órgão governamental as plataformas de internet e provedores de conteúdo vinham se multiplicando e fortalecendo, conquistando usuários e mobilizando receitas publicitárias, que antes aportavam com maior ênfase na televisão aberta ou paga. (ANCINE/CSC, 2015)

O documento pedia uma definição do que viesse a ser o serviço e suas características, a fim de que se impusesse a incidência de determinados tributos sobre a atividade, se definissem

⁹⁵ Os dados sobre faturamento dos serviços de *streaming* sempre são objeto de controvérsia. No site “Na telinha.com.br”, vinculado ao grupo UOL, Daniel Cesar (2021) afirmou que a plataforma Globoplay teria atingido 17 milhões de assinantes em junho de 2021 e, com isso, alcançaria um faturamento de aproximadamente R\$ 391 milhões mensais, ou, cerca de R\$ 4,692 bilhões por ano. O Grupo Globo, em nota anexa à própria reportagem do “Na telinha”, negou peremptoriamente a informação, mas não apresentou os dados que poderiam levar ao esclarecimento da polêmica.

⁹⁶ O próprio órgão enuncia que “o debate no Conselho se deu orientado pela necessidade de garantir diversidade na oferta dos conteúdos audiovisuais e resguardar a liberdade de escolha dos usuários”, mas é impossível disfarçar que a preocupação está no fato de o ambiente regulado estar perdendo força em comparação ao ambiente desregulado.

os limites que deviam incidir sobre ela e que se procedesse sua adequada regulação. O Conselho Superior de Cinema reconhecia à época que os serviços de *streaming* poderiam ser o futuro do audiovisual e possuíam características próprias entre elas a não linearidade⁹⁷, a maior intervenção do usuário no serviço ofertado em termos de organização de sua programação, sendo certo que a amplitude do catálogo e a qualidade da transmissão dos conteúdos eram fatores importantes na diferenciação que se podia estabelecer em relação a outras formas de distribuição de conteúdo audiovisual. (ANCINE/CSC, 2015, p.1)

Outra distinção sugerida pelo órgão governamental estava no fato de o acesso aos conteúdos audiovisuais poder ser feito através de múltiplos dispositivos. Porém, também se via uma proximidade aparentemente indesejada com a televisão:

A evolução do serviço, porém, tem aproximado o VoD da televisão em especial devido à crescente complexidade da organização e exposição dos conteúdos pelo provedor, à oferta de conteúdos similares, inclusive obras exclusivas e de produção própria, e à competição pela mesma audiência. Por conta dessa similaridade, o VoD acaba por impactar também na organização dos demais segmentos do mercado. (ANCINE CSC, 2015)

Na perspectiva acadêmica há autores que não reconhecem existir distinção entre televisão e vídeo, chegando a sugerir que serviços como NETFLIX são um verdadeiro canal de televisão (WOLFF, 2015, p. 89 apud MASSAROLO; MESQUITA, 2016). Assim, a mídia digital teria se tornado parte do negócio da televisão e como tal deveria ser regulada (pelo Código Brasileiro de Telecomunicações), mas, como visto, esta posição não estava sendo sufragada pelas entidades de regulação.

Como características distintas dos serviços de *streaming* a ANCINE indicava: a) tratar-se de um serviço de comunicação de conteúdos audiovisuais; b) organizado em catálogo, c) ofertado ao público em geral ou a assinantes de maneira não linear, d) utilizando redes de comunicação eletrônica, dedicadas ou não, com finalidade comercial, e) com remuneração efetuada diretamente pelo usuário (por meio de compras avulsas ou assinatura) e/ou por venda de espaço publicitário e f) que implicava responsabilidade editorial do provedor, referente à seleção, organização e exposição dos conteúdos nos catálogos.

Consideradas essas características, o VoD (*video on demand* - uma das modalidades de *streaming* audiovisual) não se confundiria com serviços de provimento de conexão de internet (não podia ser tratado como serviço de valor agregado)⁹⁸, cujas condições de funcionamento são normatizadas no âmbito da Lei Geral das Telecomunicações e do Marco Civil da Internet,

⁹⁷ A identificação da não linearidade como característica dos serviços de *streaming* foi abandonada na deliberação n. 722-E de 2020, como pudemos ver no item 4.3, deste relatório de pesquisa.

⁹⁸ Surpreendentemente, cinco anos mais tarde, a ANCINE corroboraria a decisão tomada pela ANATEL no sentido de que a oferta de conteúdo audiovisual programado via internet por meio de subscrição (SVOD) configura serviço de valor adicionado, sendo regida exatamente pelo art. 61, da Lei Geral de Telecomunicações.

embora temas como a neutralidade da rede o afetassem de forma significativa. (ANCINE/CSC, 2015)⁹⁹.

Após identificar as principais características dos serviços de *streaming*, o mesmo Conselho Superior do Cinema editou um segundo documento nomeado de “Diretrizes para a Construção de um Marco Regulatório do Vídeo Sob Demanda” no qual se podia identificar pelo menos um dos traços do que chamo nesta pesquisa de convergência normativa.

“O serviço deve ser regulado por um único estatuto jurídico, o que exige a adequação de todos os agentes provedores do serviço à legislação brasileira, além de exigir operação comercial realizada a partir do território nacional. Essa abordagem visa garantir isonomia na prestação do serviço por provedores de VoD que o ofereçam ao público do país, sejam eles empresas estrangeiras ou brasileira[...] recomenda-se que não haja vedação à prestação do serviço por agentes de outras atividades audiovisuais. Mas a ação regulatória deve evitar desequilíbrios entre as obrigações dos provedores de VoD e de outros agentes”. (ANCINE/CSC, 2015, p. 3)

Se por um lado os organismos de fiscalização destacavam a necessidade de regulação própria para o setor de distribuição de conteúdo audiovisual por *streaming*, por outro, as operadoras de TV segmentada (serviço de acesso condicionado), as quais se enquadram no marco regulatório específico já exaustivamente analisado nesta tese, defendiam que não era necessária nova regulação para o setor de VoD.

Parecia-nos que elas desejavam conservar maior liberdade em seus movimentos de convergência técnica rumo à distribuição de materiais por softwares e plataformas na internet, porém, a denúncia formulada pela Claro S.A. contra a Fox Latin America Channels do Brasil Ltda quando da criação do serviço Fox+ e Esporte Interativo Plus tornou nebulosa nossa percepção. Ao mesmo tempo que o silêncio de outros operadores permitia a manutenção de uma ideia de que buscavam liberdade no limbo normativo, tínhamos a Claro, majoritária no segmento de distribuição da TV paga, lutando contra o movimento de remediação de produtos de seus concorrentes.

Junto à iniciativa da Claro S.A., a BRAVI, associação de produtores independentes propôs uma ação direta de inconstitucionalidade, pretendendo paralisar no Supremo Tribunal Federal a ampliação deste modelo de negócios¹⁰⁰. Tratou-se de outro movimento de

⁹⁹ Outro aspecto desafiador para a modelagem de um ambiente regulatório equilibrado era a extraterritorialidade do serviço. Isto porque a natureza do provimento OTT (*over the top*) permite sua prestação desde o exterior, o que exige atenção à isonomia do ambiente de negócios dada a desigualdade das obrigações regulatórias e tributárias desses agentes em relação aos provedores nacionais. Neste sentido, a adequação à legislação brasileira apresenta-se como uma condição preliminar para um ambiente de competição e sem barreiras no provimento do serviço. (ANCINE/CSC, 2015a).

¹⁰⁰ Na ADI 6334 ajuizada no STF pela Associação Brasileira de Produtores Independentes de Televisão (BRAVI) pretendia-se fosse declarada a inconstitucionalidade de “qualquer interpretação que violasse o princípio da isonomia e permitisse o fornecimento remunerado de conteúdo audiovisual organizado em sequência linear temporal, com horários predeterminados, por meio de comunicação eletrônica quaisquer, independentemente da tecnologia utilizada e, especificamente, por meio da internet, sem submissão à lei específica de que trata o art. 222, parágrafo terceiro, da Constituição Federal, atualmente a Lei 12.485 de 2011”. Nesta ação não houve concessão de medida liminar e nem julgamento definitivo.

compreensão duvidosa, já que os investimentos anunciados por serviços de *streaming* de grande penetração no Brasil nos levam a compreender que o conteúdo brasileiro virá a ser elemento de distinção capaz de atrair assinantes e usuários para as plataformas e serviços.

Porém, outros pontos importantes foram destacados na proposta da ANCINE formulada em 2015 sobre futura regulação dos serviços de *streaming*, a saber: a) definição das responsabilidades editoriais dos operadores; b) imposição de base de operações em território nacional e c) obrigação de disponibilização, em catálogo, de obras brasileiras e obras brasileiras de produção independente. Estas preocupações remetiam ao fato de que tanto a TV segmentada, quanto o *broadcast* encontravam e, ainda encontram, limites que impõem aos seus atores distinção de tratamento capaz de gerar efeitos negativos na concorrência.

O CSC propunha, neste ponto o seguinte:

[...] A obrigação de disponibilização em catálogo de obras brasileiras e obras brasileiras de produção independente, além de envolver simetria de obrigações com o serviço de TV por assinatura, visa assegurar um espaço de circulação para os conteúdos nacionais e induzir maior diversidade na oferta dos títulos. Essa obrigação deve ser planejada de forma a não desestimular o crescimento dos catálogos. Recomenda-se também que se estipulem obrigações de investimento em produção ou licenciamento de obras brasileiras independentes. Os espaços nos catálogos para as obras audiovisuais brasileiras e obras audiovisuais brasileiras de produção independente devem ser acompanhados do correspondente destaque visual e publicitário nas páginas dos sites, impressos e campanhas realizadas pelo provedor. Essas obrigações de destaque visual ou proeminência podem ser associados aos demais instrumentos de promoção dos conteúdos brasileiros no VoD. (ANCINE/CSC, 2015)

Frise-se que em 2020, a agência reguladora expediu a deliberação colegiada 722-E, que, nesse ponto, foi coerente com a visão manifestada no passado, eis que reconheceu expressamente a assimetria normativa e a necessidade da atividade parlamentar ulterior.

“Apesar de concorrerem entre si, o Serviço de Oferta de Conteúdo Audiovisual em Programação Linear via Internet e o VoD passam a ter tratamento regulatório muito diferente daquele dispensado ao SeAC. Essa situação, além de criar desequilíbrios competitivos, cria gargalos ao alcance e eficiência da regulação setorial. O setor audiovisual é economicamente estratégico, por gerar emprego, renda, e desenvolvimento socioeconômico, e é a atividade mais dinâmica e inovadora da economia criativa e do entretenimento. É preciso que o Brasil aproveite as grandes possibilidades da indústria audiovisual para a superação da atual situação e retomada do crescimento econômico. Neste sentido, de um lado se afastam entendimentos que representem barreiras a novos mercados e modelos de negócios, e de outro se revela urgente o tratamento das assimetrias concorrenciais e, em especial, a adoção de medidas para o estímulo da produção brasileira independente, a preservação da propriedade intelectual, a ampliação da comercialização e veiculação de conteúdo brasileiro e o desenvolvimento da atividade audiovisual.” (ANCINE, 2020)

O órgão ainda acrescentava que:

“as práticas de licenciamento são peça chave no desafio de construir espaços para o conteúdo brasileiro nos catálogos, sendo desejável que as obras circulem para as demais janelas e para outros provedores de VoD, o que além de atender a mais

usuários, gera maior exploração do potencial econômico da obra. Para isso, os instrumentos de promoção e financiamento devem proteger a independência das obras, afastando barreiras contratuais à sua circulação.” (ANCINE/CSC, 2015)

No que concerne à tributação, a proposta regulatória de 2015 enfatizava ainda mais a noção de convergência, sugerindo uma forma de cobrança da CONDECINE que passasse a incidir sobre as receitas do provedor e não mais sobre a oferta de cada título do catálogo. Segundo pensava o órgão, esta forma de incidência permitiria a existência de serviços de portes diferentes com ônus proporcional à capacidade contributiva de cada agente e possibilidades de tributação que incentivariam a competição. Ocorre que para propiciar este modelo, as receitas relativas às vendas combinadas de serviços audiovisuais e/ou de comunicação, incluídas aquelas advindas de venda de espaço publicitário, deveriam ser separadas quando do cálculo, o que tornaria extremamente complexa a fiscalização.

Observação importante foi feita por Massarolo e Mesquita (2016) quanto à previsão de cotas para os catálogos de produções nacionais e produções nacionais independentes que vigoram para os serviços de TV segmentada, haja vista que numa grade de programação definida para um canal ou pacote é possível impor quantidade específica de horas de difusão ou de canais já que a determinação incide sobre os programadores ou empacotadores, mas quando se trata de serviços disponibilizados por *streaming* os algoritmos de recomendação transferem a responsabilidade editorial para o usuário e não existem barreiras físicas para a circulação das obras, como na grade televisiva e no cinema.

Neste aspecto, sugeriam os autores que o governo brasileiro adotasse um sistema mais próximo do europeu que disciplina a questão através tratamento fiscal, a exemplo do que ocorre na Espanha, Portugal e França, onde os operadores são obrigados a investir parte das receitas obtidas com a operação e publicidade na produção e aquisição de materiais nacionais.

É preciso deixar claro que uma previsão normativa que implicasse certo percentual de produtos brasileiros e brasileiros independentes nos catálogos dos serviços de *streaming* poderia resultar em barreira desproporcional para a ampliação deste acervo e, em última análise, a imposição de interferências artificiais nas escolhas editoriais dos provedores, levando em conta que nem todos os produtos a disposição para licenciamento poderiam ser de interesse do consumidor que o serviço visasse atender. Não se pode negar que este tipo de disposição vai de encontro à própria natureza da internet que permite a construção de acervos potencialmente ilimitados, tangenciando a noção de liberdade que potencializou o desenvolvimento das novas mídias.

Assim, caso prevaleça a opção por definição de cotas de conteúdo em horas de acervo, como sabemos estar previsto no projeto de Lei n. 8.889 de 2017, que corre pela Câmara de Deputados, será necessário o reforço da política de incentivo à produção, com vistas a ampliar ainda mais a disponibilidade de produtos que possam ser licenciados. Será importante, ademais,

que se crie um mecanismo para promover o ingresso de produções novas nos acervos, sob pena de ser adotada pelos operadores a estratégia de inclusão de produtos reciclados de outras mídias (janelas já abertas), mas que não guardam relação com a cultura brasileira contemporânea.

Abaixo, segue quadro indicativo de critérios utilizados por países europeus para classificarem serviços e plataformas de vídeo.

Quadro 7 - Principais critérios utilizados pelos países pesquisados para definir serviços de vídeo on demand

Crítérios	UE	R. Unido	França	Itália	Bélgica	Eslováquia	Holanda
Atividade econômica	X	X	X	X	X	X	X
Responsabilidade editorial	X	X	X	X	X	X	X
Principal propósito	X	X	X	X	X	X	x
Similaridade com TV	X	X	X	X	X	X	X
Parâmetro da Receita Anual	-	-	X	X	X	-	-

Fonte: Observatório Europeu do Audiovisual. *What is on-demand service?* IRIS Plus, 2013¹⁰¹

Em suas recomendações para a regulação, a ACINE sugeriu que o audiovisual distribuído pela internet fosse classificado em serviços e plataformas. Os serviços, caracterizados pela atividade editorial (seleção e organização dos conteúdos) exercida pelo provedor; pela similaridade entre os produtos distribuídos e os produtos televisivos (remediação ou convergência de conteúdo) e pela provisão de conteúdo audiovisual como principal propósito. Já as plataformas teriam como diferencial o fato de a responsabilidade editorial ser exercida prioritariamente pelos usuários, mantidas as demais características já mencionadas.

O próximo quadro identifica formas de incentivo à produção nacional e nacional independente em Estados europeus, servindo de base para uma comparação com a legislação projetada no Brasil, a qual trabalha com quatro pilares, a saber: a) definição de cotas de tela em percentual de horas ou de produtos no catálogo; b) definição de percentual de investimentos diretos (com possibilidade de redução nas hipóteses de incidência tributária); c) tributação com receita vinculada ao desenvolvimento do audiovisual, através da ampliação das hipóteses de

¹⁰¹ Tabela publicada pelo Conselho Superior de Cinema da ANCINE, disponível em: <https://ancine.gov.br/sites/default/files/apresentacoes/CSC%2008%2006%2015%20-%20VoD.pdf>, Acesso: em 20 Maio 2019.

incidência da CONDECINE e d) criação de obrigações acessórias para incremento da visibilidade nos catálogos.

Quadro 8 - Principais instrumentos para promoção de conteúdo local (Europa)

(Continua)

Obrigações	Itália	Espanha	França	Bélgica	Eslováquia	Holanda ¹⁰²
proeminência	Não	Não	Homepage do serviço de VoD tem que exibir uma proporção substancial de obras europeias e faladas em francês, mediante não apenas menção ao título das obras, como também destaque de trailers e elementos visuais	Precisa-se dar destaque às obras europeias, mas não de uma maneira preconcebida	Não	Não
cotas	Não	Catálogos devem conter ao menos 30% de obras europeias, sendo metade composta por obras em alguma língua oficial da Espanha.	O catálogo deve ter ao menos 60% de obras europeias e 40% de obras faladas em francês	Não	Cota mínima de 20% das horas qualificadas dedicadas a obras europeias	Não
financiamento	5% da receita anual na produção ou aquisição de direitos de obras para inserção em catálogo	Ao menos 5% da receita do ano anterior na produção ou aquisição de direitos de obras europeias.	Catch-up TV: mesmas do canal de TV relacionado. VoD transacional: 15% do faturamento na produção de obras europeias, ao menos 12% do faturamento em obras faladas em francês. VoD por assinatura: de 15% a 26% do faturamento para obras europeias, e de 12% a 22% para obras faladas em francês, dependendo da diferença temporal entre as estreias no cinema e no VoD (quanto mais cedo no VoD, maior a contribuição)	Varia de 0% a 2,2% da receita bruta do provedor, dependendo do valor desta; Há também o investimento direto consistente em valor fixo (EUR 3 mi) ou EUR 1,3 por assinante.	Não	Não

Fonte: ANCINE. Nota Técnica sobre a regulação de Vídeo por Demanda em alguns países europeus, 2013.

Convém ressaltar que as perspectivas de regulação do audiovisual distribuído por *streaming* levam ainda em consideração o fato de que o consumidor brasileiro, especialmente o das classes menos abastadas, tem predileção por produções nacionais e que a melhoria das

¹⁰² Segundo a ANCINE, em 2016, a Holanda estava em um processo de aperfeiçoamento de suas políticas de promoção de obras europeias no mercado VoD. O órgão regulador CvdM estava acompanhando a evolução da presença e do consumo de obras europeias e estudava como poderia promovê-las sem imposição de normas que onerassem demais os agentes econômicos.

condições econômico-financeiras da população reflete diretamente na aquisição do direito de acesso, bem como no tipo de produção a ser realizada e introduzida nos catálogos.

5.2 ABORDAGEM METODOLÓGICA DE OBSERVAÇÃO DA INTERFACE DO GLOBOPLAY: SOBREPONDO AS DIMENSÕES JURÍDICA E TÉCNICA

As análises que iremos explicitar a partir deste ponto nos levam a crer que as migrações do audiovisual televisivo podem ser observadas com mais clareza através de uma visada arqueológica que permite identificar as estratégias adotadas pela empresa de maior expressão no polo produtivo de audiovisual brasileiro para manter sua relevância numa ambiência cada vez mais marcada por diferentes dinâmicas de distribuição e circulação de conteúdo.

Nesse contexto, o intervalo entre 2000 e 2014 nos pareceu decisivo para uma tentativa de descrição do audiovisual pautado em protocolos de internet na experiência brasileira, de uma feita que neste período foi experimentado um movimento de associações e dissociações entre empresas e de convergência e remediação entre o *broadcast* e a TV segmentada que pode servir de paradigma para as análises sobre movimentos de mesmo teor que vem ocorrendo entre o início da operação do nosso observável e os dias atuais.

A tentativa de traçar um mapa dos caminhos trilhados pela Globo, seus erros, acertos, expectativas não realizadas, decisões com repercussões futuras indesejáveis passou então por dimensões que entrecruzam arranjos outros, em especial uma dimensão pouco investigada no campo da comunicação: a dimensão jurídica.

Momentos decisivos desta trajetória como crise financeira relacionada com investimentos feitos na tentativa de se firmar no audiovisual segmentado, a consequente necessidade de suporte vindo de capital estrangeiro com a venda da NET e as decisões que os órgãos de regulação adotaram sobre o tema tornaram-se férteis observáveis para o reconhecimento de todo esse processo que, obviamente, não diz respeito apenas ao serviço escolhido como objeto de análise.

O Globoplay como um dos elementos consubstanciadores destas estratégias de resiliência da Globo se apresentou como objeto profícuo de observação, já que através de sua interface com o usuário pode-se perceber rastros deste cenário no qual de um lado tem-se um modelo de produção e distribuição de audiovisual sujeito a normas bastante consolidadas e limitadoras, com margens de manobra extremamente reduzidas (*broadcast* e TV segmentada) e de outro uma ambiência que permite a constituição de algo novo, não sujeito às molduras normativas, onde os riscos existentes autorizam maiores ganhos. Por isso apostamos que na interface do dispositivo de *streaming* é possível colher indícios desta espécie de mundo selvagem e perigoso ao qual se referia Umberto Eco nas crônicas de “Pape Satàn Aleppe”.

Antes de voltarmos nossa atenção ao dispositivo de *streaming* e suas lógicas operativas, devemos destacar que os esforços desenvolvidos até aqui permitiram-nos revolver algumas estratégias comerciais e políticas da Rede Globo ao longo de sua trajetória histórica como forma de compreender todo o processo de constituição do marco regulatório do audiovisual atual. Assim, foi possível ter parâmetros para a observação do que é novo e de quais são as perspectivas normativas que comparecem na ambiência *on line*.

Nossas primeiras intuições indicavam que o Grupo Globo não pretendia apenas se manter como corporação de conteúdo, mas sim ampliar sua relevância em outros serviços componentes da cadeia produtiva audiovisual, quando se uniu a uma empresa com grande capacidade de distribuição (Telmex), num momento em que, após a abertura do mercado de telecomunicações ao capital internacional, se cogitava o mesmo movimento em relação ao audiovisual.

Porém, até o início de 2020, a atividade decisória da ANATEL e ANCINE ao colocar em prática o direito posto representou forma de contenção apenas parcial para aquela tentativa de aproximação.

Destaque-se que em relação a *players* estrangeiros nem se pode visualizar qualquer contenção, vide caso AT &T + Time Warner. Estas barreiras à aproximação entre telecoms e produtores de audiovisual, aliás, parecem ter-se tornado obsoletas diante de uma realidade na qual a distribuição dos produtos audiovisuais pelos produtores e programadores pode ser feita pela internet sem a intermediação de qualquer outra empresa.

Percebe-se que com as decisões tomadas em um contexto mundial alterado pela pandemia de COVID-19, os poucos freios regulatórios ainda existentes foram liberados, o que nos leva a especular sobre a existência de reflexos imediatos no objeto de pesquisa.

Estes movimentos reveladores da aproximação e distanciamento entre empresas de mídia e de telecomunicações reforçam a tese de que a reorganização dos padrões do negócio audiovisual é uma contingência da contemporaneidade, que não se dá de forma linear e previsível, mas sim por trajetórias curvilíneas, algumas vezes lentas ou mesmo aparentemente regressivas, outras agressivas e excessivas, vislumbrando-se tensionamentos cada vez mais intrincados entre o campo jurídico e o campo comunicacional, já que o primeiro visa estabilizar expectativas e o segundo encontra seus momentos de maior desenvoltura exatamente na ambiência do inesperado, da experimentação e da ousadia.

Nesse contexto, optamos por exercer uma abordagem arque-genealógica não só do programa normativo incidente sobre o audiovisual como também da materialidade de nosso objeto de pesquisa. Com este tipo de visada, estamos dando relevo às perspectivas que revelam as mídias como fenômenos cíclicos, cujas características se relacionam muito mais com a ideia

de recorrência, que com a ideia de evolução, inovação ou progresso. (Huhtamo, 1997 apud Fischer, 2013)

Após este movimento arqueológico de revolvimento das dimensões normativa e decisória do audiovisual progresso, passamos ao exame das materialidades do Globoplay. Nesse momento, lançamos mão das técnicas de observação sugeridas pela metodologia das molduras na tentativa dissecar os emolduramentos que comparecem na interface do dispositivo de *streaming* da Rede Globo.

É importante deixar claro, entretanto, que o que pretendemos ver ao analisar a interface da plataforma são os traços deixados pela dimensão regulatória do audiovisual na constituição do dispositivo, por isso focamos nosso olhar nas interações com o usuário (que passa, ao nosso ver, da posição de espectador à posição de programador/editor), na formação e origem do conteúdo que conforma o catálogo, bem como nas interações entre o dispositivo e a TV Globo, cujos produtos estão sendo remediados.

A estratégia metodológica das molduras, inicialmente concebida para os estudos de televisão sugeridos por Kilpp (2003a; 2003b; 2005; 2006) e problematizadas por Fischer (2008; 2012) no contexto dos estudos de materialidades audiovisuais, nos pareceu potente para a exploração das relações entre normas relacionadas com o audiovisual e sua incidência sobre regimes de distribuição das audiovisualidades. Temos consciência de que a proposta estabelecida por esta teoria está muito vocacionada para investigação dos sentidos identitários que os mundos televisivos convocam, mas não descartamos algumas de suas estratégias como, por exemplo, a dissecação das imagens que comparecem nas interfaces dos dispositivos móveis e computadores como úteis para a identificação e mapeamento das tensões entre o Direito e a Comunicação que orbitam o eixo da pesquisa.

Um exemplo importante destes atravessamentos é dado por Rodrigo Meyer Bornholdt, ao introduzir a obra de Friedrich Müller (*Metódica Jurídica e Sistema Político: elementos de Teoria Constitucional II*) quando nos adverte que o âmbito normativo, onde se encontra a parcela da realidade para a qual o texto de norma se dirige, também interfere na formação da própria norma.

“outro exemplo da incidência do âmbito normativo na formação da norma é dado pela liberdade de comunicação social. Ideal e constitucionalmente, nada impede que qualquer pessoa possa exercer essa liberdade possuindo, por exemplo, um canal de televisão. No modo analógico, contudo, que dominou a comunicação social na segunda metade do século XX, havia uma clara limitação: o espectro de frequências. Ora, esse espectro é um dado da realidade, que faz parte do âmbito normativo da liberdade de comunicação social. É em vista disso que a ordem constitucional não pode permitir a cada cidadão possuir seu próprio canal de televisão. A questão, aliás, torna-se mais instigante nesse século XXI, com as novas tecnologias. Nesse caso, o âmbito normativo poderá tornar não só obsoleto, mas até inconstitucional – se não no Brasil, que exige por expressa determinação constitucional as autorizações e concessões governamentais, ao menos na Alemanha e nos EUA, por exemplo – a

exigência de autorização ou concessão governamental para o exercício de um direito que, ao fim e ao cabo, consiste numa liberdade.” (MÜLLER, 2000, p. 11)

O trinômio vasculhamento-escavação-dissecação sugerido por Fischer (2013) ao arqueologista das mídias também foi fértil para a compreensão das dinâmicas que constituíram a dimensão normativo-regulatória do audiovisual televisivo e as demandas que têm povoado as discussões sobre uma futura regulação do audiovisual *on line* (aqui compreendidos aplicativos de *streaming* e internet)

Como se pretendeu dar a ver no corpo deste relatório de tese, desenvolvemos uma pesquisa destinada a identificar as relações rizomáticas entre técnica, produção cultural, trocas e normas, levando em conta que não vemos em nenhum destes elementos ou dimensões constitutivos do audiovisual a supremacia inerente à uma hierarquização entre os mais ou menos relevantes, mas sim a possibilidade de qualquer deles incidirem e afetarem-se mutuamente.

Nesse contexto, vale destacar que a investigação não se fechou para as diversas visadas metodológicas adotadas na pesquisa em comunicação, mas procurou dar ênfase, às metodologias já empregadas na linha de pesquisa mídias e processos audiovisuais do programa de doutoramento da UNISINOS.

É preciso destacar que a nossa intenção não foi esgotar todos os aspectos sociotécnicos que estão imbricados nesta nova ambiência audiovisual, mas especificamente explorar as contribuições ou intervenções do Direito para a formação de tal ambiência e, finalmente, testar a incidência das tensões normativas na realidade dos meios, para identificar um certo aspecto do estatuto do audiovisual *on line* que entendemos estar conectado com as noções de convergência normativa e mediação.

5.3 CRUZAMENTOS INTERFACIAIS: OBSERVANDO A CONSTITUIÇÃO DO GLOBOPLAY ATRAVÉS DE SUA INTERFACE

5.3.1 Trajetos “Globais”: As afiliações do Globoplay nas estratégias pregressas da Globo

Se a genealogia sugerida pelas abordagens arqueológicas das mídias é pautada pelas afiliações possíveis entre os diversos objetos que se colocam ao estudo, não podemos deixar de iniciar nossa observação sobre o Globoplay sem mencionar os *websites* colocados em operação pela Rede Globo nos momentos pregressos à iniciativa de compor um serviço de *streaming* próprio.

Após escolher as estratégias metodológicas oriundas da teoria das molduras (Kilpp, 2003) como caminho para as suas análises arqueológicas do Globo Media Center, Gustavo Daudt Fischer (2008) afirmou que as primeiras iniciativas da Rede Globo no ambiente da internet se deram quando o Grupo de mídia resolveu criar o *website* do jornal “O Globo”, ainda na década de 1990.

Tendo em conta que as atividades do grupo empresarial são multifacetadas, no início dos anos 2000, foram desenvolvidas experiências ligadas ao acesso à internet de banda larga (Virtua) e acesso discado gratuito.

O histórico delineado nos itens anteriores desta pesquisa mostra que neste momento já se iniciava um movimento de associação do grupo produtor de mídia com uma empresa multinacional do setor de telecomunicações. Daí porque intuímos que a gênese da plataforma de *streaming* Globoplay se afilia à necessidade de diversificação de modos de distribuição de conteúdo audiovisual por parte da emissora Globo, em vista da aproximação que fora necessária em momento pregresso para o equacionamento de dívidas assumidas na década de 1990, quando das investidas na TV segmentada¹⁰³, e não apenas à decantada mudança nos hábitos de consumo de audiovisual entre os indivíduos mais jovens.

As articulações entre audiovisual televisivo e internet com fluxo de dados em alta velocidade permitiram ao Grupo Globo a ampliação do acesso aos produtos da empresa, justificando os investimentos efetuados pelo grupo Telmex, o qual por seu turno desejava também dar continuidade à estratégia de penetração nesse novo setor de atividade econômica na América Latina. Afinal quanto mais vídeo, mais necessidade de pacotes de dados amplos e em alta velocidade.

Segundo afirma Fischer (2008), em fevereiro de 2008, o site Globo.com contava cerca de seis milhões de acessos por mês. Em 2018, segundo relatório mídia dados, a Globo chegou à aproximadamente 86 milhões de acessos mês, considerando os métodos desktop/laptop (casa & trabalho), navegação e aplicativo combinados¹⁰⁴.

Para chegar a estes índices de visitas, o portal Globo.com contou com o ingresso de alguns sites que poderiam ser considerados seus pilares temáticos, tais como o G1 (www.globo.com/G1) que disponibilizava o conteúdo de jornalismo da TV Globo, Globo News, Rádios Globo, CBN, jornais “O Globo” e “Diário de São Paulo”, revistas “Época” e “Globo Rural”, entre outras, além de reportagens próprias em formato de texto, áudio e vídeo; o “Globoesporte.globo.com (GE)”, que oferecia notícias minuto a minuto a respeito dos

¹⁰³ O Grupo Globo obteve, como explicitado acima, grande estabilidade na sua empreitada de radiodifusão de sons e imagens. Iniciou tardiamente na TV a cabo, mas apesar de sofrer reveses financeiros, conseguiu se estabelecer como centro produtor nacional na TV segmentada através da Globosat e, depois de se aproximar dos setores de telecomunicações, seguindo uma certa tendência internacional, se aventurou no audiovisual *on line*.

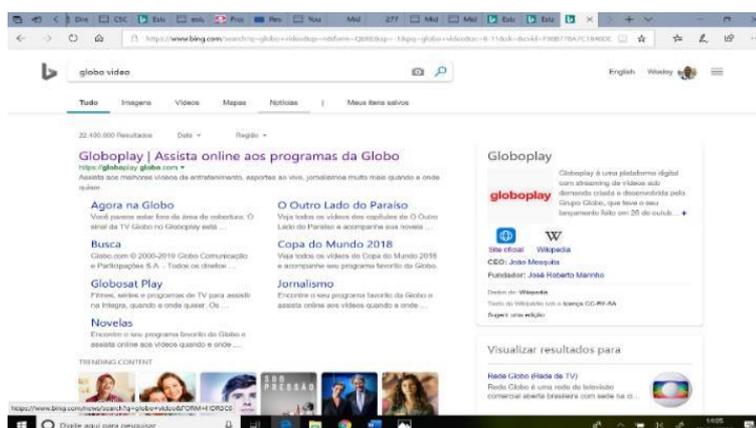
¹⁰⁴ Fonte: comScore MMX Multi-platform, Brasil, Total Mobile, janeiro de 2018, Idade 6 + e 18+; Total População Digital Brasil: 115.751.848 pessoas Total População Mobile Brasil: 87.099.293 pessoas.

esportes nacionais e também permitia acesso ao Cartola F. C. (game que aborda o campeonato brasileiro de futebol); o Ego (hoje, “ego.globo.com”), que revelava o mundo VIP, e o Paparazzo que, levava aos usuários ensaios fotográficos com personalidades do mundo televisivo; além do Globo Vídeos, onde se encontrava quase 90% da programação produzida pela TV Globo e Globosat, capítulos inteiros de novelas, jogos de futebol na íntegra, câmeras exclusivas do “BBB”, os humorísticos “Casseta e Planeta” e “Grande Família”, o conteúdo do jornalismo da TV Globo, Globo News ao vivo, Sportv, Multishow, Telecine, GNT e Universal Channel, entre outros. (FISCHER, 2008, p. 119)

Deve-se destacar que, ao lançarmos o argumento de pesquisa “globo vídeo” no buscador do “Bing” nos dias de hoje, o primeiro resultado indica a página do Globoplay (globoplay.globo.com), sendo este mais um indício da relação genealógica entre o site já soterrado e a plataforma de *streaming* objeto de nossa pesquisa.

A figura abaixo demonstra a experiência do usuário quando executa busca pelo BING utilizando a expressão globo vídeo:

Figura 2 - Captura de tela buscador “Globo Vídeo”

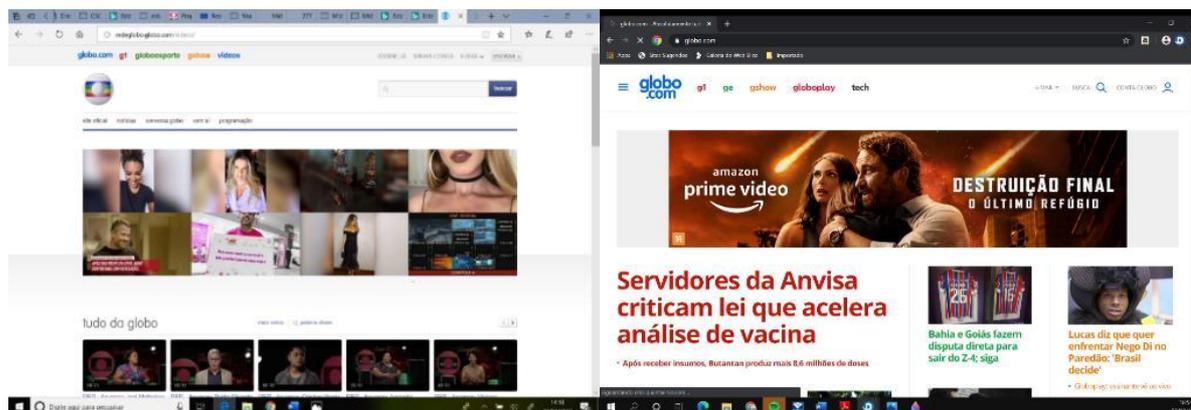


Fonte: BING¹⁰⁵

Apesar de o *website* “globovídeo” não mais comparecer nestas buscas como tal, até 2019, estava referenciado no “catálogo de vídeos” da rede globo, vinculado ao portal globo.com, conforme se pode ver na imagem abaixo. No momento em que a pesquisa está sendo encerrada, o portal do Grupo Globo não registra mais uma moldura “vídeos”, eis que ela foi substituída pela moldura “Globoplay”. Essa mudança de expressões é indício de um movimento mais amplo de convergência de conteúdo, eis que o grupo de mídia aposta no serviço de *streaming* como uma espécie de síntese de suas mídias imagéticas pregressas, parecendo pretender desconectá-lo, pelo menos simbolicamente, da emissora de TV.

¹⁰⁵ Disponível em: <<https://www.bing.com/search?q=globo+video&qs=n&form=QBRE&sp=1&pq=globo+video&sc=1-11&sk=&cvd=2BA165FA87874B95B5221F4C53758F5F>>, Acesso em: 18 Jul. 2019

Figura 3 - Molduras Globo vídeos (2019) x Globoplay (2021)



Fonte: Globo.com, composição feita pelo autor¹⁰⁶

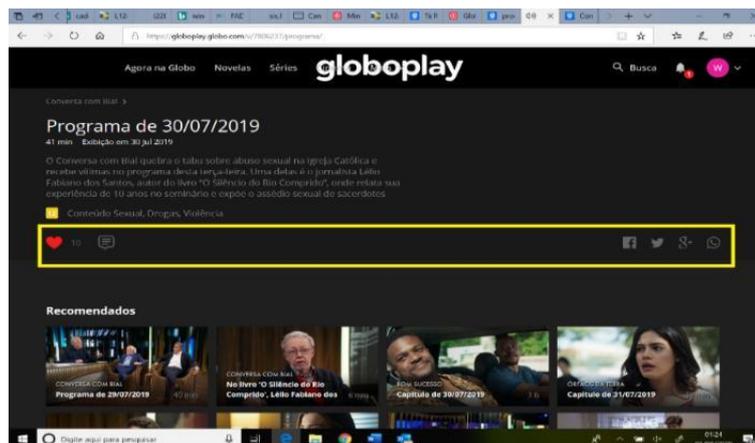
Quando foi criado em 2003, o braço audiovisual do portal Globo.com foi chamado de Globo Media Center (GMC) e disponibilizava vídeos de poucos minutos relativos à programação da TV Globo, da Globosat e, ainda, vídeos exclusivos que somente eram acessíveis aos assinantes do portal ou do site.

O *website* foi considerado pelos blogs de notícias especializadas da época como uma plataforma de distribuição de conteúdo de TV (TARDIN, 2003, apud FISCHER, 2008), sendo certo que as suas próprias enunciações publicitárias apelavam para a interatividade como elemento inovador na relação entre o *broadcast* e as experiências possibilitadas pela internet comercial.

Desta forma, tanto o “Globo Vídeos”, como o “Globo Media Center” apresentavam aspectos que revelavam sua faceta midiática, através da formação de um banco de dados (curadoria de acervo) e de relacionamento (noção de partilha). Tais elementos continuam presentes em certa medida na interface do Globoplay, como exploraremos mais adiante, ao analisarmos as molduras no interior do serviço, e vem sendo levados em conta pelos agentes reguladores como elementos de diferenciação capazes de livrar as plataformas e serviços de *streaming* de vídeo da incidência de certas obrigações impostas à TV por assinatura.

Figura 4 - Moldura de classificação, comentários e compartilhamento do Globoplay

¹⁰⁶ Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/videos/>>. Acesso em: 25 Fev. 2021



Fonte: captura do Globoplay¹⁰⁷

De toda sorte, a possibilidade de composição de uma lista de produções a serem consumidas segundo a programação/conveniência do usuário também é objeto de atenção dos agentes reguladores quando das propostas para a conformação de um programa normativo sobre aplicativos de distribuição de audiovisual pela internet, haja vista que a TV aberta se condiciona a exibir conteúdo compatível com certos horários e classificações, enquanto o marco regulatório da TV segmentada, por exemplo, optou pela reserva de horários para veiculação de conteúdo nacional e nacional de produção independente¹⁰⁸.

A interatividade, participação e liberdade dos usuários na configuração de seus regimes de visualização, bem como a atividade de curadoria de acervos que pode ser desenvolvida pelas plataformas e serviços de *streaming* são elementos determinantes na definição do modelo regulatório projetado para a promoção do conteúdo nacional, regional e independente, conforme se percebe pela redação do art.23-B, do PL 8.889/2017¹⁰⁹ que tramita na Câmara de Deputados.

A questão está em torno do fato de que não há limitação temporal para o acesso às produções constantes dos catálogos dos serviços de *streaming*, bem como não há limite (virtualmente) à quantidade de títulos constantes de um acervo. Assim, o conceito de horário nobre perde sentido, quando se pensa no prestígio que deve ser dado às produções nacionais.

¹⁰⁷ Disponível em: <<http://www.globoplay.com>>, Acesso em: 01 Ago.2019.

¹⁰⁸ Lei 12.485 de 2011, Art. 16. Nos canais de espaço qualificado, no mínimo 3h30 (três horas e trinta minutos) semanais dos conteúdos veiculados no horário nobre deverão ser brasileiros e integrar espaço qualificado, e metade deverá ser produzida por produtora brasileira independente.

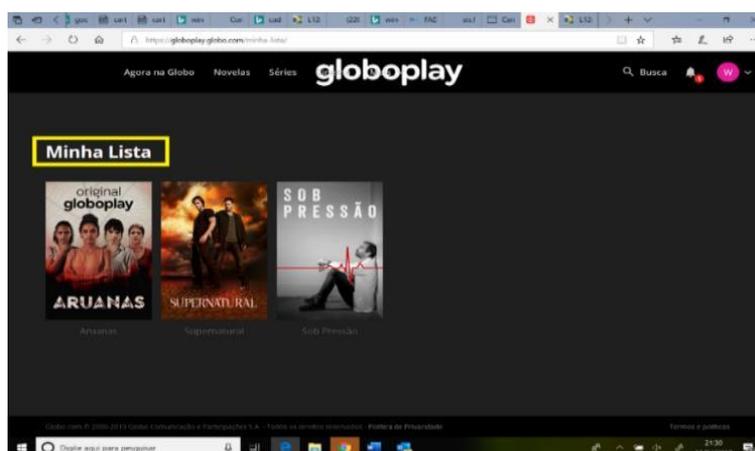
Art. 17. Em todos os pacotes ofertados ao assinante, a cada 3 (três) canais de espaço qualificado existentes no pacote, ao menos 1 (um) deverá ser canal brasileiro de espaço qualificado.

¹⁰⁹ Substitutivo ao PL 8889 de 2017, Art. 23-B. Os mecanismos de catalogação, oferta, busca e seleção de conteúdos audiovisuais disponibilizados aos assinantes na Modalidade Avulsa de Conteúdos em Catálogo deverão observar as seguintes condições: I – será oferecida disposição destacada a conteúdos brasileiros, de modo a assegurar proeminência aos mesmos em relação ao restante do catálogo, na forma do regulamento; II – a disposição de que trata o inciso I será aplicada aos vários gêneros ou categorias adotados nos mecanismos de busca e de oferta no catálogo. Parágrafo único. Os dispositivos eletrônicos que oferecerem acesso a conteúdos na Modalidade Avulsa de Conteúdos em Catálogo e Canais de Venda Avulsa deverão garantir condições isonômicas para as programadoras de poder econômico equivalente, nos termos do regulamento.

Nas lógicas de compartilhamento incentivado pelo software utilizado pelas plataformas de *streaming* poderia estar uma outra resposta para esta questão, como, por exemplo, a deflagração de mensagens eletrônicas sugerindo certos conteúdos, porém, neste momento, não é esta a aposta dos legisladores, apesar de ser estratégia já incorporada às práticas dos serviços de *streaming* de vídeo, inclusive do próprio Globoplay.

Na figura abaixo, percebemos a moldura minha lista, indicando a condição de programador assumida pelo usuário na fruição do serviço de *streaming*. Trata-se de recurso disponível em várias páginas no interior da interface do Globoplay e que revela uma tendência cultural contemporânea que está na raiz da criação da própria internet – a autonomia individual, que, por sua vez, aciona ferramentas que permitam flexibilidade e liberdade de utilização do tempo dos indivíduos cada vez mais ávidos por oportunidades de maximização do gozo (CASTELLS, 2003). Esta possibilidade de personalização do gozo sempre é contraposta com outra tendência mais recente, que é a de se socorrer das redes sociais e de avaliações de outros usuários para a definição das produções mais adequadas para a fruição em determinado momento.

Figura 5 - Lista de produções programadas pelo usuário



Fonte: captura do Globoplay, intervenção do autor em amarelo¹¹⁰

Retornando aos caminhos percorridos pela Globo até chegar ao Globoplay, lembramos que, em setembro de 2006, o “Globo Media Center” contava cerca de cinquenta mil assinantes exclusivos, sem contar os assinantes do Globo.com e possuía um acervo de 150 mil vídeos, inserindo cerca de 500 novos vídeos por dia. Mesmo assim, parte do conteúdo produzido pela Rede Globo estava à disposição também do “Youtube”, o que sugeria reflexões sobre direitos autorais.

Foi nessa ambiência que, na terceira atualização que recebeu, o “Globo Media Center” passou a chamar-se “Globo Vídeos” e a funcionar como uma plataforma de acesso aos materiais

¹¹⁰ Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/minha-lista/>>, Acesso em 31 Jul. 2019

produzidos pela emissora. No seu acervo, além da produção nacional, era possível encontrar conteúdos adquiridos de outras produtoras e licenciados inclusive para a exibição autorizada em plataformas *on line*.

Das alterações promovidas quando da inauguração do “Globo Vídeos” nos interessa especificamente a capacidade de envio de vídeo por e-mail, através de link e a possibilidade de os vídeos serem assistidos em outras páginas pertencentes a sites vinculados ao Globo.com. Tais características já estavam relacionadas ao rompimento dos limites impostos ao segmento audiovisual pela normatização em vigor¹¹¹ e, portanto, indicavam a reversão e reforma das lógicas do audiovisual televisivo compatíveis com a ideia de remediação.

Outro elemento técnico-estético da *webpage* “Globo Vídeos” que se relaciona com a presente investigação e revela sua ligação com a plataforma *streaming* Globoplay é o fato de que, já em 2007, a página de vídeos da Globo passou a permitir a visualização dos vídeos através de *Flash* e, não mais pelo Windows Media Player. Essa mudança, ainda segundo Fischer (2008), alterou para melhor a qualidade de imagem dos conteúdos audiovisuais disponibilizados e revelou a busca por um padrão estético de qualidade que tem sido traço característico da Rede Globo desde que se tornou referência para a audiência de TV aberta.

A mudança ainda indicava, conforme os próprios diretores da empresa anunciavam, que o Grupo Globo possuía uma estratégia de longo prazo para a convergência de seus produtos para plataformas e dispositivos que se baseiam pelo tráfego de dados, estratégia que culminou com o lançamento do aplicativo de *streaming* no ano de 2015.

5.3.2 A Chegada: Tudo junto no Globoplay

No momento em que o Globoplay entrou em operação, os serviços de *streaming* já superavam a TV aberta na América Latina.

Uma pesquisa realizada em 2015 pela ComScore, envolvendo 8.376 pessoas de seis países, detectou que 73% dos entrevistados brasileiros afirmava assistir à TV aberta, enquanto 82% deles consumia conteúdo via *streaming*.

Segundo relatório publicado no portal Meio Mensagem, em 2014, “um em cada cinco usuários (19%) estava disposto a pagar pela possibilidade de acessar seu conteúdo preferido de qualquer dispositivo, sendo certo que 48% dos entrevistados brasileiros pagaria por um sistema

¹¹¹ Refiro-me aqui ao fato de especialmente a TV segmentada estar sujeita a cotas de exposição de audiovisual nacional e/ou independente em horários nobres e em certa quantidade de canais por pacotes. Ora, na medida em que o usuário pode compartilhar suas indicações a outros usuários, bem como elaborar suas próprias listas de vídeos a serem usufruídas oportunamente, torna-se necessário encontrar um método de promoção do conteúdo nacional que seja compatível com estas lógicas. Na observação feita nesta pesquisa foi possível verificar que a plataforma dispara frequentemente e-mails, convocando o usuário para consumir certos produtos. Este sistema pode permitir a adoção de estratégia capaz de realizar os comandos do art. 221, incisos II e III, da Constituição da República também nesta nova ambiência de distribuição.

de TV personalizado, que recomendasse canais e serviços baseados nos hábitos de consumo pessoais”. (VIEIRA; MURTA, 2017)

Com base nas tendências e pesquisas sobre o comportamento do espectador, a exemplo da que foi reproduzida acima, a Rede Globo passou a investir em ações voltadas para as multiplataformas.

Em 2007, a emissora criou o cargo de produtor de conteúdo transmídia, após um período de consultoria de Henry Jenkins, e em 2008 foi implantada a Diretoria Geral de Entretenimento com o foco na implantação de ações para internet e projetos de narrativas transmídia. Estes projetos incluíam congressos e ações com algum viés acadêmico que eram aproveitados inclusive como peça de divulgação dos futuros movimentos da empresa. A imagem abaixo registra evento no qual pesquisadores renomados do campo da comunicação proferiram palestras no auditório da Central Globo de televisão, a fim de preparar público e colaboradores para as mudanças de ambiência que já estavam em curso.

Figura 6 - O trio Mark Warshaw, Flourish Klink e Henry Jenkins no encontro promovido pela Rede Globo sobre transmídia, em 28 de maio de 2010



Fonte: Globo.com¹¹²

Ainda segundo Vieira e Murta (2017), em 2014, a Rede Globo implantou um novo site, o “GShow”, com a criação de páginas para as suas telenovelas, séries e minisséries, inclusive, com extensões e prolongamentos de histórias apresentadas nas telenovelas e séries da TV aberta. Nesse site também era possível encontrar o conteúdo expandido dos programas de auditório da emissora e reality shows, através de produtos criados exclusivamente para o portal.

No dizer das autoras (2017), cada uma das etapas desenvolvidas ao longo de quinze anos fez parte de um lento planejamento estratégico da emissora, que teve por culminância a

¹¹² Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/platb/tarolando/category/henry-jenkins-na-rede-globo/>>, Acesso em: 27 Jul. 2019

preparação de uma ambiência que permitia testar lógicas que possibilitariam a criação de um serviço que se conectasse com a emissora de televisão, sem com ela concorrer diretamente.

Assim, a plataforma digital para *streaming* de vídeos sob demanda criada e desenvolvida pelo Grupo Globo teve o seu lançamento em 26 de outubro de 2015.

A partir do dia 03 de novembro daquele mesmo ano, passou a ser possível acompanhar a programação da TV Globo “ao vivo”, assistir a trechos de programas e ter acesso ao acervo de obras reconhecidas da emissora em aparelhos como *smartphones*, *tablets*, *desktops*. O lançamento do serviço de *streaming* marcou, ainda, o início da distribuição do conteúdo da TV Globo em 4K.

O objetivo de sua criação, segundo explicação dada por Carlos Henrique Schroeder, então diretor geral da emissora, foi a ampliação do alcance da grade linear para novos aparelhos e momentos de consumo, enriquecendo a experiência do público com o conteúdo. Como justificativa formal para este processo de “softwarização” do conteúdo audiovisual televisivo da Globo estavam as mudanças na rotina e novos hábitos de consumo dos espectadores, mas também é possível atribuir este movimento ao fato de que, desde 2003, os índices de audiência da emissora vinham decrescendo significativamente, sendo reduzido de 21 pontos (média geral) para 15,1 pontos no ano de início das operações do serviço.

A plataforma de *streaming* poderia ser utilizada não só para permitir novas formas de capitalização dos produtos ofertados pela emissora, mas também como reforço à audiência da TV aberta, através de estratégias de exibição em segunda tela e de chamamento constante do público para as referidas produções.

A TV Globo foi pioneira na oferta de vídeos digitais pela internet (conforme já explicitado anteriormente), sendo possível reconhecer também no Globo TV+¹¹³ uma das afiliações com a quais se relaciona do Globoplay, que teve como grande inovação em relação aos concorrentes a transmissão da programação televisiva, em tempo real, disponível inicialmente para os usuários das áreas de cobertura do Canal 4, do Rio de Janeiro, e do canal 5, de São Paulo.

¹¹³ O Globo.tv+, serviço de *video on demand* (VOD) com conteúdo da programação da TV Globo e produções do acervo da emissora, foi lançado no dia 21 de setembro de 2012. Com o serviço, foi possível assistir aos programas exibidos na televisão também no computador, no celular ou no *tablet*, através de um aplicativo que oferecia ubiquidade e liberdade às imagens da tv aberta. Tratava-se, como afirmava o próprio grupo de mídia através de seu *website*, de uma versão atualizada do serviço de assinatura oferecido pela Globo, através da Globo.com e apresentava vantagens em relação ao produto existente, tanto em termos de facilidade de navegação, quanto na oferta de conteúdo, que foi ampliada e disponibilizada na íntegra. O assinante também tinha a sua disposição conteúdos exclusivos, como as primeiras temporadas de "Os Normais" e do "Globo Mar", todos os capítulos da minissérie "A Cura", além de jogos históricos do Campeonato Brasileiro. No início, o produto foi disponibilizado em Minas Gerais. Os assinantes tinham também acesso a um e-mail com 10 gb. A grande novidade do aplicativo era exatamente a possibilidade de assistir à programação mediante *streaming*, ou seja, sem a necessidade de download.

Figura 7 - Aviso de mudança do plano Globo.com em 2015



Fonte: <https://assine.globo.com/mkt/2015/02/aviso-mudanca-1.html>, Acesso em 10 Jul. 2019

A figura acima revela a mensagem que foi preparada pelo Grupo Globo para indicar aos usuários o início do funcionamento da plataforma Globo.tv+.

A imagem invocando o Big Brother Brasil era seguida da seguinte advertência: “A globo.com unificou os planos de assinatura com acesso. Esta mudança não aumentará o valor da sua mensalidade, nem afetará sua conexão ou serviços contratados”. Diferentemente do que ocorrera quando da entrada da Globo na TV a cabo, a emissora não apelou para a credibilidade que possuía com sua audiência, pedindo que seu público aguardasse pelo que ela iria preparar antes de assinar com a concorrência. Dessa vez ela lançou mão de uma referência imagética relacionada à programação da TV como forma de convocar o público para as vantagens da mudança.

A plataforma reforçava a crença da empresa no vídeo como uma mídia efetiva, engajadora e relevante tanto para consumidores quanto para anunciantes.

O Globoplay iria contar com mídias *pre-roll*¹¹⁴ e espaços para projetos especiais focados em ações de *branded content*¹¹⁵, a fim de monetizar as produções visuais do Grupo Globo. O serviço foi lançado em *smart tvs* das marcas LG em novembro de 2015, valendo lembrar que, desde 2013, já era possível acessar o Globo TV + em TVs Samsung. Como se vê, também as conexões entre fabricantes de equipamentos e produtores audiovisuais são relevantes para a configuração da ambiência onde o *streaming* tenta se tornar hegemônico.

Quanto ao software, o aplicativo Globoplay foi disponibilizado a partir do dia 3 de novembro de 2015 na *iTunes Store* e na *Google Play*. No mesmo momento, foi disponibilizada a versão para a webOS, da LG.

Em fevereiro de 2016, o aplicativo móvel ganhou compatibilidade com o Chromecast e em seguida foram desenvolvidos aplicativos para TV's da Samsung, Philips, LG e Panasonic.

¹¹⁴ Tradução nossa: pré-rolagem

¹¹⁵ Tradução nossa: conteúdo de marca

Em abril do ano seguinte, a TCL lançou o televisor P2 Ultra HD, cujo controle remoto possuía um botão de atalho exclusivo para o aplicativo. A versão para Microsoft Windows foi anunciada também em 2017.

Na moldura “Replay” da plataforma, o usuário podia assistir a novelas, séries e programas antigos da emissora, como “Cordel Encantado”, “O Astro”, “Ti Ti Ti”, “Fina Estampa”, “Avenida Brasil”, “Guerra dos Sexos”, “Saramandaia”, “Totalmente Demais”, “Caras e Bocas”, “Cobras e Lagartos”, “O Cravo e a Rosa”, “Cheias de Charme”, “Caminho da Índias”, “Verdades Secretas”, “Senhora do Destino” e temporadas antigas de “Malhação”. Atualmente, esta seção não mais está disponível, porém, as produções que estavam catalogadas nela continuam acessíveis ao usuário de acordo com a categoria da qual fazem parte.

Em julho de 2017, séries de sucesso da emissora de TV como “O Canto da Sereia”, “A Teia”, “Amores Roubados”, “Presença de Anita”, “Anos Dourados”, entre outras, foram lançadas em formato de longa-metragem. Aqui podemos perceber uma clara faceta da remediação, na perspectiva da imediação, já que o serviço de *streaming* tentou tornar invisíveis os traços do formato das séries na nova maneira de distribuir conteúdo, convertendo em um outro tipo de produção.

Em janeiro de 2018, o Grupo Globo refez toda a sua estratégia, deslocando o executivo João Mesquita para coordenar as diferentes iniciativas em *streaming*. O grupo decidiu apostar no Globoplay como ponto de partida para um serviço de *vídeos on demand* (SVoD), mas numa ótica mais agressiva que a tradicional. Até então a plataforma era "uma ferramenta puramente de 'catch up' da grade da TV Globo" ou de recuperação da programação linear da emissora.

Os assinantes passaram a ter acesso a humorísticos clássicos da emissora como “Toma Lá, Dá Cá”, “Os Normais”, “A Diarista” e as versões clássicas de “Escolinha do Professor Raimundo” e “Os Trapalhões”. Os programas passaram a ser disponibilizados todas as semanas, a partir do meio-dia.

Figura 8 - Todo o conteúdo da rede Globo é disponibilizado no Globoplay



Fonte: A Escotilha¹¹⁶

Em abril do mesmo ano, o Globoplay disponibilizou para assinantes, episódios da “TV Pirata” e, em maio, passou a ter conteúdo voltado para as crianças. Além de receber séries e animações que já são sucesso entre as famílias brasileiras, o acervo passou a contar com atrações inéditas, a exemplo de “Escola de Gênios” (2018) - coprodução do Globo com a Mixer Films - que foram classificadas como originais da plataforma, mas em verdade eram fruto das operações dos canais Globosat (Gloob e TV Globinho)¹¹⁷ e seriam lançadas concomitantemente em múltiplas telas.

Figura 9 - Moldura conteúdo infantil



Fonte: captura do Globoplay¹¹⁸

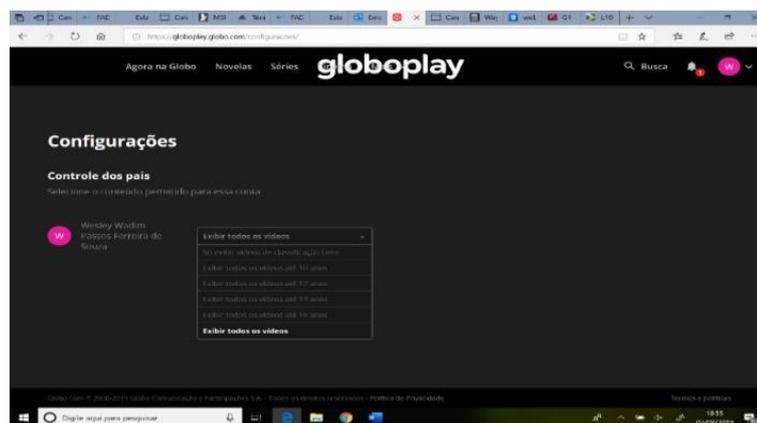
Em relação ao conteúdo infantil vale destacar que o aplicativo possibilita uma forma de controle parental, através da interface de configurações. Nesta interface, o usuário pode criar um controle adicional ao acesso, utilizando um dos critérios eleitos pela plataforma e elencados como alternativas. Na moldura abaixo podem ser percebidos aspectos desta interface que serão explorados com mais detalhes no item 5.3.7 deste trabalho.

Figura 10 - Moldura controle parental

¹¹⁶ Disponível em: <<http://www.aescotilha.com.br/cinema-tv/canal-zero/sera-a-globoplay-o-futuro-do-grupo-globo/>>, Acesso em: 12 jul. 2019.

¹¹⁷ A campanha de lançamento da série começou aos 08 de outubro de 2018 e contou com mobiliário urbano, no Rio de Janeiro e em São Paulo, atividades gratuitas em espaços públicos das duas cidades, além de campanha *online* e ações com influenciadores digitais. O objetivo das ativações era envolver o público em temas de ciências, tecnologia, diversidade e multiprotagonismo, apresentados na série de forma leve e divertida. A série foi disponibilizada concomitantemente no canal cabo e vendida para vinte países da Europa, Oriente Médio e África. (Disponível em: <<https://www.cultura.sp.gov.br/campanha-de-lancamento-de-escola-de-genios-contara-com-ativacoes-para-o-publico-final-e-acoes-com-influenciadores/>>. Acesso em: 21 Jun. 2021).

¹¹⁸ Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/programas/infantil/>>, Acesso em 19 Jul. 2019.



Fonte: captura do Globoplay¹¹⁹

Em agosto, foi lançada a série "*The Good Doctor*" (2017) produzida pela ABC Studios em parceria com a Sony Pictures Television e Shore Productions, a maior atração da plataforma em quase três anos. O lançamento da série marcou o início do novo projeto formatado ao longo do primeiro semestre de 2018 e foi precedido promocionalmente pela transmissão dos dois primeiros episódios numa nova sessão de filmes da TV Globo, denominada "Globoplay".

A gradativa ampliação do catálogo com inclusão de produções estrangeiras de grande orçamento pesou no bolso dos assinantes, elevando o preço das mensalidades de R\$ 15,90 para R\$ 18,90, mais perto dos R\$ 19,90 da Netflix.¹²⁰

Em dezembro de 2018 o acervo do Globoplay contava com mais de 15 séries internacionais, cerca de 100 filmes e seis séries brasileiras exclusivas.

No ano seguinte, a plataforma anunciou investimentos pesados para se tornar mais que um portal de conteúdo do canal televisivo aberto (TudoCelular.com, 2019), sendo certo que no final de 2020, já eram 38 produções originais, somadas a quase todo o acervo da TV Globo, à programação ao vivo, filmes e séries internacionais e nacionais e um conjunto de podcasts sobre variados assuntos.¹²¹

Em 2021, foram acrescentadas ao serviço, a programação ao vivo dos canais Globosat e um acervo de podcasts, que incluiu, entre outros, material produzido por profissionais já integrantes dos quadros da emissora. O Grupo Globo não divulga dados sobre o número de assinantes da plataforma, nem sobre seu faturamento, mas o atual diretor Erick Bretas¹²²,

¹¹⁹ Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/configuracoes/>>, Acesso em 19 Jul. 2019.

¹²⁰ Valores relativos ao ano de 2018.

¹²¹ A lista de podcasts do Globoplay não estava disponível na interface da plataforma para computadores de mesa, mas estava presente nos aplicativos para telefones celulares e *tablets*. Nada obstante, entre os dias 05 e 07 de janeiro de 2021, todas as tentativas de acesso resultaram em mensagem de erro.

¹²² Erick Bretas passou a acumular as funções de direção do *hub* da Globo no Vale do Silício (EUA) e do Globoplay com a saída de João Mesquita em agosto de 2019. Bretas fora o responsável pelo lançamento da plataforma em 2015, mas se mudou para a Califórnia no início de 2018, deixando Mesquita à frente do serviço. Em comunicado à imprensa, Jorge Nóbrega, presidente executivo do Grupo Globo, exaltou o crescimento de Bretas como executivo diante de seu envolvimento em atividades de M&A (fusões e aquisições) e ressaltou que o serviço de *streaming* é uma das mais importantes iniciativas do Grupo Globo em sua estratégia de se aproximar ainda mais do consumidor brasileiro e um dos pilares do portfólio de produtos *direct to consumer*. (SACCHITIELLO, 2019)

reconheceu, após circularem reportagens informando que o Globoplay tinha ultrapassado os números da maior concorrente, que o serviço da Globo está posicionado atrás da própria NETFLIX e da AMAZON Prime Vídeo.

5.3.3 Identidade visual do Globoplay e sua relação com a reinvenção da Globo em novas telas

À medida que a plataforma de *streaming* que se anunciava como mais uma janela para os mundos da TV Globo foi se convertendo numa aposta mais ampla de convergência e remediação dos produtos de todo o grupo de mídia (não apenas da TV) e também se comportando como um local de interação com outros produtores que aparentemente confiam na visibilidade da marca para alavancar suas oportunidades de acesso a um público maior, a identidade visual do Globoplay foi passando por alterações.

Em agosto de 2020, ao mesmo tempo em que anunciou uma série de novidades para o serviço, a plataforma mudou seu logo e seu estilo visual, tentando de alguma forma atualizá-lo com cores mais vibrantes em degradê e deixando claro que a diversidade de propostas que o *streaming* passava a agregar (tv aberta, tv segmentada, podcasts, produções originais, acervo fílmico e parcerias com grandes produtores internacionais) podia ser experimentada não só com os sentidos da visão e audição, mas captada de forma mais completa, tátil e sinestesticamente.

Figura 11 - Evolução do logo da Globoplay



Fonte: GKPB.com¹²³

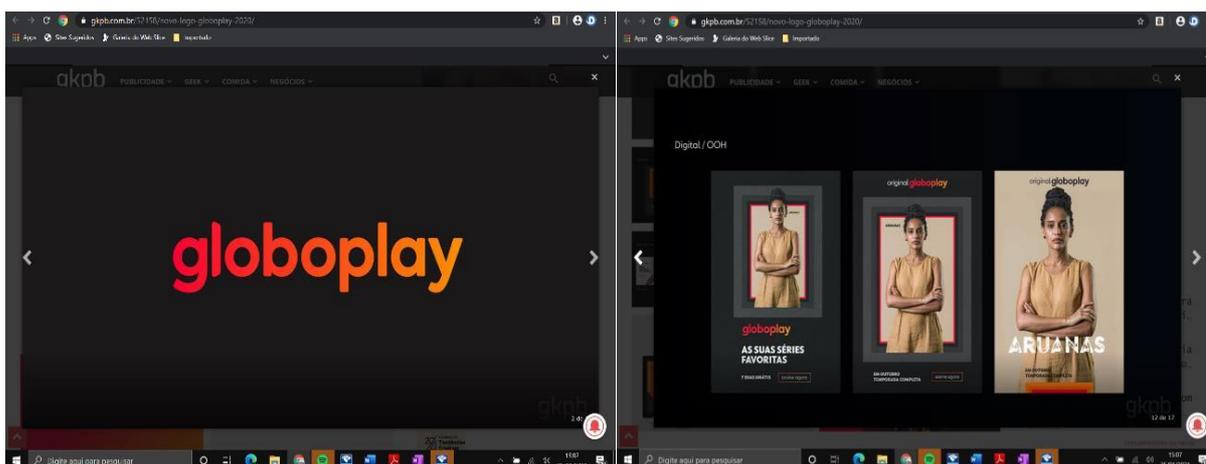
¹²³ Disponível em: <<https://gkpb.com.br/52158/novo-logo-globoplay-2020/>>, Acesso em: 20 Jan. 2021.

Nessa toada, a tipografia utilizada pela empresa para suas comunicações em diversos canais e produtos também ganhou alterações.

A Letra “l” de Globo passou a ser grafada como uma tela em perspectiva, que se movimenta no intervalo entre os vídeos numa sequência que parecer ir de múltiplas telas para uma única tela, a fim de representar a visão final da própria letra. Este movimento simboliza a metáfora da convergência das imagens televisivas para os dispositivos com suporte no fluxo de dados e nas lógicas da computação. Ao mesmo tempo que se deixa ver a convergência de uma multiplicidade de produtos para uma única plataforma mais acessível, mais direta, mais ao gosto do “consumidor”, também se pode visualizar o movimento de dispersão das imagens televisivas para diversos suportes, desde o telefone celular até o monitor de um computador.

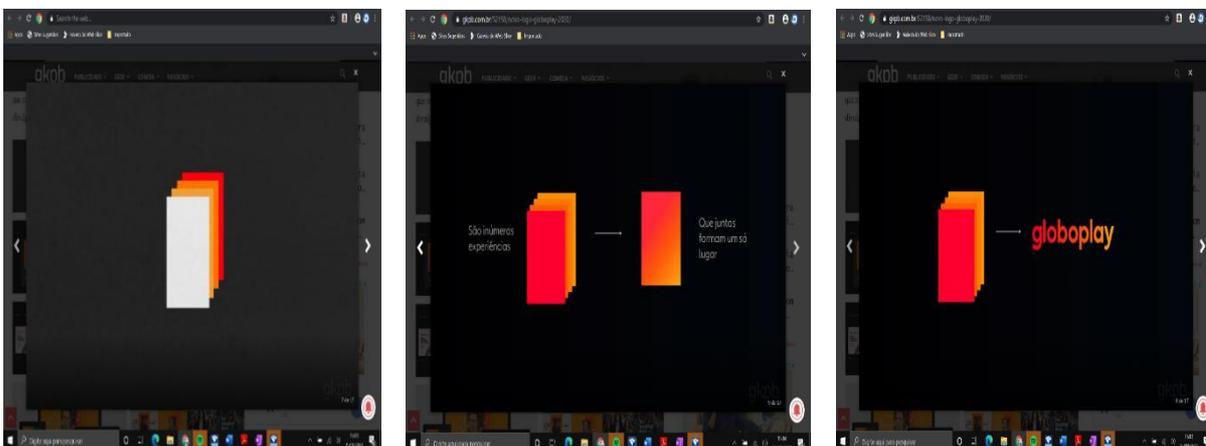
A palavra “play” manteve as formas arredondadas características dos outros serviços de mídia, demonstrando uma clara conexão com os portais do Grupo Globo na Internet.

Figura 12 - Cartaz da série “Aruanas” utilizando a nova logomarca



Fonte: GKPB.com¹²⁴

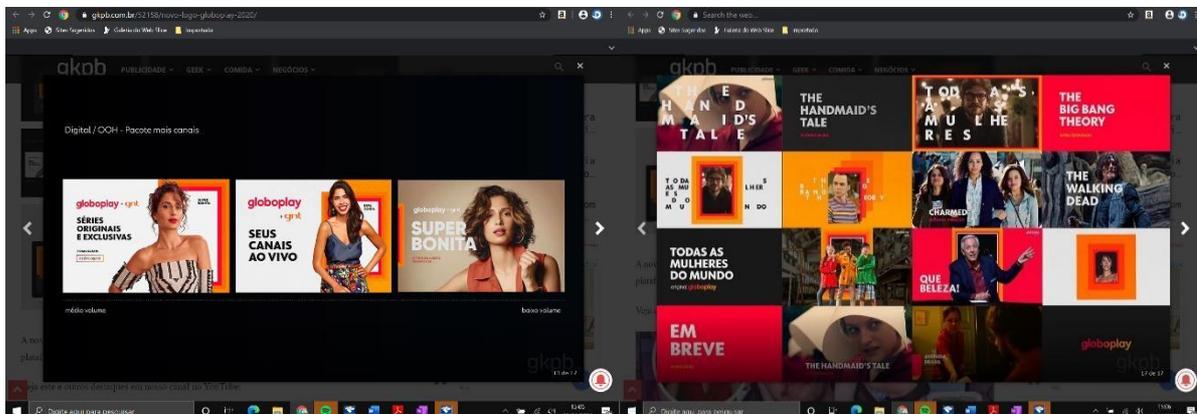
Figura 13 - Transição de imagens dentro da plataforma para composição de quadros



¹²⁴ Disponível em: <<https://gkpb.com.br/52158/novo-logo-globoplay-2020/>>, Acesso em: 20 Jan. 2021.

Fonte: GKPB.com¹²⁵

Figura 14 - Unificação da identidade visual de outros produtos Globo



Fonte: GKPB.com¹²⁶

Lembre-se que, no ano de 2021, a plataforma de *streaming* passou a incorporar muito mais que as produções televisivas, o que justifica a tentativa de ocultação das marcas características da emissora de TV e também o fato de o ícone do serviço em dispositivos móveis ter abandonado o famoso globo com espaço em formato de tela de televisão no seu interior, para adotar uma imagem que inclui apenas o nome do serviço em letras minúsculas dentro de uma tela em tons de vermelho para alaranjado.

A mudança de identidade visual ainda parece estar relacionada com a ampliação da abrangência territorial do serviço que passou a operar nos Estados Unidos da América e está pretendendo entrar em funcionamento também na Europa até o início de 2022.

Figura 15 - Alterações no ícone do Globoplay em celulares (2019-2021)

¹²⁵ Disponível em: <<https://gkpb.com.br/52158/novo-logo-globoplay-2020/>>, Acesso em: 20 Jan. 2021.

¹²⁶ Disponível em: <<https://gkpb.com.br/52158/novo-logo-globoplay-2020/>>, Acesso em: 20 Jan. 2021.



Fonte: Microsoft Bing, Acesso em 09 Fev. 2021

Os ajustes não se resumiram ao serviço de *streaming*, já que o realinhamento destes traços imagéticos estava vindo para marcar a alteração inclusive do nome do Grupo Globo que passou a se chamar apenas de “Globo” e a usar uma marca parecida com a da TV.

Em comunicado dado pela empresa ao site UOL, foi dito que:

“A marca que tem sido apresentada como ‘a’ identidade visual da Globo é apenas uma das execuções que vão simbolizar a empresa que nasce da união das empresas Globo de TV aberta, TV por assinatura e plataformas digitais, além do Globoplay e da Som Livre. Ela faz parte de um projeto de arquitetura de marca que harmoniza de forma integrada as marcas dos nossos produtos construindo uma só Globo, com toda sua essência, e simbolizando uma companhia ainda mais inovadora, leve e próxima das pessoas. Vale destacar, ainda, que este símbolo não tem uma única textura nem um formato exclusivo em 2D, sendo possível ser utilizada sua versão com acabamento 3D. O importante é que seu uso sempre estará adequado ao papel que desejamos na arquitetura de marca da empresa.” (NEBLINA, 2020)

Figura 16 - Nova logomarca da Globo 2021



Fonte: Observatório da TV¹²⁷

¹²⁷ Disponível em: <<http://www.observatoriodatv.com.br>>, Acesso em: 24 Jan. 2021.

O grupo de mídia também quis dar a ver com esta mudança na sua identidade visual uma maior leveza, evolução e conexão com o público, além da sensibilidade aos valores como diversidade, brasilidade, proximidade, senso de comunidade, liberdade e criatividade. A Globo se vê, desta forma, como uma empresa que agrega todo o universo visual em um só espaço e que está em contínuo movimento para atender às necessidades de seus consumidores.

A mudança no grafismo utilizado nas diversas plataformas e produtos (tudo em minúsculo) significou uma forma de reduzir a sensação de distanciamento do usuário, tendo sido explicitada em vídeo disponibilizado na plataforma “Youtube” narrado por Thais Araújo (atriz conhecida pela sua postura ativista dos direitos dos negros), no qual foi verbalizado que a Globo estava mudando para se aproximar ainda mais do público.

Toda essa mudança visual se torna mais intrigante diante da constatação do crescente número de pessoas que manifestam seu desprezo pela emissora de TV aberta, usando a expressão “globolixo” para enunciar uma visão deletéria em relação à postura de alguns programas de TV contrários a determinadas pautas conservadoras.¹²⁸

5.3.4 Porque escolhemos a interface da plataforma como local para nossa observação

Desde que a popularização da internet teve seu começo na década de 1990, o papel do computador, conforme observou Manovich (2001), vem sofrendo uma constante inclinação, passando de uma ferramenta com múltiplos usos a um filtro para todas as culturas, uma forma de mediador para produções culturais e artísticas.

Nesse sentido, as janelas do computador e dos aparelhos de telefonia celular parecem substituir as telas do cinema e da televisão, as galerias de arte, as livrarias, as bancas de revista tudo ao mesmo tempo. Em movimento reverso, as próprias telas de TV, antes apenas espaços para a difusão de imagens, incorporaram aspectos da computação na medida em que as *smart tvs* possibilitam esta forma de interface entre o espectador e os aplicativos por elas contratados.

Se podemos falar que as telas do cinema e da televisão se multiplicam através das facilidades trazidas pelo computador, por outro lado é possível verificar também que o próprio aparelho de TV se transforma em computador. Assim, a zona de contato que processa através das lógicas computacionais a intermediação do acesso aos produtos culturais pelo usuário constitui campo fértil de observação. Não custa lembrar que “a interface do computador atua como um código que carrega mensagens culturais numa variedade de mídias” (MANOVICH,

¹²⁸ Ao digitar a expressão “globolixo” no buscador do google, aos 25 de janeiro de 2021, foi possível encontrar 477.000 resultados em 0,48 segundos. Em reportagem veiculada no dia 16 de abril de 2020 e assinada por Jeff Benício, o portal terra disse que a emissora ganhava audiência com as críticas ao governo Bolsonaro, ao se referir ao aumento de 12,6% no ranking da Kantar Ibope desde o início da cobertura da pandemia de COVID-19. A notícia ressaltava que hostilidade semelhante contra a empresa foi vista entre 2013 e 2016, quando a linha editorial da emissora se dedicou à cobertura das manifestações contra a presidente Dilma Rousseff.

2001, p. 64)¹²⁹, logo a tentativa de decifrar alguns destes códigos passa inevitavelmente pelos estudos dos aspectos desta interface.

É preciso levar em conta, entretanto, que um código não é algo indiferente ao conteúdo que se transmite. O meio no qual um objeto cultural é colocado em circulação afeta este próprio objeto por suas lógicas e com a interface humano computador não é diferente. Os modos particulares de organização que estão disponíveis nas interfaces programadas segundo um desenho que deve atender também aos propósitos das corporações que se utilizam delas para comunicar algo aos usuários podem então revelar muito destas próprias corporações e das relações com as esferas de poder.

Se é possível identificar uma ausência de transparência na interface cultural, já que reflete um pouco da realidade que a cerca, também é possível partir para análises empíricas que distingam dois níveis de abrangência nos objetos. O nível do conteúdo, que a interface deixa ver (transparência) e o nível da interface que se coloca como intermediária entre este conteúdo e o sujeito que deseja acessá-lo (opacidade).

Observar o audiovisual implica, deste modo, reconhecer que ele está além da imagem estática ou dinâmica que se insere na tela, está também nas relações que se deixam capturar nos detalhes dispostos na interface.

A própria tela (interface), seus elementos e a ambiência no entorno do usuário/espectador que dela se apropria são objetos que podem ser convocados para dizer algo sobre a materialidade que se observa e na qual um determinado virtual se atualiza.

Na nossa proposta apropriamos as noções de Bolter e Gromala (2003), segundo as quais a materialidade na qual o audiovisual se deixa ver é, ao mesmo tempo, janela para ele próprio e espelho destes conjuntos de fatores que se colocam em volta do espectador/usuário, ou seja, reflexo de uma ambiência na qual se entrecruzam todas as dimensões que nos permitem aos poucos desvelar as audiovisuais em suas potências econômicas, políticas, jurídicas, estéticas e técnicas.

Essas audiovisuais podem ser molduradas por vários ângulos que partem do próprio corpo do espectador e vão até as estruturas de poder que tentam conduzir a experiência de quem vê de forma a tornar invisíveis as relações entre empreendedores e governos na tentativa de manter uma certa hegemonia conquistada em momentos passados.

No dizer de Manovich (2001), realidade virtual, telepresença e interatividade se tornaram possíveis pelas tecnologias digitais, entretanto, elas se materializam através de uma tecnologia muito mais antiga, as telas.

¹²⁹ “[...] *the computer interface acts as a code that carries cultural messages in a variety of media.*” (MANOVICH, 2001, p. 64)

Olhando estas superfícies planas a certa distância o usuário pode ter a sensação de imersão e distanciamento a depender do que essas mesmas telas conferem em termos de possibilidades e limites. Muitos desses limites são esmaecidos na tentativa de induzir uma sensação de imediação, outros são destacados, a fim de demarcar a presença dos meios ali enunciados na nossa vida cotidiana.

Esse jogo de visibilidade e invisibilidade parece potente para o encontro das diversas dimensões que compõe o audiovisual televisivo.

“Se o computador se tornou uma presença comum na nossa cultura somente na última década, a tela, por outro lado, tem sido usada para apresentar informação visual por séculos – da pintura renascentista ao cinema do século dezenove.” (MANOVICH, 2001, p. 94)¹³⁰

Por fim, merece destaque a advertência de Lopes e Lemos (2019) no sentido de que as questões relacionadas às interfaces e experiências são o principal motivo para a adoção do VoD pelo espectador, não propriamente o conteúdo. Segundo as autoras, num olhar mais profundo, isso pode revelar novas práticas da audiência, como pesquisar, navegar, rolar, deslizar, recomendar, “favoritar” e praticar o *binge watching*¹³¹, práticas que, em muita medida, podem ser relacionadas como verdadeiras características deste tipo de fruição de produtos audiovisuais.

5.3.5 Metodologia das molduras e sua articulação com exploração das interfaces do Globoplay

Levando em conta que a lógica da adição e da coexistência é característica das interfaces culturais e que esta característica se evidencia na adoção das montagens espaciais nas telas dos computadores como alternativa às montagens temporais que identificam a imagem em movimento e, ainda, que este arranjo nos leva a compreender uma importante dimensão do caráter midiático dos dispositivos que se baseiam no uso do computador para a distribuição e produção de objetos culturais (MANOVICH, 2004; FISCHER, 2008; MONTAÑO, 2015), acreditamos que a metodologia das molduras reúne potencial para ajudar a compreender como a plataforma de *streaming* do grupo Globo vem se desenvolvendo nas suas relações com o usuário e em que ponto estas relações entram em contato com as pretensões estabilizadoras do Direito.

¹³⁰ “If computers have become a common presence in our culture only in the last decade, the screen, on the other hand, has been used to present visual information for centuries – from Renaissance painting to twentieth-century cinema.” (MANOVICH, 2001, p. 94)

¹³¹ Trad. nossa: expectativa devotada (prática de assistir a múltiplos episódios de uma série em seguida).

Sônia Montañó (2015) identifica quatro molduras na ambiência da *web*: os vídeos, as interfaces, os usos e os ambientes.

Envolvendo nossa pesquisa a tentativa de descortinar algumas das dimensões que constituem o serviço de *streaming* que inicia sua trajetória com a partilha de produtos “reciclados” de um tradicional grupo de mídia, a moldura vídeo assume protagonismo.

Porém, não efetuamos uma investida profunda nos modos de construção de todos os produtos que são distribuídos pelo Globoplay. Selecionamos uma de suas produções “originais”, de forma a examinar se ali há traços característicos, especificidades da produção, estéticas ou intercorrências normativas que rememoram ou reinventam aspectos que marcam a TV Globo em suas relações como o poder político e econômico e que podem nos apresentar imagens analíticas¹³² das operações que estiveram envolvidas na trajetória que levou à constituição dessa nova forma de distribuição de imagens em movimento.

Apostamos também na análise das interfaces porque elas apresentam diversas “ethicidades”¹³³ como links, páginas, barras de navegação, que nos permitem visualizar articulações entre a empresa e a regulação decorrente das tensões jurídicas já levantadas nas seções anteriores deste trabalho e como elas podem refletir sobre as práticas dos usuários os quais não podem ser moldurados apenas como receptores de conteúdo, mas como consumidores, produtores, editores, reprogramadores.

As ideias relacionadas com a liberdade do usuário, proximidade da empresa com seu público e responsabilidade social, enunciadas expressamente nas diversas peças publicitárias do grupo Globo e inseridas na grade de programação da emissora de TV podem ser ressignificadas nas interfaces, já que a moldura corpo espectador identificada por Kilpp (2002) se converte nestes novos modos de distribuição audiovisual em moldura acervo/usuário, cujos dados são constantemente capturados e submetidos a métricas capazes de construir perfis aptos a catalisar as relações dos produtores e distribuidores de audiovisual com as empresas que compram espaços publicitários.

O que antes dependia da construção de hábitos de audiência, hoje se atrela à maior capacidade dos programadores contratados pelas empresas para construção de softwares hábeis identificar, capturar e interpretar os rastros deixados pelos usuários durante seus usos na rede.

Se o negócio TV consistia a comercialização do tempo de audiência, criado através de estratégias tendentes a condicionar a rotina do espectador à montagem temporal instituída na

¹³² Derrida (1998) apud Kilpp (2006) usa duas categorias ao tratar das imagens: a imagem que vemos – síntese-e as imagens que estão na origem – analíticas.

¹³³ “A televisão participa da instituição imaginária de sociedades e culturas. Ela o faz principalmente instaurando mundos televisivos, nos quais têm visibilidade pessoas, objetos, durações, fatos e acontecimentos que são as subjetividades virtuais aqui chamadas de ethicidades televisivas. As ethicidades mais sólidas - como as emissoras, os canais, os gêneros, os programas, a programação e os panoramas televisivos - são enunciadas no interior do mix de molduras e moldurações sobrepostas que é a televisão, e são também molduras e moldurações de outras ethicidades.” (KILPP, 2002)

grade e na programação da TV, o negócio do *streaming* parece alimentar o desejo de se fazer presente em todos os momentos da vida do consumidor, buscando, através de procedimentos que serão melhor explicitados nas observações da interface, criar vínculos que não se limitam à expectativa, mas que geram o chamado “engajamento”, muito mais eficiente quando se trata de identificar tendências de consumo vinculado aos produtos anunciados. Nesse sentido, o hábito da “audiência”, ainda que enunciado de outra forma e remodelado de acordo com as possibilidades técnicas oportunizadas pelos algoritmos e outras métricas, pode ser visto como exemplo potente da resiliência do *broadcast* no interior do *streaming*.

O algoritmo, reconhecido como facilitador da experiência (BRAGHINI, 2018), pode ser emoldurado como instrumento de aproximação entre a empresa e esse consumidor ao constantemente trazer sugestões de vídeos para experimentação. Mas porque se alimenta dos dados (rastros) dos próprios usuários, permite a formação mapas que a um só tempo orientam as lógicas de produção, comercialização e financiamento da empresa, já que também é usado como argumento de venda de espaço publicitário.¹³⁴

A apropriação da metodologia das molduras em nossas análises começa por colocar em foco o paradoxo do *streaming* (MANOVICH, 2001, p. 103-110). Pautado na ideia de mobilidade e do controle do tempo pelo usuário (liberdade e autocontrole) esta ambiência oferece aos distribuidores do audiovisual a oportunidade de colocarem seus produtos ainda mais dentro das rotinas do espectador. Uma presença total mesmo em situações que antes não autorizariam a fruição de imagens, como em espaços de alimentação, prática desportiva, enfim, outras formas de lazer e entretenimento, ainda mais onipresentes.

5.3.6 Por onde se inicia a observação - A página da casa

Na busca de compreender um pouco melhor as dimensões que constituem o Globoplay optamos por analisar a interface da plataforma através de seu sítio na internet, utilizando o navegador “edge”, eis que há diferenças visíveis entre a disposição das informações constantes na tela quando se utiliza diferentes suportes para acesso como telefones celulares, *tablets* ou *smart tvs*.

O primeiro contato com qualquer plataforma ou site alocado na *web* se dá através de uma porta de entrada que é enunciada como “*home page*”. A metáfora relacionada com a

¹³⁴ Eduardo Scheffer, diretor de negócios integrados em publicidade da Globo, declarou durante o “audioday”, no dia 28 de janeiro de 2021, transmitido pelo Globoplay e disponível no canal do serviço no “Youtube”, que as marcas querem fazer parte da vida das pessoas em momentos diferentes e mais frequentes. Vale acrescentar que a construção de um ambiente de podcast que passou a ser abraçada pela plataforma em 2021 propiciaria a ainda maior conexão das marcas com os conteúdos da Globo, ante o engajamento que o áudio proporciona inclusive em momentos nos quais o vídeo perde espaço por não permitir a partilha da atenção do usuário com outros afazeres. Scheffer disse ainda que a plataforma possui profissionais habilitados a olhar para as métricas e para a demanda do mercado do ponto de vista dos consumidores, de forma a atender a qualquer marca.

expressão inglesa que pode ser traduzida para “página lar” aciona ao mesmo tempo dois imaginários. O primeiro, mais antigo, remete à ideia de que a interface do computador recicla outras mídias pregressas como as revistas, os jornais, os livros e os cadernos de anotação, antes sempre presentes nas mãos de jornalistas, redatores, roteiristas etc. O segundo nos leva a pensar que nesse espaço o usuário (no caso dos serviços de *streaming*, futuro assinante) encontrará abrigo, morada, acolhimento.

Embora seja propriedade de outrem, essa “casa” propiciará boas horas de divertimento àquele que dispuser de algum tempo para conhecê-la. Mais do que a morada de alguém, a página inicial de um serviço de *streaming* de vídeos também pode ser vista como o umbral pelo qual o interessado poderá acessar diversos mundos oferecidos à experimentação, porém, sempre sendo conduzido pelas lógicas da pessoa, empresa ou instituição que o recebe. Como qualquer conviva que se reúne em uma recepção festiva, deverá este usuário seguir certos padrões, aceitar certas sugestões, algumas vezes sem perceber.

Partindo de um computador que não está previamente cadastrado, após digitar o endereço de IP do Globoplay (<http://www.globoplay.globo.com>), o usuário será direcionado para a página de abertura do serviço (*home page*).

Sendo uma metáfora da casa, a página de abertura ou página inicial é um local privilegiado para se buscar os diversos sentidos identitários que as empresas que estão na internet constroem a respeito de si mesmas.

Nela as marcas, as pessoas e as instituições dão a ver suas pretensões de relacionamento com o público, na tentativa de captar a atenção e de gerar vínculos. Suas interfaces funcionam como capas bem elaboradas de uma revista, como um título de uma obra que, se bem estruturados, vão gerar o interesse na experimentação e, quem sabe, uma assinatura. Esse maior ou menor interesse está relacionado diretamente com as conjunturas culturalmente estabelecidas em determinado momento histórico, mas também com traços da própria trajetória de constituição dos objetos e instituições que são apresentados nessas interfaces.

Sendo assim, essa página não é o lugar do usuário/assinante, mas um lugar especial para a instituição (Globo), eis que se trata de uma espécie de síntese do mundo que se abrirá para o cliente quando optar por se vincular ao serviço ou produto ofertado através de um contrato.

No canto superior esquerdo da página inicial do Globoplay, podemos observar a logomarca do serviço, cujos traços foram alterados no ano de 2021. Esta logomarca não está em evidência, embora seja perfeitamente perceptível, o que nos leva a intuir que seus desenhistas não desejavam destacar a identidade da marca como ponto central da atenção do usuário, mas sim o conteúdo que se poderia encontrar no serviço. Uma tentativa de dar ênfase ao serviço e não ao seu produtor/programador, sugerindo um incipiente apagamento das marcas da emissora de onde vem a maior parte do conteúdo. Ao nosso aviso, essa estratégia de

imedição, faz emergir sentidos de pessoalidade, como se o Globoplay não fosse um acervo de vídeos da Globo, mas algo muito maior que poderia ser moldado ao gosto do usuário.

Deve-se destacar que, até o ano de 2019, a logomarca da Rede Globo de Televisão aparecia como plano de fundo da página inicial, em dimensão bastante destacada, exaltando a noção de que o serviço se destinava à ampliação do acesso às produções da emissora.

As estratégias de imedição e hipermediação possíveis através do jogo de ocultamento e destaque das marcas da emissora de TV na interface do Globoplay evidenciam com muita nitidez a mudança de postura do Grupo Globo em relação ao papel do serviço de *streaming* nas pretensões do conglomerado de mídia.

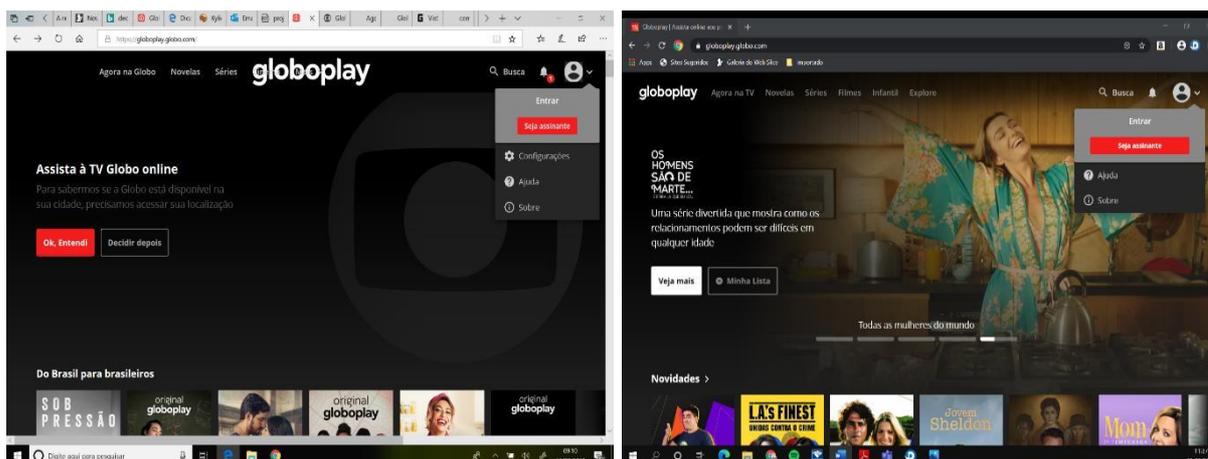
Na linha superior da página inicial, da esquerda para a direita, seguem-se as expressões: Agora na TV¹³⁵ – Novelas – Séries – Filmes – Infantil – Explore, como forma de destacar as ofertas que estarão disponíveis a quem se comprometer com a empresa. Trata-se de links ativos que permitem visualizar parte do conteúdo que poderá ser acessado, mas somente por quem estiver cadastrado.

Um pouco mais afastado, no canto direito superior da página, temos um ícone representativo de uma lupa acompanhado da palavra busca¹³⁶, um ícone representativo de um sino (usado nas redes sociais e outros aplicativos para representar alertas de mensagens ou conteúdos novos) e, finalmente, um ícone com outras formas arredondadas indicativas de uma pessoa, que ao ser tocado com o cursor permite a visualização da palavra: “entrar”, seguida de uma tarja vermelha com a expressão: “Seja assinante”, além dos símbolos usuais para a “ajuda” e “sobre”, que permitem acesso rápido às informações adicionais sobre o serviço.

Figura 17 - Moldura “Entre” observação comparada Jul. 2019 e Jan. 2021

¹³⁵ Na tela que estava visível em 2019, onde hoje aparece a expressão ‘agora na TV’, aparecia ‘agora na Globo’. trata-se de mais um indício imagético da tentativa de dar autonomia ao serviço de *streaming*.

¹³⁶ Ao clicarmos acima da palavra busca, percebemos uma tarja com a pergunta: o que você quer assistir? Porém, no centro da página a plataforma já oferece sugestões de títulos mais vistos: big brother brasil; fantástico; malhação 2014. Essas mesmas sugestões foram visíveis durante pelo menos 15 dias de observação (entre 18 janeiro de 2021 e 03 de fevereiro de 2021), o que nos leva a crer que alguma intervenção da própria empresa é feita nos algoritmos de recomendação para induzir as escolhas do usuário. No dia 03 de fevereiro de 2021, clicamos na sugestão malhação 2014 e encontramos 1045 vídeos, acompanhados de 18 títulos entre os quais: Malhação 2014, Malhação 2011, Malhação 2013, Malhação 2010, Malhação Sonhos, Lolla Palozza Brasil, Brasileiros 2019 e Brasileira 2018, além do filme “2012”.



Fonte: Capturas do Globoplay, composição do autor

Percebe-se no compósito de imagens acima que o layout da página inicial do Globoplay é constantemente alterado, mas entre os anos de 2019 e 2021 a logomarca do serviço diminuiu significativamente de tamanho. Conforme antecipado no item 5.3.3, a emissora afirma que estas mudanças no grafismo da logomarca objetivaram demonstrar que a Rede Globo de Televisão e o Grupo Globo estão mais próximos de seu público¹³⁷.

Também houve alterações na disposição dos cartazes das produções que são ilustradas nas páginas analisadas abaixo. Estes cartazes estão dispostos em perfeito alinhamento com as bordas da tela e aparecem esmaecidos e escurecidos quando se aproximam do canto esquerdo onde está a expressão “Tudo junto no Globoplay” acompanhada de informações sobre o valor da assinatura mais básica e de uma tarja vermelha com a expressão “escolha seu plano”¹³⁸.

Os cartazes identificam produções originais do serviço de *streaming*, produções televisivas internacionais e nacionais, filmes, séries e documentários, permitindo não só a formação de um sentido de diversidade, como também do padrão de qualidade estética que a rede Globo enuncia como uma de suas características mais atraentes.

As imagens estão devidamente enquadradas em relação à moldura da página.

Atraindo o olhar para si mesmos e negando a visualização de suas bordas, os cartazes (em miniatura) sugerem a ausência de limites para a expectativa. Vale destacar que as bordas

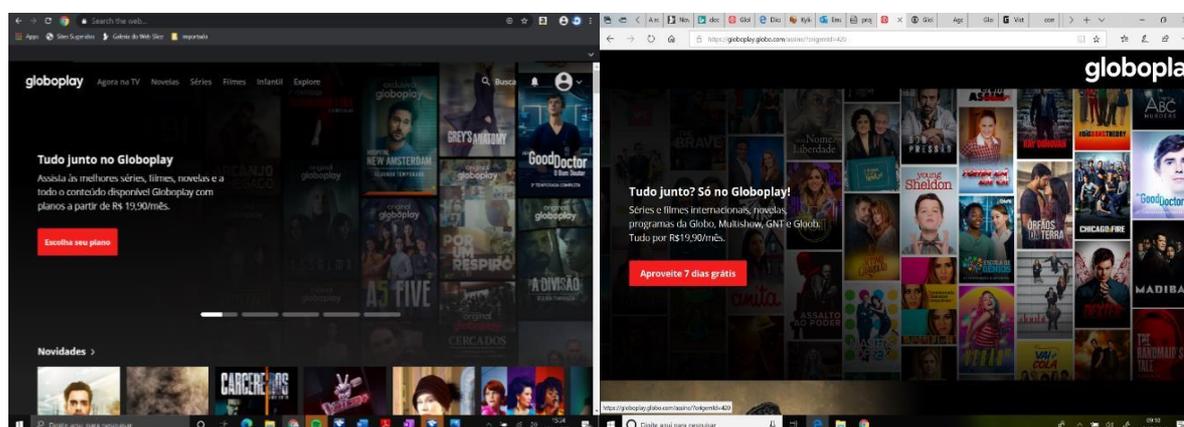
¹³⁷ Essa informação foi sintetizada num vídeo informativo disponibilizado no canal Globo, no YouTube, aos 05 de janeiro de 2021 (já referido no item 5.4.3 deste relatório), cujo bloco de informações continha a seguinte explicação: “Somos uma só Globo, mas feita de milhões de Globos. O novo visual faz parte de uma nova Globo que surge da união da TV aberta, TV por assinatura, *streaming* e plataformas digitais. Neste vídeo, na voz de Taís Araújo, você conhece a marca e o visual que agora estará presente em nossa rotina”. A mesma estratégia foi adotada em 2014, porém, com uma matéria inteira divulgada no “Fantástico”, com a apresentação de Tadeu Schimit, na qual a linha do tempo da história recente do Brasil é conjugada com a linha do tempo das alterações da logomarca. (MEMÓRIAS DA TV/YOUTUBE, 2020). A emissora e o Grupo Globo insistem em vincular sua trajetória à história do Brasil, tentando dar a ver uma pretensa evolução linear rumo a futuros sempre mais perfeitos, mais conectados com o público, mais receptivos à diversidade.

¹³⁸ No momento em que este relatório de pesquisa está sendo fechado, os planos do Globoplay oferecem desde o consumo de filmes, séries, novelas, podcasts, jornalismo e documentários produzidos pela Globo e por ela licenciados, até a possibilidade de acesso aos canais Globosat e Premiere “ao vivo” e acesso ao serviço da Disney+, com quem a Globo estabeleceu parceria no final de 2020.

dos cartazes deixaram de ser brancas e passaram a ser pretas (dando a impressão de infinito), mas ainda assim, permitem uma perfeita identificação das produções, sendo certo que aquelas que fazem maior sucesso estão em destaque. (“*The Good Doctor*” e “*A Divisão*”, por exemplo, estão bastante visíveis).

A ideia de completude apresentada na pergunta: “Tudo junto? Seguida da resposta: “Só no Globoplay!”, que hoje foi substituída pela afirmação: “Tudo Junto no Globoplay”, entrará em choque com limites não tão óbvios que estão presentes não só na própria interface do serviço, como também em relação ao seu conteúdo, já que nem todas as produções da emissora de televisão foram “migradas” para o *streaming* e, mesmo as que o foram, apresentam em seu novo formato diferenças importantes em relação à expectativa televisiva.

Figura 18 - Transformações na página inicial do Globoplay Jul.2019 ← → Jan.2021



Fonte: Capturas do Globoplay, composição do autor

À medida que o tempo passa, o usuário que permanece na página vai sendo apresentado a cinco imagens de produtos em destaque no serviço de *streaming*, acompanhadas de uma pequena sinopse de seu conteúdo. Aqui percebemos uma constante tentativa de gestão das dimensões do tempo e do espaço, de uma feita que as referidas imagens permanecem numa espécie de *looping* infinito, atualizando-se de seis em seis segundos, quase que pedindo para que se aproveite a oportunidade de vê-las.

As molduras com as imagens das produções se apresentam como o espaço no qual a emissora (hoje o Grupo Globo) abre ao usuário a possibilidade de ingresso em seu mundo, sempre tensionando a sensação de aproveitamento do tempo e de permanência em constante contato com estas imagens, com a sensação de que elas podem desaparecer a qualquer momento, já que, pelo menos parte delas, podem ter seus contratos de licenciamento finalizados pelo decurso do tempo.

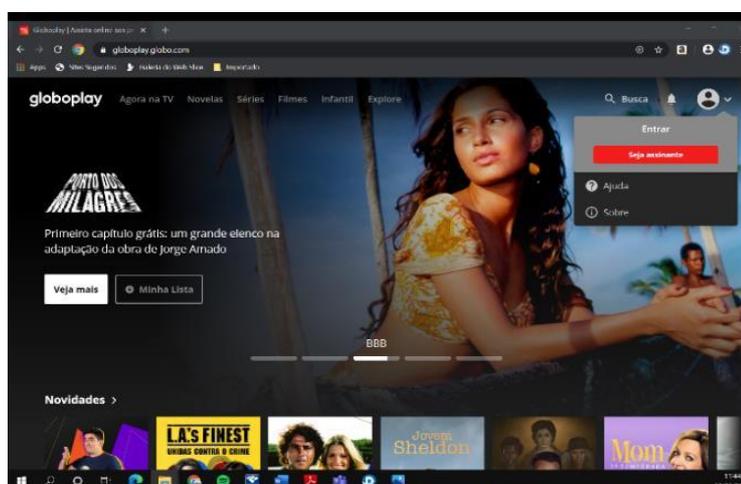
Não se pode esquecer que as questões sobre licenciamento de produções, direitos autorais e origem dos produtos audiovisuais, como visto em tópicos anteriores deste trabalho,

são sempre relevantes temas regulatórios que atravessam o audiovisual e podem levar a esta urgência de expectativa, na medida que uma determinada produção não permanece perpetuamente no acervo de um determinado serviço¹³⁹. Ademais, esses temas põem em xeque a ideia de acervo ilimitado acionada pelos órgãos reguladores como característica do *streaming*, nos levando a crer que se trata de mais um virtual que se atualiza de maneiras variadas a depender de fatores econômicos, técnicos e políticos que cercam cada plataforma.

Outra dimensão temporal visível na interface da página inicial do Globoplay está relacionada com o fato de que as produções que são recicladas da emissora de TV assumem maior longevidade na plataforma, o que poderia colocá-la em vantagem competitiva com outros serviços de origem estrangeira, caso fosse aprovada a norma que determina a manutenção de certo percentual de produções nacionais no acervo.

Durante o período de investigação, várias produções foram colocadas em destaque nas inserções da página inicial. O “Big Brother Brasil”, produto de grande visibilidade da empresa e carro chefe na conquista de novas assinaturas, sempre esteve presente, seguido dos lançamentos do mês de janeiro e fevereiro de 2021.

Figura 19 - Moldura tempo x espaço



Fonte: captura do Globoplay

¹³⁹ Havia uma lista disponibilizada pela plataforma que contava com 50 produções no dia 03 de fevereiro de 2021. Ela era moldurada como “Últimos dias para assistir”. Nesta lista apenas um título era de produção nacional, o filme “Doidas e Santas” (2016) realizado pela Melodrama Produções e dirigido por Paulo Thiago. A estabilidade do acervo nacional oriundo da TV aberta e das produções originais do Globoplay pareceu-nos evidente, fato que não impediu que filmes como “O tempo e o vento” (2013) também constassem do catálogo de outros serviços de *streaming*. Uma questão que se adere às preocupações regulatórias está diretamente relacionada ao fato de produções mais antigas serem levadas em conta para o cálculo do percentual de produtos nacionais e nacionais independentes a ser cumprido pelos serviços de *streaming*, já que alguns *players* do segmento sugerem que “para efeito do cumprimento de cotas de conteúdo nacional, deve haver um escalonamento de conteúdos com certificados de produto brasileiro (CPB) emitidos nos últimos cinco anos e uma cota menor para conteúdos mais antigos”. A ANCINE na consolidação de suas propostas para a regulação do audiovisual sob demanda considera ainda não ser possível firmar posição sobre a pertinência de se criar sub cotas de acervo pautadas no tempo de licenciamento ou na data de lançamento do produto nele inserido. (ANCINE, 2017)

Na figura acima, observam-se os sentidos de fluxo das transições (seis em seis segundos) das imagens que significam as produções em destaque no serviço.

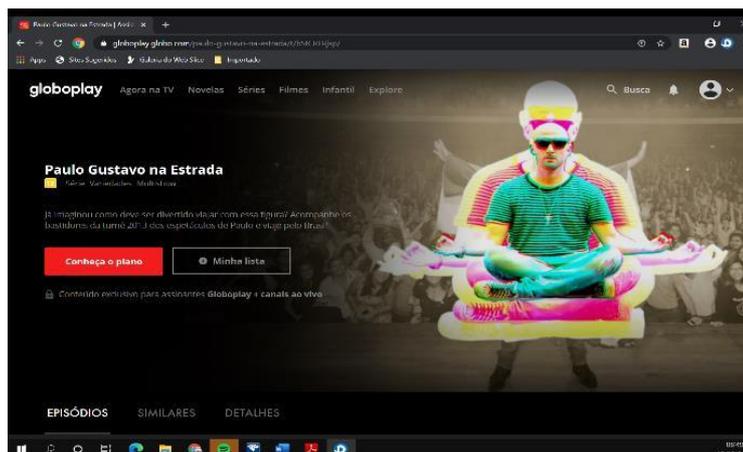
Como se sabe, o fluxo de dados é uma das dimensões constitutivas das relações mediadas pela *web* desde que foi concebida como rede de interações entre acadêmicos. Este sentido soma-se ao fato de que a existência de acervo variado e amplo é atrativo que promove maior interesse do usuário. Trata-se de tendência cultural instalada pelas possibilidades de aprimoramento das tecnologias pautadas em protocolos computacionais que está diretamente ligada com a aproximação entre empresas de telecomunicações e produtores audiovisuais (a demanda por maior velocidade de fluxo de dados é alimentada pela necessidade de experimentar mais e melhor estes produtos culturais).

A emergência dos serviços de *streaming* vem permitindo a instalação de um hábito de consumo audiovisual conhecido como *binge watching*, o qual é incentivado pelas plataformas em suas diversas interações com o consumidor (redes sociais, *e-mails*, listas, lógicas de exibição em sequência dentro do aplicativo). A fidelidade da audiência e a adaptação da agenda do espectador à grade de programação, antes exigida pelas limitações tecnológicas e normativas dos sistemas de *broadcasting*, são hoje revertidas em estratégias de engajamento, ou seja, de constantes provocações para interações mais duradouras, que obviamente serão utilizadas como moeda de troca para a conquista de interessados em adquirir os espaços publicitários também existentes nos intervalos de exibição dos vídeos¹⁴⁰.

No interior da plataforma, a ideia de fluxo é emoldurada em listas específicas para quem deseja experimentar esse regime de expectativa. “Séries curtas para *maratonar*”, “Séries completas para *maratonar*” e “mais vistos” são exemplos de listas onde há sugestões de vídeos nos quais, após a primeira expectativa, a plataforma inicia automaticamente a exibição de uma sequência, sem interrupção por peças publicitárias a cada nova exibição. Este formato, ao nosso ver, recicla práticas televisivas bastante estruturadas, nos lembrando da grade de programação vertical que está em constante fluxo, sendo mais um achado no qual se reconhece a resiliência do *broadcast*.

Figura 20 - Página inicial: “*thumbnail*”

¹⁴⁰ Diferentemente da Netflix, uma de suas concorrentes, o Globoplay mantém, desde o início de sua operação, vídeos publicitários “*pre-roll*”, mesmo para os assinantes dos planos mais completos e mais caros.



Fonte: captura do Globoplay

É interessante notar que, mesmo sem clicar na tarja vermelha onde se encontra a palavra “entre” antes referida, o usuário/assinante já tem a possibilidade de passear pelas *thumbnails*¹⁴¹ representativas das produções que estarão disponíveis se optar por permanecer na plataforma. Essas “*thumbnails*” são ativas, ou seja, conduzem ao link que elas emolduram. Porém, não estando “logado”¹⁴², ao clicar nestes espaços o usuário será redirecionado para uma tela que informa se o conteúdo é exclusivo para assinantes ou se pode ser acessado gratuitamente. Ainda assim somente depois de prévia inscrição e informação de usuário e senha é que será possível exercer a experimentação do produto, seja ele gratuito ou oneroso.

Ao clicar na tarja vermelha com a palavra “assine”, a plataforma te convida a iniciar a expectativa do produto naquele exato momento e, ainda, oferece o conteúdo do BBB + “as melhores séries” e “todo o conteúdo Globoplay” com planos a partir de R\$ 19,90 por mês. Logo abaixo deste trecho escrito estará mais uma tarja vermelha com as palavras “escolha seu plano”. Na mesma tela, a interface do serviço ainda lida com a metáfora das “múltiplas telas” ao introduzir *frames* das produções originais exibidos em aparatos como telefone celular, *tablet*, monitor e *LapTop*.

Nesse último conjunto de imagens, mais uma vez, o usuário é atraído para funcionalidades que são enunciadas como típicas do audiovisual distribuído por *streaming*, sendo convocado a baixar o aplicativo, a assistir *offline* aos “melhores conteúdos feitos para assinantes Globoplay” e a “maratonar” quando e onde quiser.

Quando a tarja indicada para a escolha de planos é tocada pelo cursor além do valor de R\$19,90 (plano anual), são disponibilizadas nove espécies de contratos com valores mensais

¹⁴¹ “*Thumbnail*” é uma versão representativa em miniatura de imagens usadas na internet para facilitar as buscas. O nome em inglês significa “unha do polegar” e lida com a metáfora de uma redução que sintetiza algo maior que somente pode ser acessado, se exercidas certas condições. Assim como várias outras metáforas visuais utilizadas nas GUI “*graphic user interface*”, a *thumbnail* é fruto das relações entre a dimensão laboral e lúdica que se entrecruzam nos computadores domésticos.

¹⁴² Expressão que é utilizada para indicar a condição de quem está cadastrado e identificado pelos aplicativos e plataformas interativas na *web*.

entre R\$22,90 (Globoplay) e R\$49,90 (Globoplay + canais ao vivo). O plano mais caro dá acesso a todo o conteúdo da plataforma, da TV Globo “ao vivo”¹⁴³ e dos canais do sistema Globosat, cinco acessos simultâneos com a possibilidade de adicionar até quatro familiares da mesma casa (nos planos mais básicos apenas dois familiares podem ser adicionados), além da possibilidade de *download* das produções para expectação *offline*. As dinâmicas de financiamento do serviço de *streaming* brasileiro, de certa forma também apropriadas da TV, permitem que o usuário vincule à sua conta várias pessoas, as quais também estarão sujeitas às inserções comerciais que aparecem entre os vídeos, tendo seu tempo de audiência colocado como coisa passível de apropriação na relação entre a empresa e os anunciantes.

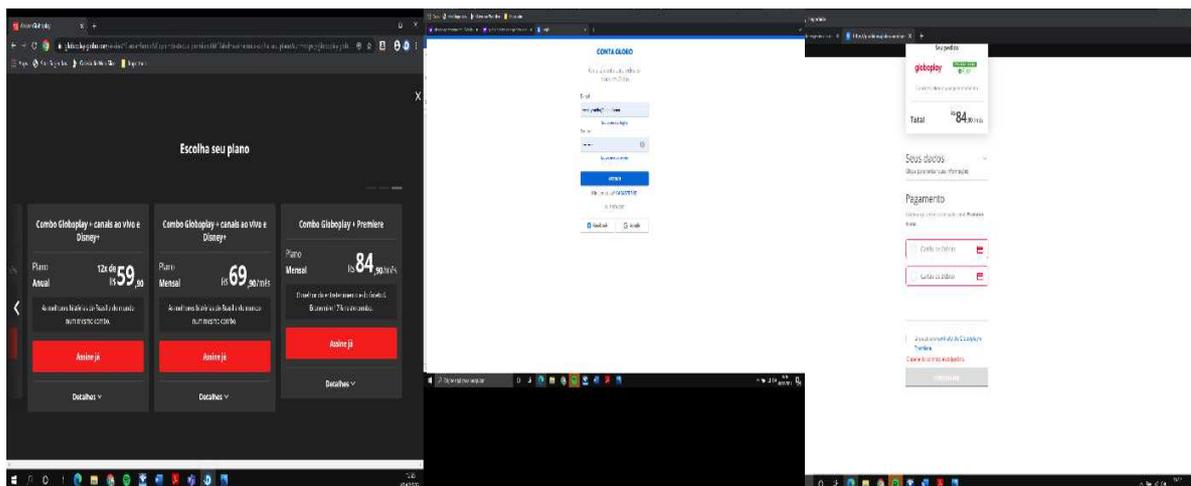
Se aceitar o convite para assinatura, o usuário será redirecionado para uma página sem informações visuais indicativas da plataforma, onde será solicitada a criação uma conta única para todos os produtos Globo. Neste local podem ser utilizados dados cadastrados no Facebook, Google e Apple.

Interessante notar que nesse espaço contratual a dinâmica de sedução imagética mais atrelada à ideia de que a interface é janela para os diversos mundos da Globo é abandonada em prol de um visual limpo com fundo branco, letras em preto e azul, mantendo o grafismo característico do Grupo empresarial. Não só o caráter negocial fica evidente, mas também as relações de partilha de acervo comuns ao *e-commerce*, já que, como antecipado acima, o cadastramento pode se dar com o aproveitamento dos dados disponíveis sobre o usuário na mais famosa plataforma de busca da internet “Google”, na rede social “Facebook”, e na empresa “Apple”, todas depositárias de informações muito amplas sobre os perfis de consumo de milhões de usuários da internet¹⁴⁴.

Figura 21 - Molduras *e-commerce*

¹⁴³ No dia 05 Jan.2021, o sinal da Globo gratuito estava disponível das regiões metropolitanas de SP, RJ, MG, PE, Cariri, no DF, no AM, nas cidades de Belém (PA), Campinas, Sorocaba, Itapetinga, São Luís, Bauru, São José do Rio Preto, Santos (SP), Florianópolis (SC), Salvador (BA), Curitiba (PR), Vitória (ES), Fortaleza (CE), Porto Alegre (RS) e Natal (RN) e nos estados do AC, RR, RO, AP, GO. A TV Futura estava disponível gratuitamente em todo território brasileiro.

¹⁴⁴ Investigar as consequências da Lei Geral de Proteção de Dados – Lei 13.853, de 08 de julho de 2019, para as relações entre os serviços de *streaming* e seus assinantes/usuários é uma linha de fuga desta pesquisa que demandaria significativo aprofundamento. Assim, deixaremos para fazê-lo em novas pesquisas, que podem exigir estratégias metodológicas diferentes.



Fonte: capturas do Globoplay, composição feita pelo autor

Gradativamente vão sendo reveladas camadas que diferem os serviços de *streaming* das outras plataformas que lidam com a circulação de produtos culturais. Aqui a “gratuidade” tem um preço, já que o acesso só é franqueado após o cadastramento, a escolha do plano e, por fim, a apresentação de dados de um cartão de crédito válido, diferentemente do que ocorre no “Youtube” e no serviço da ViacomCBS (proprietária da Paramount) que entrou em funcionamento no Brasil em 2021 chamado “Pluto TV”¹⁴⁵.

O imaginário de liberdade, multiplicidade, conexão, proximidade e totalidade de acesso aos produtos do Grupo Globo é tensionado pela necessidade de pagamento e pela existência de diversos perfis de usuários que começam a ser mensurados e, por que não dizer regulados, a partir da capacidade financeira do interessado. A interface passa a ser espelho, revelando o usuário para si e para empresa.

É possível dizer, portanto, que o primeiro sentido que o Globoplay captura de seus usuários é o sentido financeiro, o qual poderá se desdobrar na medida em que, possuindo ele um cartão de crédito válido, após os sete dias de “experimentação”, não seja desfeito o vínculo consumerista. Em outras palavras, aqueles que não possuem meios para compra não são vistos pela plataforma. Mas, se de alguma maneira conseguirem essa visibilidade, nos sete dias de experiência, os potenciais assinantes serão submetidos a peças publicitárias que não estão presentes em outras plataformas. Essa dinâmica de visibilidade e invisibilidade do usuário e da ambiência que cerca suas relações com a empresa nos fazem lembrar a advertência de Bolter e Gromala:

“Há momentos, porém, em que o usuário deve olhar para a interface, e não através dela, para fazê-la funcionar: ativar ícones ou escolher itens de menu, por exemplo.

¹⁴⁵ Todos os serviços da “Pluto TV” são gratuitos e não demandam cadastro ou *login* dos usuários.

Nesses momentos, a interface não é mais uma janela, mas um espelho, refletindo o usuário e sua relação com o computador.” (BOLTER; GROMALA, 2004)¹⁴⁶

5.3.7 Os caminhos no interior da interface do usuário: categorias, controle e convergência normativa por assimilação

Depois de passar por esse verdadeiro processo de admissão, para o qual os despossuídos não são bem-vindos, o usuário é novamente emoldurado pelo Globoplay.

Agora ele passa a “ser” um signo consistente na primeira letra de seu nome inserida num círculo colorido¹⁴⁷, que, se tocado, permite a visualização do seu nome e sobrenome, endereço eletrônico, o tipo de produto do Grupo Globo que foi contratado (no caso o Globoplay), além de links para “minha lista”, “minha conta”, “configurações”, “ajuda”, “sobre”, “sair”, todos acompanhados de imagens que perfazem metáforas visuais bastante corriqueiras no universo da *web*.

Figura 22 - O Assinante emoldurado



Fonte: Captura do Globoplay, intervenção do autor em amarelo

Na interface acima é possível perceber os sentidos dados à própria rede mundial de computadores através dos ícones correspondentes a uma pequena lupa e um sininho, os quais nos remetem às ideias de arquivo universal, partilha de informações, conhecimento em rede e formação de memória, sendo o computador a ferramenta capaz de sempre nos deixar atentos a estas constantes novidades.

¹⁴⁶Texto original: “There times, however, when the user should be looking at the interface, not through it, in order to make it function: to activate icons or to choose menu items, for example. At such moments, the interface is no longer a window, but a mirror, reflecting the user and her relationship to the computer.”

¹⁴⁷ As formas arredondadas são apropriadas pelo Grupo Globo desde 1966, quando sua logomarca deixou de ser uma espécie de cata-vento fruto de uma composição de números quatro (número do canal da emissora no Rio de Janeiro) e incorporou a imagem que dá nome ao grupo empresarial até os dias hoje.

Movimentando a tela como um rolo de um filme e não como a página de um livro, abre-se em destaque as miniaturas das câmeras que invadem a casa do BBB, o *reality show* “Big Brother Brasil”, seguidas de uma lista de vídeos que colocam em evidência este mesmo programa, estando também em destaque a programação “ao vivo” Rede Globo de Televisão.

Levando em conta as produções que são destacadas nesta moldura, fica claro que, mesmo tentando ser algo mais amplo, o Globoplay ainda pode ser visto como plataforma que recicla a grade de programação da Globo.

Conforme nos lembra Kéliana Braghini (2018), dentro dos serviços de *streaming* os acervos são organizados de diversas formas. Esta organização se dá através de linhas divisoras da montagem espacial na interface que reúnem títulos segundo um determinado critério que pode variar ao longo da vida do serviço.

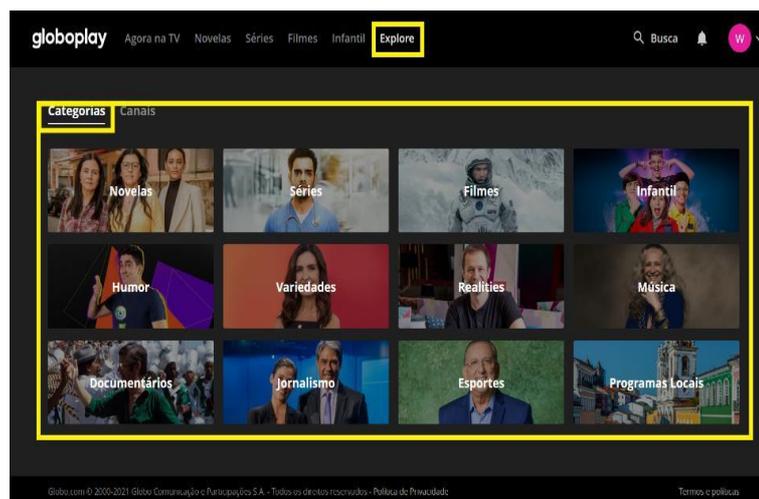
Vários critérios podem ser tomados como referentes, tais como o gênero televisivo, a temática, a temporalidade, a origem etc. Em geral, este conjunto de produções que guardam alguma afinidade entre si é moldurado nas plataformas num território de significação enunciado como “categorias”.

O Globoplay explora esta estratégia de emolduramento em vários espaços dentro de sua interface.

No alto da página do assinante encontramos referências a “novelas”, “séries”, “filmes”, “infantil”, “explore”, os quais são links ativos que, uma vez acessados, dão a ver cartazes em miniaturas com os nomes das produções e imagens de seus personagens principais. Cada um dos cartazes, por sua vez, leva a uma página onde a imagem do personagem principal da obra se abre junto com uma pequena resenha do conteúdo e com tarjas contendo expressões “assista” (em branco) e “minha lista” (em preto).

Mas é na moldura intitulada “explore” que a ideia de categorização se mostra mais evidente. Conforme podemos ver na figura abaixo, este espaço na interface exerce uma curadoria de acervo pautada em alguns gêneros televisivos já reconhecidos.

Figura 23 - Moldura “explore”



Fonte: Captura do Globoplay, intervenção do autor em amarelo

Apropriando-nos da metodologia das molduras explicitada acima, podemos dizer que tais “categorias” são *eticidades* que dão a ver sentidos de organização, ou seja, construtos da plataforma que orientam a experimentação do usuário. Podemos compará-la à grade televisiva, com a qual as emissoras organizam o fluxo de exibições de seus programas segundo lógicas próprias atravessadas pelo programa normativo, que também organiza certos quadros de sentido.

Se na ambiência televisiva a organização não é visível espacialmente, mas sensível temporalmente, de uma feita que o tempo do espectador deve se ajustar ao tempo da TV, nas plataformas de *streaming*, tal organização conta com a dimensão espacial para dar a ver sentidos identitários. Essa percepção parece útil para refletirmos se a melhor maneira de garantir incentivo para as produções nacionais nos serviços de *streaming* é a definição de cotas por número de horas do catálogo (PL 8889 de 2017), por percentual de produtos inseridos no acervo (PL 57 de 2018) e/ou por destaque visual na interface.

Indo mais a fundo no interior da moldura “categorias”, percebemos que as produções que estão inseridas neste território não são indenes à intervenção dos marcos normativos já consolidados no contexto da distribuição de produtos audiovisuais, apesar de não haver previsão legal expressa para sua aplicação aos serviços de *streaming*. Logo, o direito regulatório pode ser considerado também uma moldura em si.

Tal circunstância pode ser verificada na presença de uma moldura de classificação indicativa em todas as produções categorizadas pela plataforma¹⁴⁸.

¹⁴⁸ Art. 74. O poder público, através do órgão competente, regulará as diversões e espetáculos públicos, informando sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada. Parágrafo único. Os responsáveis pelas diversões e espetáculos públicos deverão afixar, em lugar visível e de fácil acesso, à entrada do local de exibição, informação destacada sobre a natureza do espetáculo e a faixa etária especificada no certificado de classificação.

Figura 24 - Moldura “classificação indicativa”



Fonte: Captura do Globoplay, recorte e intervenção feitos pelo autor

Apesar de a liberdade de expressão e manifestação de pensamento ser direito fundamental previsto na Carta Constitucional brasileira, a mesma Constituição, no seu art. 220, permite que, por lei federal, sejam reguladas as diversões e espetáculos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, além dos locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada. O mesmo artigo prevê o estabelecimento de meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem os princípios regentes da produção e programação das emissoras entre eles o respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Algumas normas infraconstitucionais, como por exemplo a Lei 8.069 de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente), no seu art. 74, vinculam a exibição de certos programas à faixa de horário estabelecida pelo Poder Executivo. De igual forma, estes mesmos documentos normativos estabelecem limites ao comércio e aluguel de “fitas de vídeo”, impondo cuidados para que o conteúdo dito inapropriado não esteja disponível aos infantes.

Fica evidente que o tempo do Direito se distancia do tempo da tecnologia, obrigando solução de meio termo, como, por exemplo, a aplicação da analogia, quando as imagens são migradas para as plataformas eletrônicas. Parece-nos que para além da remediação de imagens e da convergência tecnológica e de conteúdo, há verdadeira convergência normativa por assimilação. Veja-se que não há regra incidente sobre os serviços de *streaming* especificamente

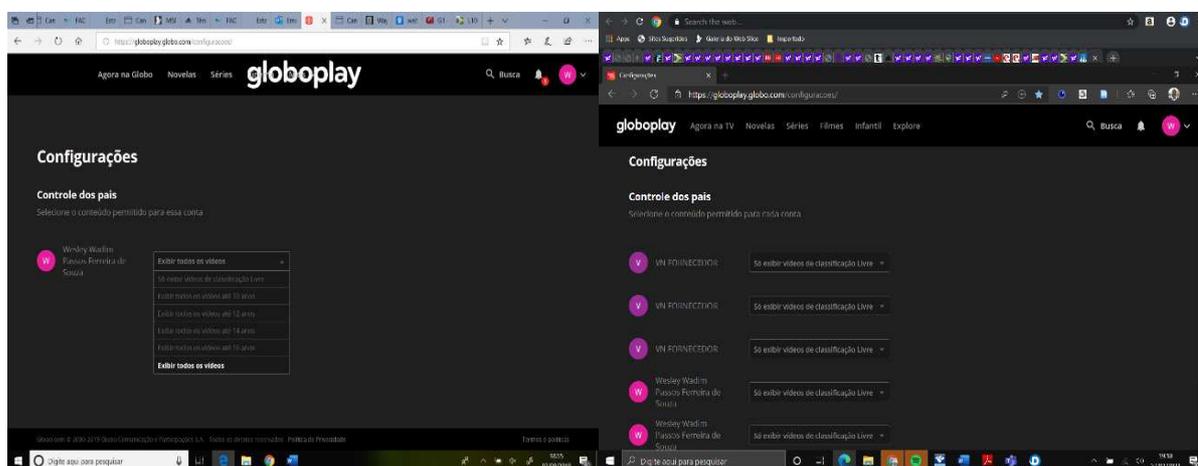
Art. 76. As emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infante juvenil, programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas. Parágrafo único. Nenhum espetáculo será apresentado ou anunciado sem aviso de sua classificação, antes de sua transmissão, apresentação ou exibição.

sobre este tema. Mesmo assim, tais serviços assimilam as normas vigentes em outros regimes de distribuição audiovisual, a fim de exercer sua atividade sem a intervenção forçada do poder público.

É possível observar na moldura analisada estratégias de adaptação a este marco normativo que incide de forma específica sobre a radiodifusão, mas que não é ainda direcionado ao *streaming*.¹⁴⁹

A moldura classificação indicativa dá a ver essa modalidade de convergência normativa do audiovisual, o que se completa na moldura “infantil” e na moldura “controle dos pais”, conforme se vê abaixo.

Figura 25 - Moldura “controle dos pais”



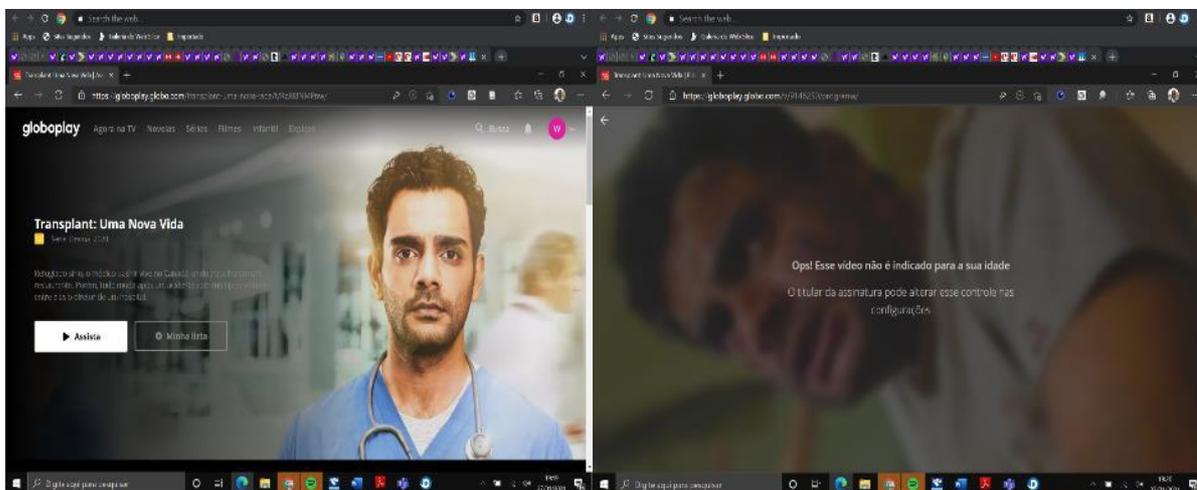
Fonte: captura do Globoplay 2019-2021, composição feita pelo autor

Assimilando outras práticas do setor cultural, a plataforma de *streaming* possibilita uma regulação do regime de expectativa pelo usuário em relação aos membros de sua família previamente cadastrados. Não só o acervo é disposto numa “categoria” enunciada como

¹⁴⁹ “[...] Permanece o dever das emissoras de rádio e de televisão de exibir ao público o aviso de classificação etária, antes e no decorrer da veiculação do conteúdo, regra essa prevista no parágrafo único do art. 76 do ECA, sendo seu descumprimento tipificado como infração administrativa pelo art. 254, ora questionado (não sendo essa parte objeto de impugnação). Essa, sim, é uma importante área de atuação do Estado. É importante que se faça, portanto, um apelo aos órgãos competentes para que reforcem a necessidade de exibição destacada da informação sobre a faixa etária especificada, no início e durante a exibição da programação, e em intervalos de tempo não muito distantes (a cada quinze minutos, por exemplo), inclusive, quanto às chamadas da programação, de forma que as crianças e os adolescentes não sejam estimulados a assistir programas inadequados para sua faixa etária. Deve o Estado, ainda, conferir maior publicidade a aos avisos de classificação, bem como desenvolver programas educativos acerca do sistema de classificação indicativa, divulgando, para toda a sociedade, a importância de se fazer uma escolha refletida acerca da programação ofertada ao público infante-juvenil. 4. Sempre será possível a responsabilização judicial das emissoras de radiodifusão por abusos ou eventuais danos à integridade das crianças e dos adolescentes, levando-se em conta, inclusive, a recomendação do Ministério da Justiça quanto aos horários em que a referida programação se mostre inadequada. Afinal, a Constituição Federal também atribuiu à lei federal a competência para “estabelecer meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221” (art. 220, § 3º, II, CF/88). 5. Ação direta julgada procedente, com a declaração de inconstitucionalidade da expressão “em horário diverso do autorizado” contida no art. 254 da Lei nº 8.069/90.” (BRASIL, 2016)

“infantil”, como se pode tornar inacessíveis certas produções, ainda que as respectivas miniaturas continuem sendo visíveis.

Figura 26 - “Ops! Esse vídeo não é indicado para sua idade.”



Fonte: captura do Globoplay, composição feita pelo autor.

As lógicas da rede mundial de computadores permitem a inclusão de um eixo espacial na organização da fruição de produtos audiovisuais potente para a atualização da tensão normativa antes mencionada. Além disso, a própria proposta de liberdade temporal e espacial, que é uma construção identitária dos serviços de *streaming*, expõe uma tensão com o regime de visibilidade televisiva e os marcos normativos que o disciplinam.

Isso se dá porque o audiovisual que se utiliza do fluxo de dados como infraestrutura de distribuição não demanda partilha de tempos domésticos e sociais. Estes serviços se enunciam como algo que permite fruição em qualquer condição de tempo e local, longe, inclusive, da “fiscalização” familiar. A criação de todo um conjunto de quadros que permitem ao “dono” da conta o controle sobre seus familiares, ao mesmo tempo que reflete a auto-organização do serviço, oferece ao seu assinante mais um elemento de interesse, significando vantagem competitiva em relação a outros regimes.

As molduras destacadas, por não exigirem a aposição de senhas pessoais ou outras formas de identificação antes de cada expectativa (como ocorre em alguns outros serviços), parecem dizer: _venha para o Globoplay, nós te ajudamos a controlar seus filhos com o menor desgaste possível!

É preciso repetir que, apesar de possuir uma moldura específica para o público infantil, o Globoplay não investiu em produções originais para este nicho¹⁵⁰.

¹⁵⁰ A série infantil “Mya Go” (2018) é apresentada na interface como sendo uma produção original Globoplay, mas é definida como uma coprodução entre Piranha Bar e Motion Pictures Entertainment no IMDb. Os créditos da série disponíveis ao final dos episódios identificam como produtores: Piranha Bar, RTVE, Motion Pictures,

O público infantil ainda não foi contemplado pela plataforma em suas produções de primeira e única tela, talvez porque suas formas de financiamento estejam atreladas à publicidade explícita interna, a qual é endereçada a pessoas como poder aquisitivo, independência financeira e autonomia jurídica.

Há também que se considerar que o pouco prestígio de produções destinadas ao público infantil na TV aberta, em geral, está relacionado diretamente com estas lógicas econômico-financeiras afetadas por normas que limitam a publicidade direcionada para crianças e adolescentes.

Pode-se citar como exemplo a Resolução 163, de 13 de março de 2014, editada pelo Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA), que no seu art. 2º, define como abusiva, em razão da política nacional de atendimento da criança e do adolescente, a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança, com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço e utilizando-se, dentre outros, dos seguintes aspectos: I - linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores; II - trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de criança; III - representação de criança; IV - pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil; V - personagens ou apresentadores infantis; VI - desenho animado ou de animação; VII - bonecos ou similares; VIII - promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelos ao público infantil; e IX - promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil. Ressalte-se que disposto neste artigo se aplica à publicidade e à comunicação mercadológica realizada, dentre outros meios e lugares, em eventos, espaços públicos, páginas de internet, canais televisivos, em qualquer horário, por meio de qualquer suporte ou mídia, seja de produtos ou serviços relacionados à infância ou relacionados ao público adolescente e adultos.

A insegurança jurídica que se estabelece pela simples possibilidade de enquadramento de determinadas práticas nestas proibições é fator inibidor para os investimentos em produções que atendam tal público.

Vale mencionar que, em que pese a ausência de produções verdadeiramente “originais”, o catálogo do Globoplay recebeu, no ano de 2020, um significativo aporte de produções com classificação indicativa livre, eis que a programação dos canais Gloob e TV Globinho passou a ser distribuída no serviço de *streaming*, mediante incremento no valor da assinatura.

5.3.8 Organização de acervo, moldurações algorítmicas e atravessamentos jurídicos

Uma análise sobre a lógicas de organização de acervo dos serviços de *streaming* que esteja atenta aos conceitos de convergência e remediação como a que desejamos fazer não prescinde de um olhar sobre as tendências sedimentadas no estatuto do audiovisual precedente.

Kilpp (2003b) esclarece que os programas televisivos podem ser vistos como o conjunto de imagens mais ou menos organizado numa certa estrutura horizontal e vertical (24x7) de programas. É o que chamamos de programação.

Esta ethicidade televisiva é construída com base numa grade imaginada pela emissora usuária de um canal e atualizada de tempos em tempos, sendo própria deste regime de produção e distribuição de produtos culturais, que se conecta com a busca de desenvolvimento de um certo hábito nos “consumidores”. Não se pode esquecer, que as emissoras não têm seu financiamento na venda dos produtos audiovisuais que estão na sua grade, mas exatamente no aproveitamento do tempo de audiência situado nos intervalos entre estes programas. O negócio televisivo gira em torno da maior quantidade de tempo que o espectador passa na frente da tela, já que é desta atenção que virá a eventual aquisição dos produtos anunciados nos intervalos ou inseridos nas próprias atrações em forma de *product placement*¹⁵¹.

Importa ressaltar que, para Kilpp (2003b), a “programação não é nem um cardápio de programas que aparecem nas grades, nem a mera soma de programas e outras unidades televisivas interpostas no fluxo”, mas o produto de uma macromontagem onde os programas, as personas, os anúncios e outras unidades televisivas são organizadas, dando a ver sentidos identitários da própria emissora. Um exemplo de sentido identitário que se pode extrair da programação da rede Globo de Televisão tem sido enunciado como “padrão Globo de qualidade”, outro se relaciona com a sua responsabilidade social e pode ser encontrado na temática de muitos de seus programas.

Outra característica importante das audiovisualidades televisivas é o fato de que sua distribuição se dá em um fluxo que dificilmente se interrompe. É em razão desse fluxo contínuo de disponibilização de imagens, no qual, não pode intervir o espectador, que se torna necessário moldurar os programas e demais unidades autônomas que são editadas em sequência, sugerindo uma pretensa coesão da grade e, em contrapartida, uma certa distinção entre tais produtos audiovisuais. Essa molduração permite que as unidades molduradas possam ser transportadas dentro da programação da própria emissora ou para outros espaços sem perda de sua identidade.

Na prática o emolduramento se dá com diversas estratégias como criação de uma abertura específica, colocação de créditos ao final, inserção de vinhetas, entre outros. É aí que se cria o sentido identitário do programa dentro da programação.

¹⁵¹ Ação de introduzir uma marca, logo ou produto em uma ou mais cenas, no contexto e, geralmente, em segundo plano ou mesmo sendo parte de um diálogo, manuseio, vestimenta ou qualquer forma que permita a inserção em um filme ou fotografia, sem ser o carro chefe da produção visual.

Partindo da perspectiva de Machado (2000), Kilpp (2003b) pensa os gêneros televisivos como uma forma de enunciar programas que reúnem intencionalidades. Eles são produzidos sob a égide de uma certa economia, objetivando abarcar um certo campo de acontecimentos e a atingir um certo segmento da audiência.

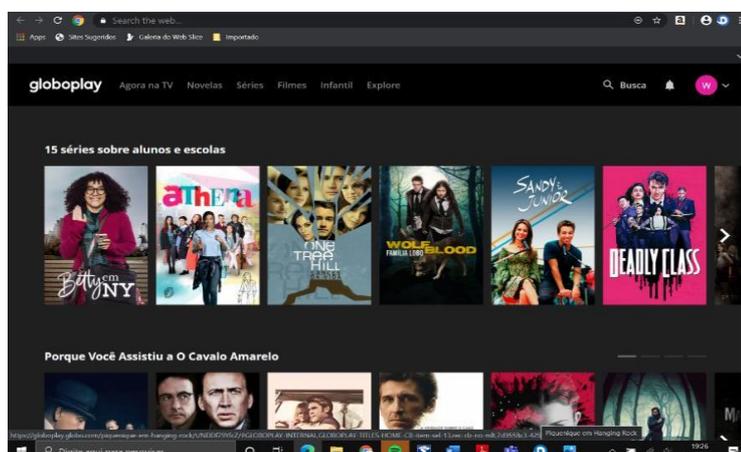
“Cada enunciado corresponderia a uma determinada possibilidade de utilização dos recursos expressivos da televisão, um certo conceito de televisão, que expressaria nos conteúdos verbais, figurativos, narrativos e temáticos e, também, no modo de manejar os elementos dos códigos televisuais. A relativa estabilidade de algumas modalidades na organização destes elementos estaria relacionada à existência de esferas de intenção mais ou menos bem definidas, no interior das quais os enunciados podem ser codificados e decodificados de forma relativamente estável por uma comunidade de produtores e espectadores até certo ponto definida.” (KILPP, 2003b)

Como se pode perceber, a diversidade de critérios e a possibilidade de haver várias formas bastante subjetivas de organizá-los, nos leva à impossibilidade prática de estabelecer um rol exaustivo de gêneros televisivos, mesmo assim, alguns deles estão mais sedimentados na cultura audiovisual e, por isso mesmo, são apropriados na curadoria de acervos dos serviços de *streaming*.

Nada obstante, o *streaming* não se limita aos termos já consolidados na ambiência televisiva ou cinematográfica. Protocolos computacionais ao identificarem certas recorrências no comportamento do espectador, bem como no conteúdo dos produtos assistidos, possibilitam uma enormidade de categorias que são disponibilizadas de forma personalizada nas páginas de cada usuário cada vez que ocorre um novo acesso. (BRAGHINI, 2018)

No caso do Globoplay, por exemplo, após termos assistido a todos os episódios da série “*Transplant: uma nova vida*” (2020), nos foi apresentada uma lista intitulada como “15 séries com personagens médicos”. Interessantemente, na observação realizada dois dias depois essa mesma lista já não mais estava presente, tendo sido substituída pela lista abaixo:

Figura 27 - Moldurações algorítmicas



Fonte: Captura do Globoplay dia 28 de janeiro de 2021

Ficou evidente que o acervo da plataforma é organizado em torno de listas que não correspondem tão somente aos gêneros televisivos clássicos. Elas são estruturadas por combinações que conciliam alguns critérios a nomes atrativos, a exemplo do que ocorre com: o momento de disponibilização – “novidade”; a necessidade de engajamento dos usuários espectadores com os produtos, cuja expectativa já foi iniciada – “continue assistindo”; os protagonistas da produção – “grandes astros”; a origem nacional – “clássicos do cinema brasileiro” ou “filmes nacionais”; pautas sociais encampadas pela empresa – “meninas no comando”; memórias de outras mídias – “Dos livros para as telas”, além de sugestões baseadas nos rastros deixados pelo usuário durante seu passeio pelo aplicativo, como em “mais assistidos” ou “mais vistos pela galera!”.

Entretanto, alguns critérios tradicionais após certa mistura são utilizados pelos algoritmos do Globoplay para a composição de listas, como por exemplo: “Gêneros”, “Grandes franquias”, “séries completas para maratona”, “quem viu Big Brother também viu”, “novo coronavírus – perguntas e respostas”, “16 séries com protagonistas geniais” (disponibilizada após a expectativa da série “O pequeno Sheldon” - 2018), “conversas para refletir e se divertir”, “últimos dias para assistir”, “confusões em casa”, “só conversa boa” e “série brasileira”¹⁵².

Por todo passeio pelo aplicativo, ao rolar a tela de cima para baixo, se vê frequentes sugestões de consumo que enunciam a aproximação da plataforma com o gosto do usuário, sem, contudo, se distanciar das lógicas e estratégias de organização que estão presentes no *broadcast*.

Vale destacar que a estratégia de incentivo à manutenção de contato constante do usuário com o aplicativo, vai um pouco além da noção de *binge-watching*, prática que a essa altura se tornou um traço característico da expectativa em serviços de *streaming*. Ela mais se aproxima das inserções na grade de programação que a emissora costuma fazer para conectar um programa a outro através de temas correlatos, remissões frequentes ou pautas que agenciam a atenção do espectador, como por exemplo, tratar do meio ambiente no “Jornal Nacional” e depois convocar a audiência para “Aruanas” (2019), uma série ficcional que tem como eixo a mesma temática.¹⁵³

A inteligência artificial pautada em algoritmos cada vez mais específicos constitui, portanto, traço característico do Globoplay, nos permitindo concluir que se trata de uma estratégia comum aos serviços de *streaming* que, ao mesmo tempo, restringe a “liberdade”

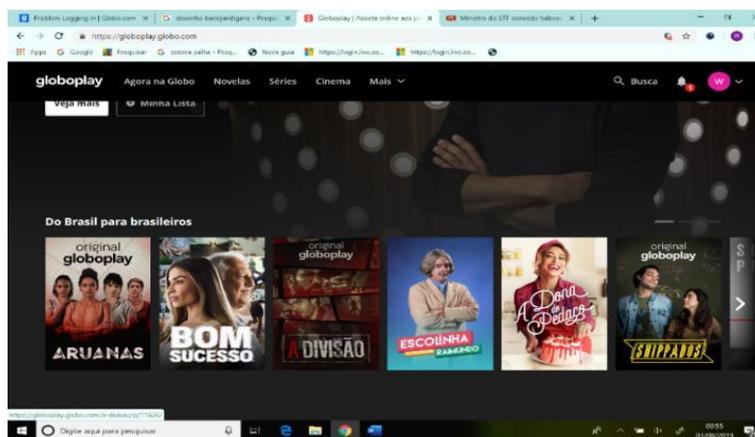
¹⁵² Listas disponíveis na interface do assinante na plataforma *web* do Globoplay na observação de 26 de janeiro de 2021.

¹⁵³ “‘Aruanas’ foi lançada mundialmente no dia 2 de julho, chegando a mais de 150 países, em 11 idiomas. A série esteve disponível em aruanas.tv, pela plataforma Vimeo, onde pode ser comprada por US\$ 9,99. De julho a outubro, 50% das vendas seriam doadas para uma iniciativa de proteção da floresta amazônica.” (GLOBO.COM, 2019)

anunciada como princípio do próprio regime de fruição das imagens e permite diversos usos por seus proprietários, alguns até relacionados com a sugestão de consumo de produtos direcionados para fins não tão evidentes nas narrativas encampadas pelos organizadores da interface dos serviços.

Pensamos que, para além de atender às lógicas de fidelização do consumidor e aos interesses sociopolíticos do grupo de mídia proprietário, esta forma de regulação algorítmica pode ser apropriada pelo quadro normativo para a promoção de valores constitucionais relacionados com a comunicação social e com a cultura, conforme determina a Lei do SeAC,¹⁵⁴ a exemplo do que ocorria na moldura abaixo.

Figura 28 - Moldura “Do Brasil para brasileiros”



Fonte: captura do Globoplay.

Como é possível perceber, a interface do Globoplay catalogava produções originais em meio a produções advindas da TV aberta, incentivando a escolha do usuário através do apelo ao sentido de brasilidade.

A originalidade e exclusividade de determinados produtos faz com que a plataforma represente concorrência para radiodifusores e distribuidores do serviço de acesso audiovisual condicionado, embora a presença de produções oriundas da TV na mesma lista permita uma ampliação da visibilidade dos produtos oriundos destes produtores específicos.

Esta espécie de ambivalência da plataforma (concorrente e aliado ao mesmo tempo) também é uma circunstância relevante para a conformação do marco regulatório deste tipo de

¹⁵⁴ Lei 12.485/2011 - Art. 16. Nos canais de espaço qualificado, no mínimo 3h30 (três horas e trinta minutos) semanais dos conteúdos veiculados no horário nobre deverão ser brasileiros e integrar espaço qualificado, e metade deverá ser produzida por produtora brasileira independente.

Art. 17. Em todos os pacotes ofertados ao assinante, a cada 3 (três) canais de espaço qualificado existentes no pacote, ao menos 1 (um) deverá ser canal brasileiro de espaço qualificado.

serviço, eis que impõe tratamento normativo isonômico, segundo a visão das entidades representativas de profissionais do setor¹⁵⁵.

Aqui entra em cena mais uma faceta ideia de convergência normativa, já que as pretensões dos diversos *players* no meio televisivo, conforme percebemos nas manifestações feitas ao longo do último ano, ora sustentam a necessidade de tratamento regulatório idêntico entre as diversas formas de distribuição de produtos audiovisuais¹⁵⁶, ora desejam a manutenção da ausência de intervenção do Estado no que tange aos serviços de *streaming*, a fim de que o mercado cumpra essa função regulatória.

Destaque-se que, em agosto de 2020 a Globo externou sua decisão de lançar canais lineares Globosat no Globoplay. A decisão já tinha sido tomada há mais tempo e o desenvolvimento do modelo tecnológico para que isso ocorresse já estava pronto, porém, o Grupo Globo aguardou até que a questão regulatória estivesse razoavelmente estabilizada para poder trazer para seu serviço de *streaming* mais esta cartela de produtos.

“Para Marcelo Bechara, diretor de assuntos regulatórios do grupo, está claro que o que está sendo feito pelo Globoplay é serviço de valor adicionado, não sujeito à regulamentação. ‘Esse é um assunto que está sendo discutido na Anatel há dois anos, em um caso que não nos envolve diretamente, mas que poderia ter repercussão. Mas ao longo desse período ficou claro pelos inúmeros pareceres da própria agência e de outras áreas do governo que não há como se classificar a oferta direta ao consumidor pela Internet como TV por assinatura tradicional, e não existe nenhuma disposição legal ou regulatória que nos impeça de fazer’, diz ele.” (POSSEBON, 2021)

Os órgãos reguladores consideram saudável que as várias tecnologias de distribuição de conteúdo audiovisual sejam alvo de regulação similar, respeitando as peculiaridades apresentadas por cada uma delas, sendo este um traço da ideia de convergência normativa que vemos refletida também na interface dos dispositivos do Globoplay.

O fato de haver regras que determinam reserva de espaço para distribuição de conteúdo nacional, regional e independente no âmbito da Lei do SeAC (Lei 12.485/2011) e de haver princípios constitucionais regentes do audiovisual televisivo impor tratamento equivalente aos serviços de *streaming*.

Entretanto, como foi destacado no item 4.3.3, tanto a ANCINE quanto a ANATEL entenderam que a distribuição de audiovisual através do suporte dado pela internet, ainda que em canais lineares, não se enquadra nas leis em vigor, deixando o caminho livre para uma verdadeira guerra dos *streamings*, com profundas alterações na ambiência das imagens dinâmicas.

¹⁵⁵ Em 07 de agosto de 2020, as entidades do audiovisual ABRACI, APACi, API, BRAVI, CONNE, FAMES e SICAV solicitaram à Anatel a suspensão do processo de liberação de canais lineares pela internet. As associações esclareceram que a liberação comprometeria investimentos em modelos de distribuição que vigoram e que a transição requer segurança jurídica, e a adequação de modelos de negócios. (BRAVI, 2020)

¹⁵⁶ Lembremos da ação direta de inconstitucionalidade (ADI) n. 6334, intentada pela BRAVI, já referida no item 4.3.4, deste trabalho.

Evidentemente o cumprimento de eventual determinação de distribuição de conteúdo nacional não seria um problema para o Globoplay, já que se trata de serviço de *streaming* que tem origem exatamente nas estratégias de ampliação da visibilidade dos produtos audiovisuais de um grupo de mídia nacional, sendo uma vantagem competitiva que o Grupo Globo tem em relação a todos os outros concorrentes¹⁵⁷.

Nada obstante, na medida em que a plataforma visa concorrer com dispositivos provenientes de outros países que estão em operação no Brasil, a preocupação não só com a qualidade estética das produções, mas também com seu custo se torna relevante. A aquisição de produtos já elaborados por outras empresas, bem como a venda de produções para outros distribuidores pode, portanto, significar estratégia adequada do ponto de vista financeiro.

Não se pode deixar de destacar que a ausência momentânea de determinações específicas sobre proteção da cultura nacional nos serviços de *streaming* não leva necessariamente à redução das oportunidades de financiamento da indústria nacional audiovisual como um todo, já que o público brasileiro demonstra ter interesse pelas representações de seus modos de ser nas telas. A plataforma de *streaming* Netflix, por exemplo, anunciou em 2019 que iria aplicar trezentos e cinquenta milhões de reais em produções nacionais durante o ano de 2020.

Na observação efetuada em abril de 2019, o serviço Globoplay apresentava em seu catálogo cinquenta séries internacionais, das quais três poderiam ser consideradas “carro chefe”, a saber: “*The Good Doctor*” (produzida pela americana ABC e a primeira a ter seus direitos de exibição adquiridos com exclusividade pelo *streaming* na Globo, fato ocorrido em agosto de 2018), “*Killing Eve*” e “*The Big Bang Theory*”, com onze temporadas disponíveis na plataforma.

O total de séries, incluídas as novelas, equivalia a 187 títulos (CÉSAR, 2019), dentre elas se encontravam produções originais e exclusivas como: “Assédio” (2018), “Ilha de Ferro” (2018), “Se Eu Fechar os Olhos Agora” (2019), “Aruanas” (2019), as quais classificam-se como séries e minisséries dramáticas; “Além da Ilha” (2018) e “Shippados” (2019), enquadrando-se como comédia, e os *Spin-off*: “Totalmente sem Noção Demais” (2016), “Haja Coração – Spin-Off” (2016), “A Lenda do Mão de Luva” (2016) e “Eu Só Quero Amar” (2016).

No ano de 2020, foram acrescentadas várias produções originais conforme se pode ver nos quadros abaixo:

Quadro 9 - Produções originais Globoplay - séries dramáticas

(continua)

¹⁵⁷ Observamos, por exemplo, que da moldura “comédias”, em 2021, entre 209 produções estavam 70 filmes brasileiros, o que atenderia a exigência sugerida por boa parte dos grupos que responderam à consulta formulada pela ANCINE em 2016.

Título	Gênero	Estreia	Situação
Carcereiros	Drama	08 Jun. 2017 (2ª Temp. na TV)	Finalizada
Assédio	Drama/criminal	21 Set. 2018	Finalizada
Ilha de Ferro	Drama	14 Nov. 2018	Cancelada
Aruanas	Drama	02 Jun. 2019	Renovada
A Divisão	Suspense/policial	19 Jun. 2019	Renovada
Arcanjo Renegado	Drama policial	07 Fev. 2020	Renovada
Desalma	Susp./sobrenatural	22 Out. 2020	Renovada
Onde Está Meu Coração	Drama	Em produção 2020	—

Fonte: elaborado pelo autor com base em dados extraídos da plataforma Globoplay

Quadro 10 - Produções originais Globoplay - Comédia e Variedades

Título	Gênero	Estreia	Situação
Brasil a Bordo	Sitcom	04 Maio 2017	Cancelada
Filhos da Pátria	Comédia histórica	03 Ago. 2017	Finalizada
Além da Ilha	Comédia/suspense	06 Set. 2018	Cancelada
Cine Holliúdy	Comédia	30 Abr. 2019	Renovada
Shippados	Comédia romântica	07 Jun. 2019	Cancelada
Eu, a Vó e a Boi	Comédia dramática	29 Nov. 2019	Cancelada
Sinta-se em Casa com Marcelo Adnet	Comédia esquete	13 Abr. 2020	Renovada
Todas as Mulheres do Mundo	Comédia romântica	23Abr. 2020	Finalizada

Diário de Um Confinado	Sitcom	26 Jun. 2020	Finalizada
<u>Sterblitch Não Tem Um Talk Show: o Talk Show</u>	Talk Show	05Jun. 2020	Renovada
Cada Um no Seu Quadrado	Variedades	03 Jul. 2020	Renovada

Fonte: spinoff.com.br¹⁵⁸

Quadro 11 - Produções originais Globoplay - séries documentais

Título	Gênero	Estreia
Marília Mendonça: Todos os Cantos	Musical	13 Set. 2019
Até o Fim: Flamengo Campeão da Libertadores	Esporte	29 Nov. 2019
Marielle: O Documentário	Criminal	12 Mar. 2020
Em Nome de Deus	Criminal	10 Jul. 2020
Sandy & Junior: A História	Biografia/Musical	10 Jul. 2020
Making Five	Making-off	24 Set. 2020
Thiaguinho: Tardezinha	Musical	15 Out. 2020

Fonte: spinoff.com.br¹⁵⁹

Durante o seu primeiro ano de existência, o Globoplay experimentou a produção de conteúdo exclusivo para a plataforma a partir das novelas da Globo, começando pelo capítulo 0 da novela “Totalmente Demais” e, logo em seguida, com *web* séries de curta-metragem derivadas de novelas em exibição na TV aberta na época. A partir de 2018, foram escolhidos programas para temporadas adicionais ou *spin-off* após a exibição em outro canal. O quadro que se segue apresenta as produções originais do Globoplay que derivaram de produções televisivas.

Quadro 12 - Produções originais Globoplay – *Spin-off*

¹⁵⁸ Disponível em: Globoplay/www.spinoff.com.br, Acesso em: 02 Fev.2021.

¹⁵⁹ Disponível em: Globoplay/www.spinoff.com.br, Acesso em: 02 Fev.2021.

(continua)

Título	Gênero	Programa Original	Canal	Estréia	Situação
Eu só quero amar	Drama	Malhação: Seu lugar no Mundo	Rede Globo	04Abr.2016	finalizada
Totalmente Demais	Comédia	Totalmente Demais	Rede Globo	31Maio2016	finalizada
A lenda do Mão de Luva	Comédia/história	Liberdade, liberdade.	Rede Globo	05Ago.2016	finalizada
Haja Coração Spin-off	Comédia	Haja Coração	Rede Globo	17Out.2016	finalizada
Sessão de Terapia (Temporada 4)	Drama	-	GNT	30Ago.2019	renovada
As Five	Drama	Malhação: Viva a diferença	Rede Globo	12Nov.2020	renovada
Verdades Secretas	Telenovela	Verdades Secretas	Rede Globo	Desenv.	-

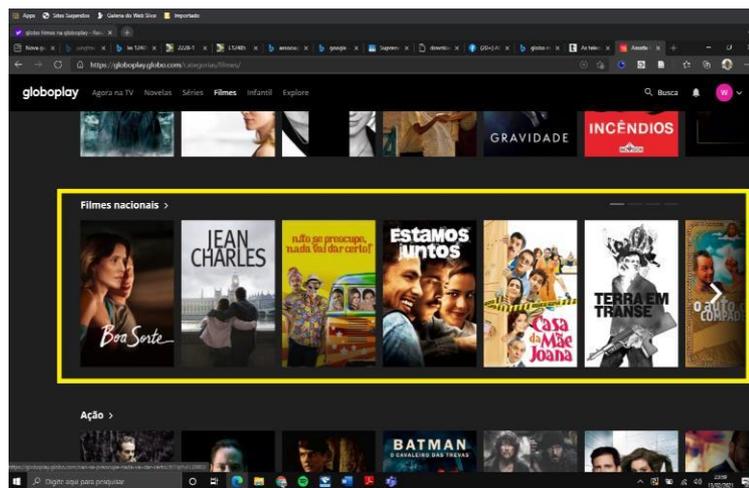
Fonte: spinoff.com.br¹⁶⁰

No gênero de filmes, o levantamento feito pelo *website* “*just watch*” divulgado pelo Natelinha.com.br afirmava que a plataforma de *streaming* do Grupo Globo, em agosto de 2019, possuía 330 títulos disponíveis¹⁶¹, sem exibir nenhuma produção original. Até o fechamento desta pesquisa, o Globoplay não possuía filmes originais, mas reunia em seu catálogo visível na interface várias produções da Globo Filmes.

Figura 29 - Moldura “Filmes nacionais”

¹⁶⁰ Disponível em: Globoplay/www.spinoff.com.br, Acesso em: 02 Fev.2021.

¹⁶¹ A informação pode ser obtida na página https://www.justwatch.com/br/provedor/globoplay?content_type=movie, Acesso em 02 Ago2019.



Fonte: captura do Globoplay, intervenção feita pelo autor em amarelo

Embora seja possível encontrar emolduramentos que remetem ao audiovisual nacional no interior da interface do Globoplay na *web*, não há uma moldura específica para produções independentes. A origem nacional e a responsabilidade pela produção do acervo fílmico que circula no Globoplay é visível na moldura “detalhes” que pode ser alcançada após clicar sobre os cartazes que identificam os títulos, porém, a ferramenta de busca da plataforma na *web* não é eficaz quando se digita a expressão “filmes brasileiros”.

O Globoplay possuía em 2019 a moldura “Do Brasil para Brasileiros”, que buscava territorializar significados relativos à brasilidade através da organização de uma coleção de produções nacionais que davam a ver conteúdos que estão relacionados com nossa realidade sociocultural. Na observação feita em 2021, constatamos que a moldura que versa sobre produções nacionais passou a ser intitulada “Filmes nacionais”, tendo sido criada a moldura “Clássicos do cinema brasileiro”.

É importante frisar que, paralelamente à definição de percentual de acervo mínimo de produções nacionais e nacionais independentes, os legisladores brasileiros cogitam criar normas que obriguem os serviços a dar proeminência a este conteúdo na sua interface. Trata-se de obrigações acessórias que, somadas à previsão de investimento direto ou indireto (tributação com receita vinculada), poderiam cumprir o papel de promoção da cultura nacional determinado no art. 221, inciso II, da Constituição da República.

O PL 57 de 2018, de autoria do Senador Humberto Costa, se aprovado, imporá aos provedores de comunicação audiovisual sob demanda a disponibilização em catálogo, de modo permanente, de um percentual de conteúdos audiovisuais brasileiros determinado pelo Poder Executivo em regulamento, dos quais no mínimo metade tenham sido produzidos por produtora brasileira independente, considerando a capacidade econômica de cada agente, sua atuação no mercado brasileiro e produção total de títulos brasileiros nos cinco anos precedentes; investimento direto na produção ou licenciamento de conteúdos audiovisuais brasileiros, dos

quais no mínimo metade tenham sido produzidos por produtora brasileira independente; e destaque na divulgação, visualização e buscas, de conteúdos audiovisuais brasileiros, dos quais no mínimo metade tenham sido produzidos por produtora brasileira independente, através de exposição visual com realce na interface da plataforma de comunicação audiovisual sob demanda, mesmo nos casos em que se utilizem mecanismos de sugestão preferencial de obras, de forma a assegurar proeminência às mesmas em relação ao restante do catálogo, na forma do regulamento. (BRASIL, 2018)

Já o Substitutivo 01, ao PL 8889 de 2017, que corre pela Câmara dos Deputados, insiste na previsão de quantidade mínima de horas de produção audiovisual de constituam espaço qualificado produzido por produtora brasileira, diferindo neste ponto da proposição que corre pelo Senado. Os dois projetos de lei se assemelham na previsão de incentivo ao consumo destes produtos nacionais nos mecanismos de busca, oferta, seleção e catalogação de conteúdo, determinando, inclusive, que seja oferecida disposição destacada a conteúdos brasileiros, de modo a assegurar proeminência aos mesmos em relação ao restante do catálogo, na forma do regulamento. (BRASIL, 2017)

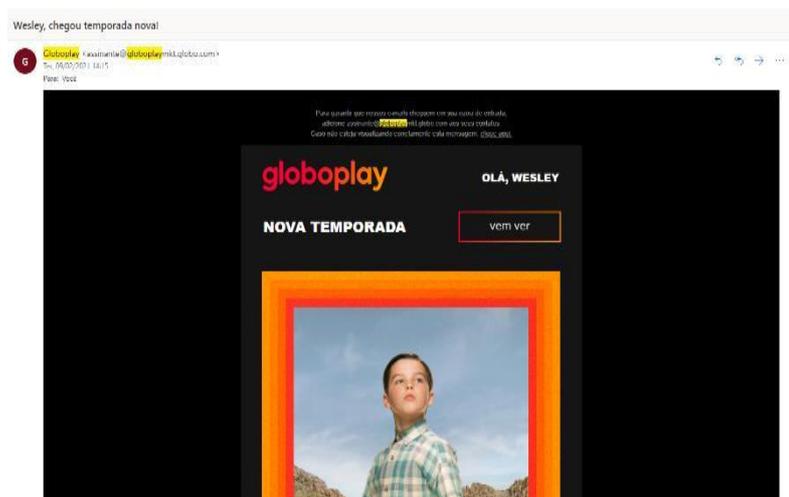
Percebe-se que as preocupações do Conselho Superior do Cinema (CSC) em relação ao marco legal dos serviços de *streaming* externadas em 2015 estão sendo contempladas pelos projetos de lei, cada um à sua maneira. Não custa lembrar que o órgão integrante da estrutura da ANCINE naquele ano disse que:

“como premissa para o marco legal, os investimentos em catálogos direcionados ao público brasileiro, mais do que desejáveis, devem ser tratados como uma oportunidade para as produtoras e programadoras brasileiras e para a ampliação da liberdade de escolha e da diversidade nos conteúdos audiovisuais à disposição de usuários e consumidores”. (CSC/ANCINE, 2015)

Vale destacar que o CSC ainda recomendava que os espaços para as obras audiovisuais brasileiras e obras audiovisuais brasileiras de produção independente nos catálogos deviam ser acompanhados do correspondente destaque visual e publicitário nas páginas dos sites, impressos e campanhas realizadas pelo provedor.

Abaixo, segue exemplo de outro mecanismo de incentivo ao consumo de produtos, que ainda não foi incorporado aos projetos de lei: o encaminhamento de mensagens para usuários através de inteligência artificial.

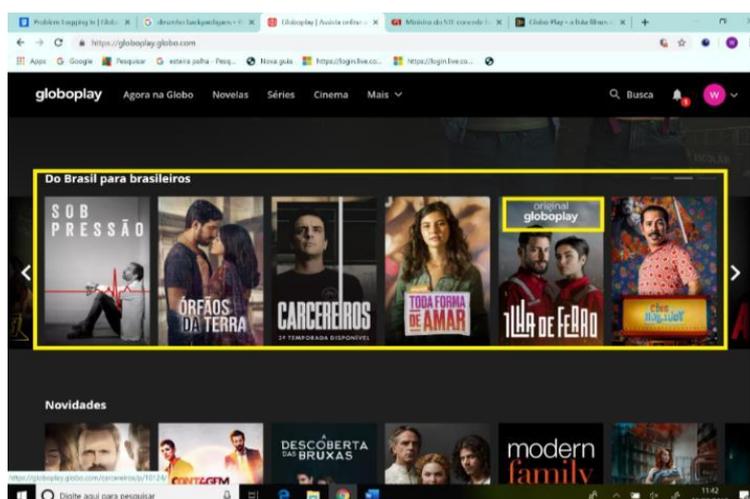
Figura 30 - “Vem ver nova temporada”



Fonte: captura tela Microsoft outlook dia 14 Fev. 2021

Ao nosso ver, o apelo à brasilidade parece ser estratégia um pouco menos direta, mas também muito efetiva para o incentivo ao consumo e pode admitir sobreposição de molduras identificadoras da origem regional da produção. Na imagem seguinte é possível visualizar a identificação “original globoplay” que poderia ser substituída pelo nome da produtora independente ou da região de origem, a fim de atender exigências regulatórias.

Figura 31 - Moldura “do Brasil para brasileiros”, com destaque para a informação sobre originalidade da produção



Fonte: captura da Globoplay, intervenção feita pelo autor

5.3.9 Regulações algorítmicas no Globoplay

Como outrora explicitado, a TV aberta, em linhas gerais, estabeleceu-se em torno da ideia de disciplina, as emissoras buscam criar um hábito de consumo de produtos audiovisuais

que são organizados em grades de programação e impõem ao espectador ajustar sua agenda para inserir-se no fluxo de exibição proposto. A TV segmentada rompeu com esta lógica ao permitir constantes reapresentações de seu acervo, o qual, por mais que pudesse ser extenso, considerando a proposta temática individualizada pelo canal, restringia a diversidade em prol da oportunidade de recuperação da possibilidade de expectativa segundo lógicas mais ou menos passíveis de intervenção por parte do assinante. Já os serviços de *streaming* se constroem em torno da oferta de uma liberdade ainda mais ampla. Eles enunciam constantemente a possibilidade de fruição dos produtos audiovisuais segundo as escolhas do consumidor, através da entrega do controle sobre as condições de espaço e tempo nas quais os conteúdos poderão ser acessados.

Ainda que essas sejam as linhas gerais, é possível constatar que o financiamento do serviço de *streaming* do Grupo Globo não advém exclusivamente do valor mensalidades ou anuidades pagas pelos assinantes, se assim o fosse, bastaria fazer crescer o número de inscritos para se garantir o retorno do empreendimento. Nesse pormenor, é necessário destacar que o Grupo Globo não divulga dados sobre o número de assinantes de seu serviço de *streaming* e sobre seu faturamento, o que dificulta uma análise mais precisa sobre os resultados financeiros obtidos com a publicidade *pre-roll* e com as inserções feitas após cada vídeo¹⁶². Há no serviço, portanto, duas lógicas claras de remuneração: 1) o recebimento de anuidades ou mensalidades e 2) a venda de espaço publicitário ou seja do tempo de audiência, em moldes semelhantes ao que é utilizado pelo *broadcast*.

Assim, manter viva a presença do assinante por mais tempo possível em frente à tela é algo muito relevante para o Globoplay e remete ao tempo no qual o “Globo Videos” se estabeleceu com base na oferta gratuita de oportunidade de recuperação de conteúdos da TV, condicionada apenas à prévia inscrição.

Ocorre que esta pretensa transmissão de controle para o usuário é tensionada pelo uso de algoritmos de engajamento cuidadosamente estruturados para a plataforma¹⁶³.

Conforme adverte SATUF (2020), nas plataformas *on-line*, os usuários são envolvidos numa série de ações visíveis e não visíveis nas quais os dados sobre sua experiência de fruição são capturados de forma consciente ou inconsciente e reinseridos em operações algorítmicas sobre as quais eles, os usuários, têm pouco ou nenhum controle de fato.

¹⁶² A partilha de informações deste teor é também tema regulatório que diferencia estes serviços dos modelos baseados na distribuição por cabo e, de certa forma, gera vantagem competitiva.

¹⁶³ Nessa altura é necessário esclarecer que a noção de plataforma da qual nos apropriamos equivale a uma ambiência digital que demanda a inscrição de usuários de forma gratuita ou paga, objetivando a realização de atividades diversas (no caso do Globoplay a fruição de produtos audiovisuais) e na qual se possibilita alguma interação entre o usuário e o serviço, ou entre as pessoas nele inscritas. Não desconhecemos que “com o passar do tempo, plataforma tornou-se um alia do semântico perfeitamente ajustado ao mundo dos negócios ao estabelecer a percepção de um ambiente ‘plano’ e ‘neuro’ no qual a conexão atuaria exclusivamente para aumentar a produtividade.” (SATUF, 2020) É preciso lembrar, porém, que a ANCINE e a ANATEL propõem uma distinção entre serviços e plataformas, levando em conta a intervenção editorial dos usuários.

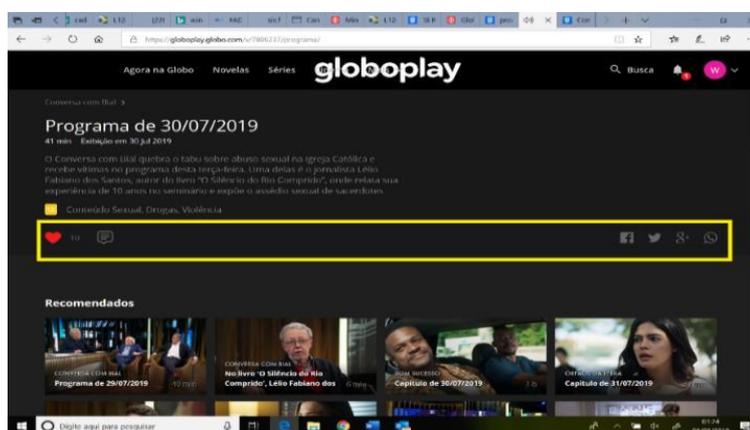
MOROZOV (2018, apud SATUF,2020) acrescenta que, quanto mais neutro parecer o processo de captura, análise e utilização destes dados, mais adesão ocorrerá ao serviço, mas de fato quem dá vida às plataformas são os algoritmos. A questão é que, sendo um protocolo que parte de regras, rotinas, operações e procedimentos voltados a um fim específico, evidentemente, não se pode exigir isenção de tal ferramenta. Ao contrário, trata-se de algo constituído para atender aos objetivos das pessoas que são proprietárias das plataformas ou serviços, ainda que revestido de propósitos mais ou menos louváveis.

Os algoritmos podem cumprir diversas finalidades, mas as que se destacaram na observação da interface do Globoplay são relacionadas com as sugestões de vídeo e com operações destinadas à promoção de engajamento.

Após revisar a bibliografia sobre este tema no cenário acadêmico brasileiro, Satuf (2020) aponta como bastante contributivos os trabalhos de Constâncio; Belém e Biscaro (2019), Biscaro (2019), Hoyle; Antelo e Coutinho (2019), bem como Souza et al. (2017). Todos os autores mencionados na pesquisa referida são desenvolvedores de algoritmos do Globoplay e, por isso, suas percepções são potentes para dar a ver a falta de neutralidade destes protocolos matemáticos e, conseqüentemente, os limites a que estão sujeitas as promessas de autocontrole e liberdade que são endereçadas aos assinantes.

No ano de 2019, a interface do Globoplay apresentava uma moldura específica para que os usuários promovessem a classificação dos vídeos assistidos. Através desta funcionalidade era possível não só o registro de uma impressão positiva sobre o produto, como também a realização de comentários compartilháveis em outras plataformas como Twitter, Facebook, Google e Whatsapp.

Figura 32 - Moldura classificação pelo usuário



Fonte: Captura do Globoplay em agosto 2019, intervenção feita pelo autor

No ano de 2021, a possibilidade avaliação das produções foi interrompida, não mais havendo ícones que possibilitavam a manifestação das opiniões do usuário diretamente na

plataforma, tais como estrelas, corações ou dedos polegares com a ponta voltada para cima ou para baixo¹⁶⁴.

Isso nos leva a concluir que, para além do sistema de recomendação baseado em busca em tempo real, cuja utilidade para a promoção dos conteúdos nacionais já foi examinada, a coleta dos dados necessários para a realização da filtragem e posterior formação das listas de sugestões se pautava nos cliques dados acima da janela do vídeo respectivo, no tempo de expectativa de um determinado programa e na quantidade de usuários que acessaram as produções audiovisuais, dados que podiam ser coletados e organizados pelos algoritmos do Globoplay.

Como forma de experimentar algo que pudesse deixar mais evidente a correlação destes mecanismos de recomendação com outras plataformas que são utilizadas pela rede Globo para divulgar suas produções, foi aberta uma conta no “Instagram”, através da qual os perfis do Globoplay passaram a ser seguidos por este pesquisador.

A partir daí foi possível clicar, com frequência diária, nas fotos e vídeos dos artistas que participaram das produções “Aruanas” (2019) e “Desalma” (2020). Procedimento semelhante foi feito na plataforma do “Youtube”, através da inscrição no canal do Globoplay com “curtidas” nas divulgações relacionadas com as mesmas narrativas seriadas.

A experiência foi efetuada por cinco dias seguidos, mas não resultou reflexos evidentes na interface do Globoplay.

Ao que tudo indica, as plataformas referidas são utilizadas como forma de incentivo ao consumo das produções já inseridas no serviço de *streaming*, mas ainda não há captura imediata de dados externos para alimentação do banco de informações utilizadas pelos algoritmos de recomendação do serviço de *streaming* do Grupo Globo¹⁶⁵.

Interessante notar que, durante o movimento de pesquisa sobre o acervo do Globoplay foram necessárias constantes buscas nos sites de propriedade do Grupo Globo (Globo.com, Ge, G1 etc). Ao final de dois meses de acesso diário (entre janeiro e fevereiro de 2021) recebemos

¹⁶⁴ É possível intuir que a retirada desta possibilidade de interação com o usuário tenha sido motivada pela necessidade de evitar formas menos espontâneas de manifestação ou ainda reduzir prejuízos para a visibilidade de produtos que a empresa precisa monetizar. A busca de rastros em mídias sociais ou decorrentes da navegação na própria plataforma, por outro lado, além de permitir uma avaliação mais direcionada pela empresa (e não pelo usuário), evita tornar evidentes qualificações indesejadas, já que a transparência dos critérios de seleção de insumos para estas avaliações se limita à informação acessível na aba do usuário presente na página inicial da plataforma.

¹⁶⁵ Um sistema de recomendação utiliza algoritmos e dados para otimizar sugestões de produtos e serviços. Ele se baseia em quatro operações: coleta, armazenamento, análise e filtragem. Coletar dados é a primeira fase ao criar um mecanismo de recomendação. Os dados, por seu turno, podem ser classificados como explícitos ou implícitos. Dados providenciados pelos usuários, como as avaliações e comentários são chamados explícitos. Enquanto os dados implícitos consistem em “logs” de busca, histórico de encomendas e devoluções, cliques, páginas visitadas entre outros. Esse tipo de dado é coletado de qualquer usuário que visita qualquer site. Coletar dados comportamentais não é difícil, já que se pode manter a atividade de um usuário logada em seu site. Como cada usuário gosta ou não de vários itens, suas configurações são diferentes. Durante certo tempo, quando o mecanismo de recomendação é alimentado com mais dados, ele se torna mais inteligente e recomendações acompanham a evolução, tornando-se mais relevantes, inclinando os visitantes a clicarem e a realizarem a operação desejada pelo proprietário do sistema de recomendação. (SmartHint, 2021)

contato telefônico oferecendo a assinatura de todas das revistas eletrônicas Globo, por uma mensalidade equivalente a R\$5,90 (cinco reais e noventa centavos).

Se por um lado as recomendações de consumo na plataforma de *streaming* levam algum tempo para se basear em cliques nas mídias sociais, a utilização de motores de busca (bing, google etc) para pesquisa por conteúdo relacionado com a Globo parece ser elemento capturado com mais agilidade pelo sistema de análise de dados do grupo empresarial.

Fica claro, portanto, que as apostas da plataforma se voltaram mais diretamente para um sistema de recomendações de vídeos com base na análise de interações¹⁶⁶ e rastros deixados pelo usuário durante sua navegação dentro e fora do serviço.

Satuf (2020) afirma que, com o “emprego de motores de busca” e “processamento de linguagem natural”, os algoritmos tentam inferir os conteúdos relevantes entre os tópicos de discussão mais populares, lendo as últimas horas dos comentários das redes sociais e as sinopses dos vídeos publicados, conectando-os por suas palavras-chave. As operações envolvidas neste protocolo são o rastreamento, a classificação e o ranqueamento, através de atribuição de uma tabela de relevância das produções.

Os parâmetros para verificar o engajamento dos usuários com os conteúdos da plataforma não estão associados tão somente ao rastreamento de dados e metadados dos perfis cadastrados no Globoplay, mas incluem a adesão a vídeos considerados mais ‘populares’ em outros ambientes, inclusive sites de propriedade do próprio Grupo Globo. As redes sociais servem de parâmetro para inferir o que é mais relevante (ou popular), a fim de fornecer aos usuários produções associadas a tais conteúdos e reunidos em molduras batizadas com nomes como “Mais falados” (2018), “Mais vistos” (2019, 2020 e 2021).

Atualmente, encontramos a lista “Mais vistos” em relação à qual não está claro se os dados sobre audiência são colhidos exclusivamente na experimentação do próprio aplicativo ou de outros sistemas de distribuição da própria emissora. Porém, segundo afirma Scheffel(2020), o sistema interno de perfis do Grupo Globo gera incessantemente informações sobre os usuários, enquanto o engajamento nas redes sociais permite que a empresa “entenda o sentimento do público e tenha feedback instantâneo sobre suas produções”, assumindo um viés mais qualitativo.

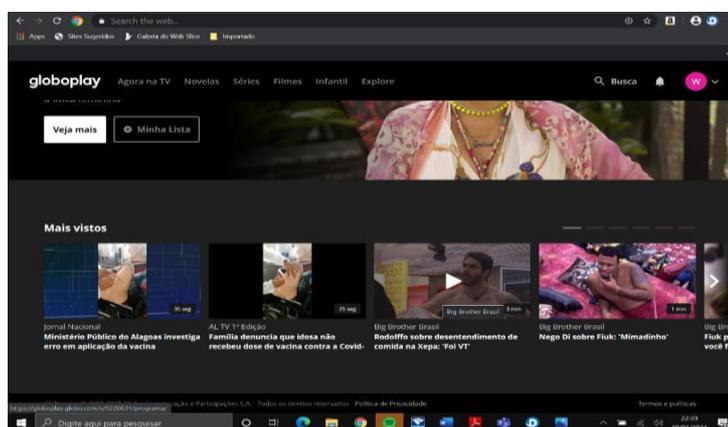
Vale lembrar que, quando clica em quaisquer das miniaturas disponibilizadas nas molduras espaciais presentes numa lista/moldura, antes de acessar os conteúdos (que são trechos de um programa inserido na grade de programação da emissora), o usuário terá de pagar o “pedágio” consistente em ver integralmente, sem a possibilidade de “pular”, uma peça publicitária de “patrocinador” dessa produção retirada do fluxo do *broadcast* e inserido no

¹⁶⁶ Essas interações, como destacado acima, não se resumem a meros cliques sobre trechos de vídeos e postagens dos perfis do Globoplay em mídias sociais, em realidade, comentários e ‘curtidas’ são manifestações que se fazem perceber com mais intensidade.

streaming. Isso, ao nosso ver, é indício veemente de que as relações algorítmicas que ocorrem dentro e fora do Globoplay também levam em conta o tratamento de dados sobre os produtos que podem ser consumidos pelo público para o qual a produção cultural é recomendada.

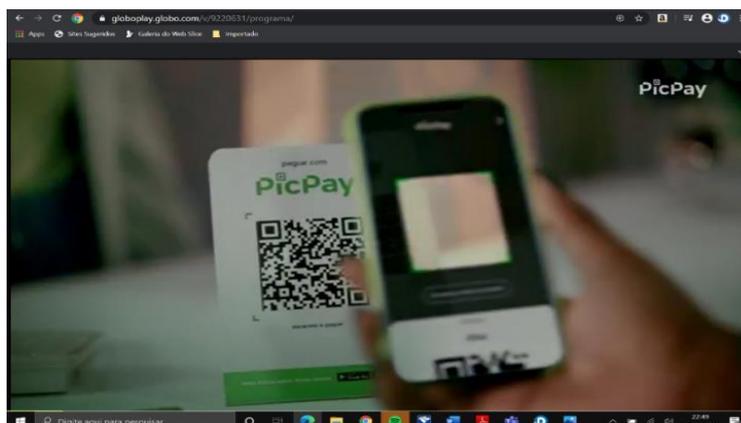
Oliveira (2020) apud Scheffel (2020) afirma que o Grupo Globo analisa dados colhidos das plataformas de seus clientes, identificando se os usuários compraram algo, a fim de fornecer aos executivos de vendas do grupo de mídia análises dos programas da Globo que possuem os maiores públicos relacionados com os objetivos do anunciante. Estas análises e informações são utilizadas como atrativo para campanhas potencialmente mais efetivas e direcionadas para os espaços publicitários mais assertivos. Tal estratégia tem o condão de ressignificar o conceito de horário nobre tão caro às lógicas televisivas.

Figura 33 - Moldura “Mais vistos”



Fonte: captura do Globoplay

Figura 34 - Peça publicitária “pre-roll” visível no interior de uma expectativa



Fonte: captura do Globoplay

Constâncio, Belém e Biscaro (2019), por seu turno, destacam o desenvolvimento de um sistema algorítmico chamado de “index de engajamento” que busca agregar os usuários em categorias a partir da análise de três variáveis, a saber: a) tempo de reprodução de vídeo (em

horas); b) diversidade temática dos programas assistidos e c) frequência de uso da plataforma (em quantidade de acessos em dias distintos).

O objetivo deste algoritmo é ranquear os usuários, classificando seus perfis como “usuário acidental”, “regular”, “assíduo”, “membro temporário” e “maratonista” de forma a permitir que a empresa possa disparar mensagens ou outras formas de acionamento que impeçam o cancelamento da inscrição e que incentivem o retorno à plataforma após um período de alteração na rotina de expectativa.

No Globoplay, há um procedimento matemático denominado Análise de Componentes Principais (PCA, na sigla em inglês), onde são atribuídos pesos distintos a cada variável: 0.45 para o tempo de reprodução de vídeo, 0.11 para a diversidade temática dos programas e 0.88 para a frequência de uso da plataforma. De acordo com Constâncio, Belém e Biscaro (2019), a cada semana todo usuário recebe uma nota única resultante de seu “engajamento”, que nada mais é do que a soma de todas as variáveis (primeiramente multiplicadas por seu respectivo peso) (Figura 1). Com base nesta nota de engajamento, todo usuário é inserido em um dos cinco grupos predefinidos pelos desenvolvedores do algoritmo: “maratonista”, “assíduo”, “regular”, “eventual” ou “acidental”. (SATUF, 2020)

Esta modalidade de algoritmo coloca em evidência o caráter de vigilância e controle no qual se inserem as plataformas de vídeo *streaming* que convivem com a ambiguidade de, a um só tempo, dar e tomar de volta o “controle remoto” das mãos dos assinantes. O indivíduo tem sua experiência de fruição das imagens devassada por esta forma de regulação, que visa, antes de tudo, a induzi-lo a um certo padrão de consumo muito difícil de ser abandonado. Nesse ponto, as lógicas de disciplina que vigoram na TV aberta são recuperadas e reinventadas pelo *streaming* numa clara manifestação do fenômeno da remediação.

A regulação algorítmica atua ainda na conformação estética da plataforma, já que mesmo a seleção dos *frames*¹⁶⁷ que são estampados nas janelas dos vídeos constantes da interface (*thumbnails*) é feita com a intermediação de softwares.

Segundo Hoyle; Antelo e Coutinho (2019), o *frame* que é estampado no interior das molduras contidas na interface da plataforma deve ser expressivo o suficiente para destacar um ponto relevante do episódio ou vídeo a ser divulgado e é um elemento que afeta o nível de “engajamento” do usuário, além de influenciar a decisão de acessar ou não o conteúdo.

O uso dos algoritmos tem a finalidade de substituir, ainda que em parte, a curadoria humana na escolha das imagens que serão utilizadas para este propósito. O processo de seleção envolve três passos: 1) extração de segmentos curtos do episódio usando metadados; 2) seleção de dois *frames* de cada segmento empregando medidas estéticas e 3) eliminação de *frames* a partir de um conjunto de restrições. Os *frames* identificados como mais relevantes são depois

¹⁶⁷ Trad. Nossa: “quadros”

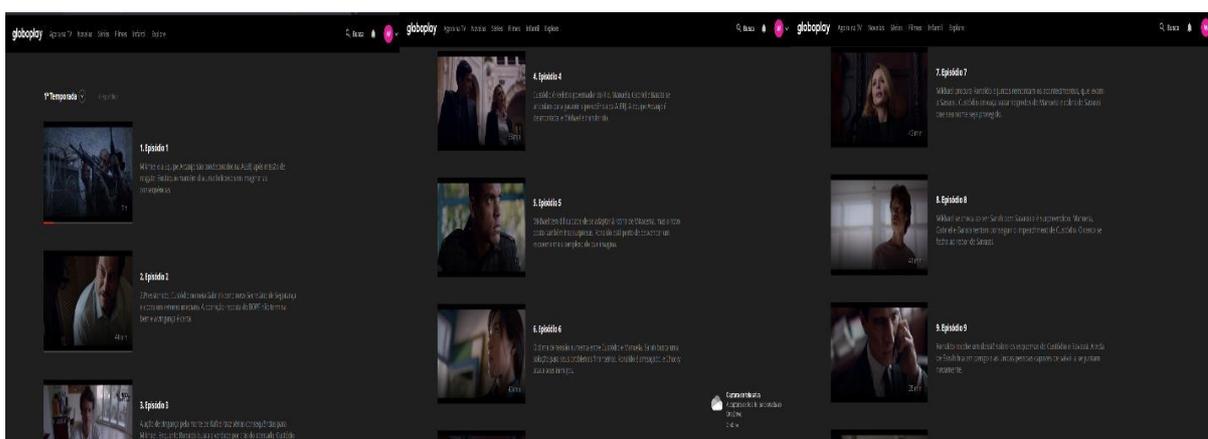
classificados segundo critérios estéticos pré-estabelecidos pelos programadores, através de um procedimento de “*machine learning*”¹⁶⁸ denominado método de aprendizado supervisionado.

Após o aperfeiçoamento deste aprendizado de máquina, o algoritmo sugere imagens que são submetidas a uma curadoria humana. Nessa terceira etapa, o algoritmo utiliza cinco critérios, entre os quais, excluir nudez, conter evento relevante, não ter borrões, mostrar personagens humanos e excluir armas.

Como se vê abaixo, mesmo numa série cujo roteiro orbita a violência urbana, como “Arcanjo Renegado”, só se encontra uma *thumbnail* onde aparece uma arma. Está evidente que, embora desejando ter em seu acervo produções que possam atrair diversos nichos de audiência, a plataforma não quer vincular sua imagem a elementos que a emissora de TV tem se engajado para combater.

A estratégia também evita que as imagens disponibilizadas na interface possam conter elementos que gerem dificuldades jurídicas no que tange à navegação acidental de públicos para os quais a obra não é recomendada.

Figura 35 - Regulação algorítmica das *thumbnails*



Fonte: captura do Globoplay, composição feita pelo autor

Observa-se que, embora não sem dificuldades, conforme relatam Hoyle, Antelo e Coutinho (2019), gradativamente a curadoria humana vai se traduzindo para dentro dos algoritmos.

Essas intervenções algorítmicas observadas no Globoplay nos revelam que a plataforma tenta lidar com a tensão entre o previsível e o imprevisível pontuada por Zielinsk (2006, p. 25) como uma das duas áreas que representam um desafio premente nos entrelaçamentos entre a mídia e a práxis artística e visualizada na presença das linguagens algorítmicas específicas de

¹⁶⁸ Trad. Nossa: aprendizado de máquina

cada serviço na tentativa de prever os gostos e afinidades dos usuários, prescrevendo a eles o que devem ou não experimentar.

A tensão entre cálculo e imaginação, entre certeza e imprevisibilidade, toma ação na interface entre indivíduos da mídia e as máquinas de mídia, ainda quando se utiliza de variadas métricas para a realização de escolhas estéticas com vistas a produzir imagens que possam ser consumidas por um público mais abrangente que seletivo. Parece-nos, neste ponto, que uma conjuntura típica do universo da TV aberta que é a dificuldade de identificar as preferências do público receptor assume na dinâmica das plataformas de *streaming* novas lógicas que acabam por reinventar os métodos de sondagem destes desejos.

Utilizando-se de diversas formas do que chamamos de regulação algorítmica, o serviço de *streaming* da Globo consegue conviver com a segmentação promovida pela possibilidade de distribuição de produtos de nicho (GRATER, 2021) e com o generalismo e o purismo estético que caracterizou a emissora que lhe deu origem nos anos em que conseguiu se consolidar no mercado televisivo como sinônimo de qualidade.

5.4 DO NOVO AO VELHO: NARRATIVAS SERIADAS “ORIGINAIS” E *MARKETING* SOCIAL NO *STREAMING*

O relatório tendências e previsões de mídia 2021 editado pela Kantar Ibope, após observar os acontecimentos relacionados com a pandemia de COVID-19 em 2020, especulou sobre o que estaria por vir no “futuro” da mídia, constatando uma realidade que já era objeto de algumas de nossas intuições.

Para se ter uma ideia, em abril de 2020, a navegação na internet aumentou 64%, o consumo de vídeo *on line* em 54% e o engajamento em mídia social em 56%, isso sem deixar de lado a preocupação de 77% dos consumidores com os destinos da economia e o impacto sobre suas rendas. Obviamente, estas preocupações refletiram-se no mercado publicitário, provocando o adiamento de campanhas e o encolhimento dos orçamentos para este fim. Segundo a publicação já mencionada, entre abril e maio de 2020, houve redução de 35% do investimento do mercado publicitário estadunidense em relação a 2019.

Com menos dinheiro circulando, a criatividade das empresas do setor direcionou-se para a formulação de parcerias e ajustes entre os anunciantes e os anunciadores, como, por exemplo, o alargamento de prazos e a migração de parcela dos recursos para meios que oferecem custos menores com a possibilidade de aferição mais precisa de resultados.

As questões sanitárias de 2020 foram também catalisadoras de um movimento que já estava em curso com a entrada de novos serviços de *streaming* no mercado. Vimos produções que estavam agendadas para exibição nas janelas de cinema serem incorporadas aos catálogos

dos novos serviços, a fim de promover a ampliação da base de assinantes com parcial recuperação dos investimentos das produtoras. A guisa de exemplo, a Disney, que iniciou as operações de sua plataforma de *streaming* no Brasil promovendo uma parceria com o Globoplay, ganhou 60 milhões de novas assinaturas no seu primeiro ano de vida (CURY, 2020). Segundo Kantar Ibope Media, 74% dos assinantes de SVoD assistem principalmente a novas séries.

O incremento significativo de oferta destes serviços fez surgir um tipo de espectador: o assinante bumerangue. Aquele que desloca de um serviço para outro, cancelando anteriores vínculos em razão da dificuldade de custear vários serviços ao mesmo tempo.

O comportamento errante do espectador, por sua vez, faz surgir, com ainda mais força, a necessidade de parcerias que já se observavam em momentos progressos, especialmente levando em conta a trajetória de constituição do nosso objeto desta pesquisa. A função de agregador de conteúdo passa a ter relevância e surge exatamente do cruzamento das possibilidades técnicas e financeiras das empresas de telecomunicações com a pluralidade de oferta de conteúdos elaborados por produtores e programadores já experimentados no mercado televisivo e cinematográfico. Como exemplo desse movimento podemos citar as uniões entre Sky-Netflix e Disney - O2, no Reino Unido e a parceria entre Globoplay e Disney+ no Brasil.

A errância do olhar do usuário implica também a necessidade de adoção de diversas formas de fidelização deste público, com o estabelecimento de vínculos duradouros que vão além da formulação de um catálogo atraente por preço acessível e das parcerias entre serviços que se complementam.

Estratégias de endomarketing, que estão disponíveis apenas para os *players* que já possuem um canal de comunicação estabelecido com o público, estão entre as adotadas pelo Grupo Globo para promover a ampliação de sua base de assinantes. Como exemplo disso, pode-se citar as lógicas de divulgação da experiência de fruição do BBB (Big Brother Brasil) produto que, segundo Bretas (2021), em entrevista para a revista DeadLine, é a maior fonte de novas assinaturas da plataforma.

As autorreferências, as promos, as estratégias transmídias consistentes na exibição de um episódio de um programa na TV que assume sua sequência exclusivamente no *streaming* ou vice-versa, a migração de produtos originais da plataforma para a TV aberta, além do apelo às interações de artistas contratados com seus seguidores nas mídias sociais são operações utilizadas corriqueiramente para a promoção do engajamento com certas produções e fidelidade de marca, reinventando modos de criação do hábito de audiência que eram caros ao modelo de negócios do *broadcast*.

Ainda segundo o relatório da Kantar Ibope Media (2021), cerca de 50% dos consumidores de audiovisual estão inclinados a fazer compras físicas e 40% estão dispostos a

fazer compras *on line*. Cada vez mais os motores de busca e aplicativos de compras no mercado eletrônico são opção para velhos e novos consumidores. Assim, a presença eficiente das marcas nas diversas mídias (*broadcast* e *streaming*) é relevante para influenciar potenciais compradores. Isso sem contar a necessidade de uso de dados para ativar os consumidores em todo o funil nas mídias sociais, o que coloca em destaque a figura dos influenciadores.

Estes influenciadores não apenas auxiliam nas estratégias de marketing de produtos, mas podem cooperar para a manutenção da relevância das produções televisivas. Nesse sentido, gradativamente a prática do *binge-watching* incentivada pela introdução de narrativas seriadas completas nos catálogos dos serviços de *streaming*, vem cedendo espaço para a temporalização desta exibição em dias e horários específicos ao longo de um certo intervalo dentro da semana ou mês.

Esta estratégia de exibição, que tem seu nascedouro no *broadcast*, confere tempo para que comentários dos assinantes e mesmo análises de especialistas-amadores (em vídeo ou áudio) circulem pela *web*, ampliando o interesse pelos vídeos, o tempo de audiência e, conseqüentemente, a atenção para as marcas que pululam nos serviços.

Todas estas constantes mudanças na indústria do audiovisual impõe para os produtores e distribuidores uma capacidade de resposta bastante rápida e sensível aos contextos culturais que se estabelecem (ainda que de forma fugaz).

Os anunciantes, grande fonte de financiamento da indústria audiovisual televisiva presente na plataforma Globoplay, e mesmo os próprios grupos de mídia enquanto marcas estão cada vez mais procurando diferenciação por seu envolvimento em pautas sociais e políticas públicas.

Embora o público dê mais valor a ações efetivas, do que a discursos até certo ponto vazios, não se pode negar que a vinculação de uma marca a pautas progressistas muito mais agrega do que retira valor de um empreendimento. Nesta medida, o ativismo ambiental, questões de gênero, apelo contra condutas racistas, entre outros temas com apelo comunitário, são trazidos para o interior da programação televisiva e, é claro, estão muito presentes nas plataformas de *streaming*.

Conforme nos lembram Lopes e Lemos (2019), a televisão distribuída por internet segue demandando novos formatos de conteúdo e modelos de negócios, além de adequação de contexto. Novas configurações quanto ao território, mercado, nação e área de sinal que incidem sobre estruturas já sedimentadas, inclusive em termos de marcos normativos, são padrões que pedem novas percepções, levando em conta as dinâmicas que se renovam em curto espaço de tempo.

Esta “economia da atenção” impõe novos olhares para temas cuja exploração em canais de destinação mais geral (TV aberta) ainda encontram resistência.

Em nossas perambulações pelo serviço de *streaming* do Grupo Globo, mesmo antes de termos atentado para essa faceta do capitalismo de vigilância, já havíamos identificado algumas das forças estruturais que permeiam o VoD em seu relacionamento com o público como, por exemplo, aspectos do acesso, organização do conteúdo, conveniência e conectividade, a mobilidade como apelo à liberdade, a qualidade e, é claro, a criação do hábito (por que não dizer vício?).

Na tentativa de explorar mais uma camada da constituição do Globoplay, após identificarmos uma diversidade enorme de categorias nas quais seu catálogo se organiza (aliás categorias que são frequentemente alteradas na interface), elegemos as séries originais como objeto de análise, até porque foi ali que percebemos esta diversidade na qual se constitui o Globoplay, que é distinto de outros serviços, eis que coloca sempre em diálogo o “novo” e o “velho”, o presente e o passado do grupo de mídia nacional.

Conforme vimos nos itens anteriores, toda interface do Globoplay se constitui através de diversas molduras que se interpõem entre o usuário e o conteúdo que será objeto de fruição. Quase todas elas podem ser assumidas como janelas para sentidos identitários do Grupo Globo, ou, ainda, sentidos identitários conformados pelo Grupo Globo para a regulação da experiência deste usuário/assinante segundo as lógicas caras ao momento institucional pelo qual passa a empresa.

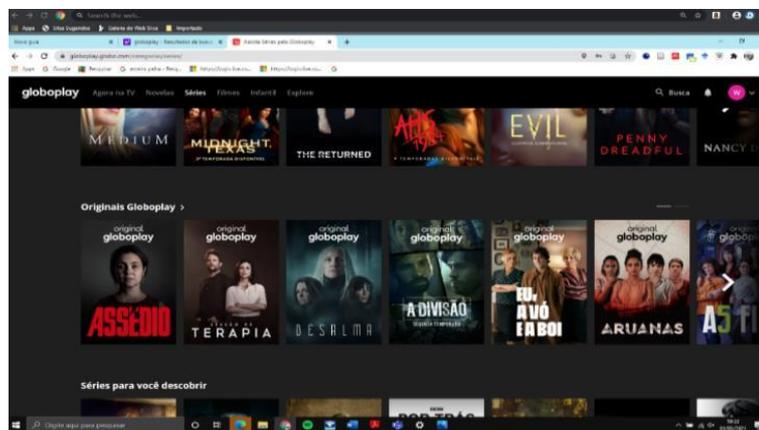
Nenhuma destas janelas nos parece mais “reveladora” desta percepção que aquela que é enunciada como “Originais Globoplay”. Observe-se que para ter acesso a este espaço de significação identitária é necessário que o usuário se permita visitar antes um espaço mais amplo delimitado pela moldura “Séries”, a qual consiste numa aba localizada no campo superior da página inicial, posicionada mais para esquerda da tela. Também é possível reconhecer a moldura em exame, partindo da moldura “Categorias”, que se apresenta quando se rola para baixo a tela da página inicial e que é constituída de diversos gêneros televisivos, entre os quais se encontram “Filmes”, “Novelas”, “Séries”, “Humor”, “Realities” etc.

No interior da moldura “Séries”, apresenta-se uma imagem da personagem principal de uma das séries encartadas recentemente ao catálogo do serviço de *streaming*, acompanhada do seu título posicionado mais à esquerda e seguida de uma frase que resume o *plot* do produto audiovisual. Abaixo desta frase estão duas tarjas, a saber: “Veja mais” para aqueles que desejam iniciar a experimentação e “Minha lista” destinada àqueles que desejam arquivar o produto para fruição em outro momento.

É rolando esta página mais uma vez que se apresentam diversas molduras onde estão organizados e significados, por algoritmos, os rastros deixados pelo usuário durante suas interações com a plataforma. Ali estará a moldura “Originais Globoplay”, cujo próprio título constitui-se num link ativo sensível ao toque que nos leva para onze cartazes nos quais

novamente estão as imagens das personagens principais de cada produção, estratégia de comunicação comum ao cinema.

Figura 36 - Sobreposição das molduras “Séries” e “Originais Globoplay”



Fonte: captura do Globoplay

Figura 37 - Moldura “Originais Globoplay” em destaque



Fonte: captura do Globoplay, intervenção feita pelo autor em amarelo

Nos títulos das produções originais já se pode intuir algumas estratégias de produção do Grupo Globo neste momento histórico, eis que de onze produções, seis abordam de forma bem ostensiva pautas que identificamos como marketing social e que são enunciadas nas estratégias de promoção do próprio grupo de mídia como valores por ele encampados¹⁶⁹. As referidas narrativas seriadas ficcionais são apresentadas pela plataforma pelas seguintes sinopses¹⁷⁰:

“Assédio” (2018) - “Em uma obra ficcional, uma rede de mulheres se forma para denunciar os abusos sexuais cometidos por um médico respeitado. A saga começa quando uma delas rompe o silêncio”;

¹⁶⁹ Acreditamos que os conteúdos predominantes nas produções molduradas como “originais Globoplay” se assemelham àqueles que usualmente são exibidos no *broadcast* na faixa de horário que se segue às novelas das 21:00, conjugando temas de relevo social com cenas de nudez, sexo, violência e linguagem chulo, os quais se destinam a um público mais adulto.

¹⁷⁰ A partir do momento no qual o usuário assiste a algum dos episódios destas séries, o toque no cartaz identificador da produção aciona um link para a página na qual estão dispostas as *thumbnails* dos episódios, tornando inacessível a percepção sobre como a plataforma enuncia a produção. Tanto as sinopses, como os dados a respeito do elenco, ano de produção, classificação indicativa, origem própria são transferidos para uma aba com o título “detalhes”, diante da ênfase que passa a ser dada aos aspectos dos referidos episódios.

“A Divisão” (2012) - “O Rio de Janeiro está acuado por uma onda de sequestros nos anos 90. As forças de segurança chamam agentes de fama controversa para salvar a cidade de bandidos e até da polícia”;

“Aruanas” (2019) - “Três amigas líderes de uma ONG e a estagiária da organização investigam uma quadrilha de crimes ambientais na Amazônia, que envolve uma grande mineradora”;

“As Five” (2020) - “Keyla, Ellen, Lica, Tina e Benê se reencontram após seis anos sem se verem. Na fase de transição para a vida adulta, todas estão às voltas com conflitos de naturezas distintas”;

“Arcanjo renegado” (2020) - “Mikhael é o líder da principal equipe do BOPE. Quando um dos seus amigos é ferido em uma operação, ele busca vingança e acaba em conflito com a alta cúpula política do estado”;

“Onde está meu coração” (2021) – “Amanda enfrenta sua própria guerra particular, diante da relação íntima e destrutiva com as drogas, de uma pressão familiar constante e da fragilidade de seu casamento com Miguel”.

Levando em conta os antagonismos que vem sendo evidenciados entre a emissora Globo e muitos indivíduos, em especial os apoiadores do presidente eleito em 2018, e também a falta de espaço para análise do conteúdo e das narrativas encampadas em cada produção, nos pareceu especialmente interessante analisar no próximo tópico deste relatório de pesquisa, as estratégias de significação da série “Aruanas”, já que seu apelo para o ativismo ambientalista entra em choque com políticas de desburocratização que estão sendo consideradas como “perigosas” para a Amazônia, região sabidamente objeto da atenção e do interesse internacional, mercado para onde as pretensões de expansão do Grupo Globo se dirigem.

“Aruanas” também nos pareceu especialmente reveladora de certos significados que o Grupo Globo quer construir sobre si neste momento, pelo fato de ter tido uma estratégia de divulgação internacional muito mais intensa que qualquer outro produto audiovisual inserido no catálogo da plataforma.

5.4.1 Capitalismo fofo, produções seriadas e padrão globo de qualidade: novas atualizações em “Aruanas”

Em 28 de abril de 2020, em meio à pandemia de COVID-19 e aos embates contra o Governo Federal brasileiro, a rede Globo fez estreiar em seus canais abertos a primeira temporada de “Aruanas” (2019) que fora produzida para o Globoplay.

A migração de produções audiovisuais entre as plataformas de propriedade do Grupo Globo não é novidade derivada das dificuldades geradas pela imposição de distanciamento

social em razão da pandemia. É característica mesma desta janela de exibição que nasceu como segunda tela da emissora de televisão e da programadora de TV a cabo. Nada obstante, não se pode negar que a ampliação da audiência tanto da TV quanto dos serviços de *streaming*, diante da inviabilidade de acesso a outras formas de lazer, foi circunstância catalisou e ampliou possibilidades.

Em momento pregresso, a própria plataforma de *streaming* foi enunciada como local de destino das produções televisivas, numa manifesta tentativa de ampliação da visibilidade da emissora atingida pela mudança de hábitos de consumo que vinha causando um progressivo deslocamento da audiência do *broadcast* para os serviços estruturados em torno das potencialidades da rede mundial de computadores e do tráfego de dados. Agora o que se experimenta é o caminho inverso. Produções preparadas para terem o Globoplay como primeira tela chegaram à TV aberta em capítulos semanais. “Aruanas” foi a primeira delas.

“Aruanas” foi um projeto de certa forma diferenciado.

A ideia nasceu em 2010 na produtora Maria Farinha Filmes¹⁷¹ ligada à organização não governamental Alana e especializada em filmes sobre causas sociais. Em 2017, a Globo encampou a proposta e a série começou a sair do papel.

Dirigida e roteirizada por Estela Renner, a narrativa seriada teve sua estreia no serviço de *streaming* com a disponibilização de todos os seus capítulos no dia 02 de julho de 2019, chegando a mais de 150 países, com legendas em 11 idiomas, através do site aruanas.tv, onde podia ser comprada por U\$12,90. Entre julho e outubro daquele ano, 50% das vendas seriam doadas para uma iniciativa de proteção da floresta amazônica¹⁷².

Aos 17 de junho de 2019, a Comunicação Globo já havia lançado nota ainda sugestiva das estratégias de marketing social da plataforma de *streaming*. Nessa comunicação, após uma pequena sinopse da série, o grupo empresarial afirmou que a história ali contada poderia ser verdadeira e que se tratava de um alerta para a crise ambiental mundial e de uma tentativa de valorização e proteção de ativistas.

Foram exaltadas as parcerias com grupos ativistas internacionais como Anistia Internacional, WWF, Global Witness, UM Environment, UNWomen, OpenSociety, Foundations, Instituto Betty & Jacob Lafer, Rainforest Foundation, Avaaz, 350.org, Instituto Socioambiental, IPAM, SOS Mata Atlântica, AMAZON, Conectas, Justiça Global, ISER, Greenfaith e APIB.

¹⁷¹ “Nascida no Brasil e há mais de 10 anos contando as histórias que abrigam nossa humanidade compartilhada, a Maria Farinha já produziu mais de 25 filmes, séries e outros formatos que impactaram milhões de pessoas em todo planeta. Nessa jornada coletiva, sabemos que algumas mudanças precisam ser aceleradas e assim criamos a Flow, que experimenta não apenas com novas formas de distribuir para democratizar o acesso a essas histórias inspiradoras, mas realiza campanhas de impacto social que proporcionam caminhos concretos e plúrais para o grande público se envolver ativamente, fomentando o espírito ativista.” (Maria Farinha Filmes, 2021)

¹⁷² Não foi possível verificar se a doação foi feita nem qual o nome da entidade que seria contemplada. Sabe-se, entretanto, que a produtora Maria Farinha Filmes é parceira da Organização Civil sem fins lucrativos ALANA.

No dia 05 de setembro do mesmo ano, o site Globo.com veiculou informação sobre a liberação gratuita, por uma semana, da série no Globoplay. A estratégia de divulgação identificava a produção e sua gratuidade temporária como homenagem pela passagem do dia da Amazônia, data criada para conscientizar as pessoas sobre a importância da “maior floresta tropical do mundo”. A nota dizia que a produção realizada pela Globo e Maria Farinha Filmes tinha o objetivo de mostrar a complexidade do trabalho de defensores do meio ambiente e do desmatamento ilegal da floresta. No mesmo período, a série poderia ser acessada no mercado internacional gratuitamente em aruanas.tv.

Embora reconhecendo que se tratava de um produto ficcional, a Globo afirmou na oportunidade que a maior fonte de inspiração era a realidade, tratando-se de um convite à luta, ao engajamento e à discussão sobre a importância de ativistas ambientais e da floresta amazônica.

“Série, livremente inspirada em fatos reais” foi a expressão utilizada pela *web page* gshow¹⁷³ para enunciar a produção em meio a outras que abordaram a temática amazônica desde 1989, mas não se sabe quais os “fatos reais” teriam sido tal inspiração. Para confirmar suas sugestões de engajamento com a causa ambiental, a Globo apresentou nesta comunicação dados não referenciados que levavam o leitor a crer que o Brasil incentivava a degradação do meio ambiente ao permitir a ampliação do desmatamento e ao liderar o ranking de mortes de ativistas. Os aspectos técnicos sobre o produto audiovisual como direção, elenco, produção e até a sinopse da série foram colocados apenas num segundo momento, ficando nítida a ênfase no marketing social.

Interessante notar que a divulgação da série fez questão de dar a ver um compromisso da Globo com a causa ambiental não apenas relacionado com a escolha do tema da série, mas também na sua prática de produção, já que “o conceito sustentável e de respeito ao entorno extrapolou a história e permeou toda a realização da série”. Segundo foi afirmado, a produtora Maria Farinha Filmes reutilizou 90% do figurino, reciclando roupas de segunda mão, gerando menor produção de resíduos. Soma-se a isso, o fato de que todas as protagonistas e 47% da equipe de produção terem sido mulheres, numa afirmação de poder feminino.

Por fim, dizendo haver urgência e relevância no tema, o comunicado ressaltou o lançamento mundial da série com pré-estreias em Londres no dia 18 de julho, em Nova York, no dia 24 de junho e no Brasil, em São Paulo, no dia 27 de junho, além da exibição do primeiro episódio aos 03 de julho na TV aberta com um alcance de 100 milhões de pessoas.

Como sabemos, a tentativa de relacionar produtos e empresas com pautas sociais tem sido estratégia cada vez mais utilizada pelas grandes corporações no que se convencionou

¹⁷³ Disponível em <https://gshow.globo.com/programas/video-show/noticia/no-dia-da-amazonia-veja-como-a-regiao-ja-foi-retrata-da-nas-novelas-e-minisseries-da-tv-globo.ghhtml>.

chamar de compromisso social. Tal estratégia foi encampada pelo Grupo Globo ao apostar em “Aruanas” para compor o catálogo de originais Globoplay. Nesse sentido, as mídias digitais da Globo vêm cumprindo a cartilha ditada por especialistas do setor de marketing, nos termos do que sugere Francois Nicolon (2020) da Kantar Ibope Media:

“A agenda política de mídia está impulsionando ações de mídia. Buscando se diferenciarem em um ambiente de mídia saturado, as marcas compartilham cada vez mais suas opiniões e se envolvem na área de políticas públicas. As oportunidades de sucesso ou fracasso são reais e, embora a paixão por uma causa possa ser forte, se as marcas apenas falarem e não fizerem nada, a credibilidade delas será questionada. Ações valem mais, e falam mais alto, do que palavras”

Segundo o relatório da Kantar Ibope Media (2020), os boicotes de anunciantes, como #StopHateForProfit, mostraram que um alinhamento muito mais próximo entre o que as marcas reivindicam e comunicam e o mix de canais escolhido é cada vez mais importante. Assim, as marcas deveriam considerar plataformas sociais com massa crítica que podem apoiar a agenda de ativismo da sua marca, usando influenciadores que se alinham com esses valores.

Ao produzir e distribuir “Aruanas”, a Globo não só se filiou de forma manifesta a uma pauta social relevante, como também permitiu que sua plataforma de *streaming* se constituísse como um nicho para o qual eventuais anunciantes poderiam se dirigir com menos receio de serem atingidos pela “cultura do cancelamento”¹⁷⁴. Claro que não se pode deixar de perceber que há um risco para empresa de ser ainda mais odiada por permitir que um imaginário negativo sobre o Brasil seja reforçado no exterior. Mas este parece ser um risco que a Globo está disposta a correr, tanto que já anunciou uma segunda temporada para a série.

Os efeitos disso sobre a ampliação da visibilidade da empresa no mercado estrangeiro, para além do público constituído por brasileiros expatriados, ainda são pouco visíveis já que não se sabe exatamente o número de assinantes dos serviços de *streaming* nem mesmo no mercado interno. De toda forma, é possível antever aqui o início da movimentação da plataforma e do Grupo de Mídia nacional rumo a sua internacionalização, indo muito além da comercialização dos já conhecidos produtos da emissora de TV.

A estratégia difundida pela diretoria de produtos digitais da empresa de mídia é estar disponível em toda Europa até o final de 2021, para isso está aumentando suas produções com 82 shows em filmagem, mesmo considerando os desafios da pandemia.¹⁷⁵ Estar vinculado a temas de interesse de grandes nações europeias e disposto a fazer frente a governos locais pode ser fator decisivo na conquista de aliados fortes para o Grupo de Mídia.

¹⁷⁴ Nome que se tem dado na *web* para a busca de engajamento negativo para práticas que os membros de certas mídias sociais consideram ofensivas a pautas sociais relevantes.

¹⁷⁵ A consultoria *Strategy Analytics* prevê um total de 949 milhões de assinantes até o fim do ano, 5% mais do que a estimativa calculada antes do novo coronavírus. Em 2019, eram 805 milhões. Com isso o faturamento do mercado, que alcançou 24 bilhões de dólares no ano passado, também tende a acelerar. (VITÓRIO, 2020)

Erick Bretas, diretor de mídias digitais da Globo, afirmou em janeiro de 2021 que as plataformas digitais do Grupo Globo reúnem 101,6 milhões de usuários, sendo 30 milhões no Globoplay entre assinantes e usuários gratuitos¹⁷⁶.

Cogitamos que estas estratégias para além de pretenderem dar a ver uma imagem da Rede Globo como filiada às pautas sociais, tornando invisíveis suas relações próximas com o poder político em tempos passados, demonstram uma espécie de adesão ao contexto do “capitalismo fofo” – afirmando que a empresa não apenas serve para dar lucros aos seus acionistas, mas deve se filiar a modelos de negócio comprometidos com valores, ética e cuidado com os trabalhadores.

Esta tentativa de reposicionamento das empresas como agentes sociais, que visa ao resgate da confiança nas grandes companhias, tem sido tendência mundial nos negócios de mídia pelo menos desde 2019, quando “companhias como a Disney e o Goldman Sachs uniram forças com líderes da central sindical americana AFL-CIO para instar o governo Trump a manter os Estados Unidos no Acordo de Paris sobre o clima.” (JOHNSON, 2019)

“Aruanas” se junta a outras produções originais como “As Five” que parecem se situar neste nicho, contando com as possibilidades oferecidas pelas características do público presente nos serviços de *streaming*, alguns integrantes da geração “z” e, por isso, mais receptivos a estas pautas¹⁷⁷.

Bretas (2021) lembra que as séries originais são diferentes dos programas criados para a TV aberta. Segundo ele, a TV aberta se dirige a audiências mais amplas, o que possibilita narrativas mais lentas, eis que o engajamento seriado pode levar à perda de capítulos sem prejuízo para a compreensão da trama. Com o *streaming*, o público ficaria mais engajado, eis que os episódios podem ser recuperados a qualquer momento amoldando-se à agenda dos usuários segundo seus regimes próprios de gestão tempo e espaço e de controle da dispersão. Assim, seria possível exigir mais deles, dando mais informações por capítulo.

Para além da adesão a uma nova roupagem do capitalismo, acreditamos que a adoção de certas pautas sociais pelo Globoplay revigora práticas televisivas vinculadas ao conceito de TV de qualidade tão caro ao sistema Globo, a ponto de ser enunciado como uma de suas marcas - “padrão Globo de qualidade”.

¹⁷⁶ Na mesma entrevista foi afirmado que o Globoplay terminou o ano de 2020 com um aumento de 89% na sua base de assinantes, mas ainda não ultrapassou Amazon Prime (cuja divisão brasileira é dirigida, desde 2019, por João Mesquita, egresso do Globoplay) e Netflix.

¹⁷⁷ As pessoas da Geração Z são conhecidas por serem nativas digitais, muito familiarizadas com a internet, compartilhamento de arquivos, telefones móveis, não apenas acessando a rede de suas casas, mas também pelo celular, estando assim extremamente conectadas. Suas principais características são: compreensão da tecnologia e abertura social às tecnologias. Esta geração é tida como a mais tolerante que já existiu, a mais aberta à legalização do casamento entre pessoas do mesmo sexo e, inclusive, sendo também a mais favorável à igualdade de gênero. (MARTINS, 2016)

Tratando do tema televisão de qualidade, Arlindo Machado (2000, p. 22) nos lembra que a expressão *quality television* aparece pela primeira vez no contexto intelectual britânico nos anos 1980, com a publicação de M. T. M.: *Quality Television*, o livro publicado pelo *British Film Institute*, onde a expressão era tomada como bandeira para uma abordagem diferenciada de televisão. Machado esclarece que nenhum dos autores daquela época conseguiu propor um conceito inequívoco para tal expressão.

Na década de 1950, antes mesmo do início das operações da TV Globo e também da popularização deste meio de comunicação no Brasil, a expressão TV de qualidade era relacionada à sofisticação do público e à capacidade de algumas produções serem janelas para manifestações culturais tradicionalmente vinculadas às elites, como por exemplo, capacidade de apresentação de boas adaptações de peças de teatro, apresentações de orquestras e compromisso do corpo editorial ao encarar a tela doméstica com a mesma seriedade tecnoestética com que encarava a sala de cinema.

De certo, esta qualidade estava atrelada à aura em torno das produções, sendo inclusive negada por alguns intelectuais a possibilidade de um meio que produz em escala industrial produtos de massa se aproximar da “boa” e profunda tradição cultural depurada lentamente ao longo de séculos por uma avaliação crítica competente e refinada como, por exemplo, a literatura, a música, o teatro e as artes plásticas.

Theodor Adorno (1968) suspeitava do uso que se fazia da TV em grande escala, pois acreditava que ela se apresentava de maneira a divulgar ideologias e dirigir de maneira errada a consciência dos espectadores. O filósofo afirmava que a TV massiva informava, mas não formava seu público, eis que apresentava dados de forma mastigada e até mesmo manipulada, não permitindo qualquer reflexão sobre seu conteúdo.

Karl Popper (1995), por seu turno, alertava para os perigos da excessiva liberdade da televisão que teria levado à degenerescência em face do tipo de conteúdo oferecido. Ele chegava a temer pela democracia, afirmando que este regime de governo consistiria em submeter o poder político a permanente controle, sendo certo que nenhuma manifestação deste poder poderia ser indene de fiscalização popular. O sociólogo considerava que a televisão havia se tornado um poder colossal, potencialmente mais relevante que todos os outros e, portanto, seria necessário conter seus abusos.

Claro que sabemos que a proposta de Popper para um controle da TV de massa não vingou, mas convém destacar seu pensamento, até porque nele está colocada mais uma tensão jurídica na constituição de um meio que pretende, partindo da téttrade de McLuhan, revigorar os traços daqueles que o precederam.

“De facto, os próprios inimigos da democracia apenas possuem uma débil consciência desse poder. Quando tiverem compreendido verdadeiramente o que podem fazer com

ele, utilizá-lo-ão de todas as formas, inclusive nas situações mais perigosas. Mas então será tarde demais. É agora que devemos tomar consciência desse risco e submeter a televisão a um controle através dos meios que indiquei”. (POPPER, 1995)

A par destas críticas de cunho, estético, político e pedagógico, não se pode negar que para muitos teóricos que pensaram a TV no início de suas operações, o único valor desse meio de comunicação de massa estaria no fato de introduzir um público leigo e bárbaro dentro do campo de uma cultura secular e legítima. Assim, em determinados contextos a qualidade televisiva só surgiria como emanção da reprodução de obras produzidas no passado por outros meios classicamente reconhecidos pelas elites.

Wolton (1996, p.14, apud KILLP, 2008) diz que “existe na televisão de massa, a despeito das montanhas de críticas de que é vítima, uma grandeza e uma estética insuficientemente percebidas.”

Machado (2000) também se filia aos defensores da possibilidade de existir uma televisão de qualidade por acreditar que a demanda comercial e o contexto industrial de produção cultural não inviabilizam necessariamente a criação artística, sendo certo que a “arte de cada época é feita com os meios, os recursos e as demandas dessa época e no interior dos modelos econômicos e institucionais nela vigentes”. Para ele as restrições impostas por estes modelos políticos e econômicos vigentes em cada momento histórico não são, necessariamente, impedimentos para inovações estéticas, crítica política ou para a vontade de reinvenção do próprio meio em que se insere a criação de produtos culturais.

Nessa linha, é possível perceber que o Globoplay ao assumir pautas sociais em suas produções dá continuidade a uma das formas de significação da ideia de TV de qualidade, seguindo rumos semelhantes aos da emissora Globo, que embora nunca tendo se furtado a imiscuir-se nos meandros do poder, conformando e sendo conformada por injunções da economia, da política e dos marcos normativos que a envolvem, muito frequentemente incorpora em suas produções (ainda que na TV aberta isso se dê de forma menos evidente e mais lenta) pautas progressistas que estão em discussão na comunidade brasileira.

É necessário ponderar que nesta dinâmica de inclusão e exclusão de imagens a respeito de certos temas se constroem algumas das *ethicidades* características da rede de televisão que se atualizam na plataforma de *streaming*. Elas são também tensões, não na constituição dos marcos regulatórios da TV, as quais foram exploradas nos itens anteriores desta tese, mas tensões jurídicas que se apresentam no dia a dia brasileiro e que são dadas a ver segundo as lógicas do Grupo de Mídia de que fazem parte o *broadcast* e o *streaming*, perpassando programação e catálogo.

As *ethicidades*, segundo Kilpp (2008), são virtualidades que se atualizam em certas e diversas molduras, e seus sentidos são negociados (emoldurados) em diferentes instâncias entre emissor e receptor, que compartilham, de modo desigual e diferenciado, certos imaginários que

tornam possível o processo de comunicação. Em “Aruanas” percebemos uma atualização dos imaginários a respeito da Amazônia, da sua degradação e das relações políticas que envolvem esta temática.

Assim, o “padrão Globo de qualidade”, ao nosso ver é *ethicidade* que se atualiza no Globoplay na medida em que se percebe nos produtos que se incorporam ao seu catálogo, especialmente nas suas narrativas seriadas “originais”, entre eles “Aruanas”, a ênfase na valorização das diferenças, das individualidades, das minorias e dos excluídos, no lugar do prestígio à integração nacional ou o estímulo ao consumo (outrora colocados em destaque).

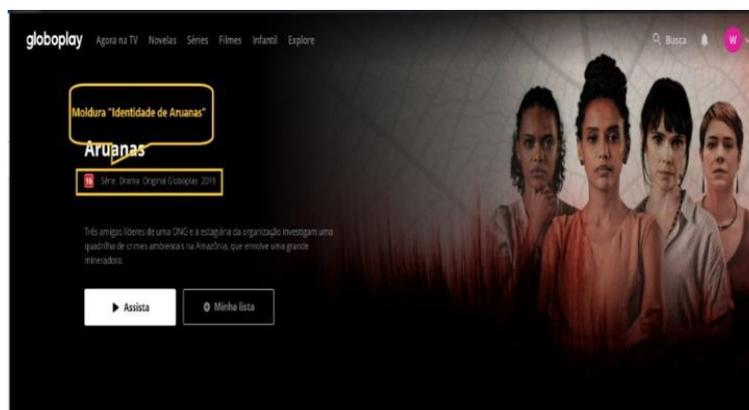
Esta qualidade também se evidencia quando as pautas abraçadas pelos produtos audiovisuais do Globoplay tentam gerar comoção nacional em torno de grandes temas de interesse coletivo (MACHADO, 2000, p. 25) ou, ainda, quando reúnem um arsenal de técnicas que permitem detectar as demandas da audiência e da sociedade e as transformam em produções audiovisuais com grande apelo social. Lembramos aqui a perspectiva da regulação algorítmica já analisada anteriormente.

5.4.2 Dissencando a interface de “Aruanas” no interior da plataforma do Globoplay

Depois de passarmos sobre as molduras que nos separam das produções “originais” do Globoplay, chegamos à página que dá finalmente acesso aos episódios da narrativa seriada.

Ali, em destaque, será possível perceber a moldura “classificação indicativa” seguida de informações que levam o usuário a antever que tipo de experiência está sendo demarcada. A plataforma identifica a série “Aruanas” como drama, classificação 16 anos, original do Globoplay, cuja distribuição se deu em 2019.

Figura 38 - Moldura identidade de “Aruanas”



Fonte: captura do Globoplay, intervenção feita pelo autor em amarelo

Logo abaixo da moldura “identidade”, abre-se uma moldura com informações sobre a temporada, episódio e uma barra vermelha que dá a ver o tempo de expectativa já realizado naquele episódio, indicando o número de minutos restantes.

Interessante notar que os episódios de “Aruanas” possuem duração entre 38 e 53 minutos o que deixa claro que, entre as condições de produção, estão inseridas lógicas televisivas, eis que esta duração também é comum às novelas, produtos tradicionalmente relacionados à TV aberta.

O fato de “Aruanas” ter sido inserida na grade de programação da TV Globo no ano de 2020 no horário após a exibição da novela das 21:00, tradicionalmente utilizado para a distribuição de minisséries ou filmes, também é elemento que borra as bordas entre o que seria uma produção original do *streaming* e o que seria propriamente televisivo. Fica fácil perceber que as lógicas de produção do que vai para a TV e depois para o *streaming* e do que segue a rota inversa são as mesmas, mesmo levando em conta o regime de expectativa mais hermético da TV.

Ao que tudo indica aquilo que o Globoplay quer dar a ver como original está mais atrelado ao local onde se dá a exibição inédita do produto, do que às suas características tecnoestéticas.

Conforme lembra Machado (2000), a narrativa seriada é gênero muito afeito à televisão diante do fato de que a programação televisual frequentemente é concebida em forma de blocos, cuja duração varia de acordo com cada modelo de emissora (comercial ou pública). Os blocos menores, típicos da televisão comercial, se justificam pela necessidade de disponibilizar mais tempo de audiência a ser utilizado para publicidade. Por isso a emissão diária de um programa é subdividida em blocos, porém ela mesma, a emissão, é parte de um conjunto maior que se espalha ao longo de período mais longo (meses, anos).

A serialidade está exatamente aí nesta forma de distribuição fragmentada e descontínua que suscita esforços para que, nos intervalos nos quais a descontinuidade se dá, o espectador mantenha seu interesse no produto. Não por acaso, nos casos nos quais as interrupções entre capítulos ou episódios são mais longas se torna necessário que outros produtos da televisão se refiram à série, a fim de trazer à memória do espectador o que está acontecendo e quais as expectativas para o próximo capítulo¹⁷⁸.

Machado (2000) acrescenta que os intervalos não são apenas uma imposição de ordem econômica e financeira, mas acabam por cumprir uma função estrutural nas produções seriadas, exercendo um papel organizativo muito preciso que é o de garantir um momento de respiro para

¹⁷⁸ Cenas dos próximos capítulos eram comuns nas telenovelas. O universo cinematográfico da Marvel (propriedade da Disney) atualiza como ninguém esta característica ao exibir cenas pós-créditos ligando um filme a outro, mesmo em se tratando de produções com certa autonomia.

o espectador que não está em uma sala isolada e escura como no cinema, mas sim em um ambiente muitas vezes compartilhado com seus familiares e sujeito a intervenções que lhe roubam a atenção o tempo todo.

Os intervalos permitem esse alívio para absorver a dispersão e ainda devem ser sincronizados com momentos de tensão que permitem a retomada do interesse do espectador, seja qual for a duração desta interrupção.

“seccionando o relato no momento preciso em que se forma a tensão em que o espectador mais quer a continuação ou o desfecho, a programação de televisão excita a imaginação do público. Assim, o corte e o suspense emocional abrem brechas para a participação do espectador, convidando-o a prever o posterior desenvolvimento do entrecho.” (MACHADO, 2000, p. 88)

O Globoplay, como de sorte outras plataformas de *streaming*, mantém estas lógicas televisivas ao segmentar suas narrativas em episódios de duração semelhante, acrescentando marcas de identificação também comuns ao meio de comunicação de massa como vinhetas, aberturas, créditos finais e uma moldura específica (“assista ao próximo episódio”), que ao mesmo tempo facilita e incentiva a continuação da expectativa.

Os serviços de *streaming* inicialmente tensionaram o paradigma televisivo da serialização ao distribuir séries inteiras nas suas plataformas. Na verdade, eles se estabeleceram em torno de práticas típicas das vídeo locadoras nas quais se podia alugar um DVD ou VHS com várias temporadas de um mesmo programa e, em razão do prazo para devolução do produto, demandava-se aproveitá-lo no mais curto intervalo de tempo. Surgiu daí a prática do *binge watching* que se abriu como opção em várias produções, como forma de gerar vínculos mais intensos entre usuário e plataforma de serviço.

O Globoplay estruturou molduras próprias contendo um acervo de séries curtas e longas, onde atribuiu seus sentidos para o hábito de “maratonar” os produtos seriados.

Porém, gradativamente estamos vendo a retomada das lógicas do *broadcast* neste ponto.

Na medida em que muitos serviços se organizam em torno da disponibilização da programação linear de canais de televisão, diferenciando-se das emissoras apenas pela tecnologia de distribuição, tem se tornado cada vez mais frequente a recuperação da prática de serialização semanal, com a disponibilização de episódios das séries no mesmo dia e hora em que são lançados na TV aberta.

Este intervalo, que pode corresponder a uma semana, tem sido propício para a ampliação do interesse sobre o produto televisivo com a intensificação das discussões sobre seu conteúdo em outras plataformas de interação social. O espaço doméstico no qual a família discutia as cenas das novelas e as prováveis sequências de capítulos, as revistas de fofocas e as páginas

dos jornais de domingo que contemplavam as resenhas parciais das produções da TV estão convergindo para as mídias sociais e outras plataformas, onde perdura o vínculo de audiência.

Com ou sem o incentivo dos empregados das empresas de mídia, os quais muitas vezes se posicionam como influenciadores digitais, tem sido quase tão divertido comentar, analisar e construir teorias sobre os episódios das séries, quanto assisti-los quando se tornam visíveis nas plataformas originais¹⁷⁹.

No caso específico de “Aruanas” a distribuição do *streaming* se deu com a disponibilização da temporada completa, após a exibição do primeiro capítulo em pré-estreias e na TV aberta, assim, esta espécie de extensão dos espaços de fidelização da audiência não foi percebida durante o intervalo de pesquisa.

A exibição da primeira temporada na TV aberta no ano de 2020 (em episódios semanais, todas as terças por volta das 22:30, logo após a novela das 21:00 - “Fina Estampa”) não gerou engajamento suficiente para que as interações em mídias sociais alcançassem algum destaque, apesar de alcançar uma média de audiência de 20 pontos no IBOPE, com 38% do *share*.

Voltando à moldura “Originais Globoplay” na interface da plataforma na *web*, percebemos que os episódios da série podem ser acessados através de *thumbnails* ativas que apresentam sempre imagens das protagonistas, ora em destaque (sete ocasiões), ora compondo o fundo de cena (duas ocasiões). Somente na *thumbnail* relativa ao episódio 07, vê-se a figura masculina que cumpre o papel de vilão principal da narrativa.

Como se pode perceber, o ativismo em “Aruanas” não apenas se vincula à causa ambiental, mas está intimamente ligado à atribuição de poder às mulheres, seguindo uma tendência que pode ser vista em produções cinematográficas de grandes estúdios de Hollywood lançadas entre 2019 e 2020, as quais refletem um pouco da reação da indústria cultural aos escândalos revelados no final de 2017.

A primeira e única temporada de “Aruanas” contou com dez episódios de 40 minutos em média. Essa duração comparece em outras séries originais Globoplay, mas não há como dizer que seja formato padronizado ou mesmo predileto, pois é possível encontrar produções com cinco episódios, como ocorre, por exemplo, em “A Divisão” (duas temporadas 2019/2020), ou com doze episódios, como, por exemplo, a primeira temporada de “Todas as mulheres do mundo” (2020). A duração de cada episódio também varia bastante de uma série para outra, não se percebendo, portanto, o rigor característico do regime de expectativa televisiva.

Uma vez que se toca a moldura que delimita o episódio, tem-se contato com uma vinheta do Globoplay, apresentando a logomarca da plataforma com a letra “L” da palavra play, sendo

¹⁷⁹ O perfil do Globoplay no *Instagram* possui 2.871 publicações e um milhão de seguidores. Nele a plataforma se apresenta em primeira pessoa e divulga trechos de vídeos e comentários de atores que participam de suas produções. É um canal de promoção de engajamento com as produções e com a plataforma de *streaming*, que potencializa a dimensão de partilha que caracteriza a própria *web*.

formada a partir de uma tela de um *tablet* em perspectiva que se movimenta em tamanho e proporção até compor a referida letra, tudo finalizado com um som característico, que não lembra nem de longe o famoso “plim, plim” da Globo¹⁸⁰. Como se pode ver nas imagens abaixo, o cruzamento entre a indústria cultural, representada pela palavra “play”, e a tecnologia possibilitada pelo desenvolvimento das potencialidades do computador, representada pela figura do *tablet*, é o tema ressignificado pela vinheta adotada pelo Globoplay.

Figura 39 - Vinheta de abertura “Original Globoplay”



Fonte: captura do Globoplay, composição feita pelo autor

Na sequência, aparece a abertura da série, que é acompanhada de marcas visuais e trilha sonora próprias e que remetem às aberturas típicas de produções televisivas, mas sem apresentar a logomarca da TV Globo ou do serviço de *streaming*. Há que se pontuar que, nos emolduramentos das novelas que são inseridas no acervo do Globoplay, as tão emblemáticas aberturas são omitidas no fluxo inicial de exibição de alguns capítulos, aparecendo, às vezes, no interior deste fluxo. Esta omissão está relacionada com questões de ordem tecnológica, mas, ainda que resultado de uma conjuntura de certa forma indesejada e forçada, significa um certo descolamento dos propósitos iniciais da plataforma de *streaming* muitas vezes mencionados neste relatório de tese.

Figura 40 - Tela de abertura de “Aruanas”

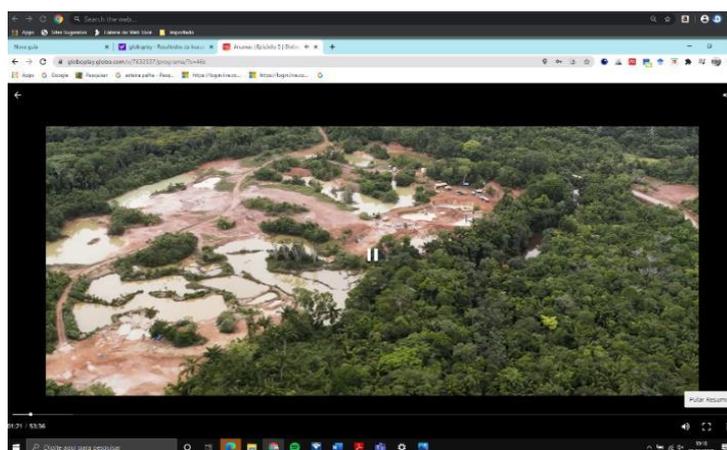
¹⁸⁰ Esse som lembra um pouco as vinhetas de serviços de *streaming* concorrentes.



Fonte: captura do Globoplay

Todos os episódios começam com cerca de dois minutos de cenas retiradas do episódio anterior, sem qualquer narração, diferente de outras plataformas de origem americana, onde frequentemente a voz de um dos personagens pronuncia frases como “antes em...” ou “no episódio anterior de...”. O Globoplay prefere deixar suas imagens falarem por si. Aposta bem próxima da construção das imagens em movimento mais características do Grupo Globo, ou seja, das novelas. Vale destacar que a serialidade típica das novelas dispensa este recurso de memória uma vez que sua exibição na grade de programação se dá de forma diária, o que permite o desenvolvimento da narrativa de forma mais lenta. Com poucos elementos na tela cada vez que um capítulo vai ao ar, não há necessidade de recuperação dos acontecimentos para que o espectador possa dar continuidade ao processo de compreensão da narrativa em caso de perda de alguns dos mencionados capítulos. (MACHADO, 2000)

Figura 41 - Moldura “Resumo do episódio anterior”



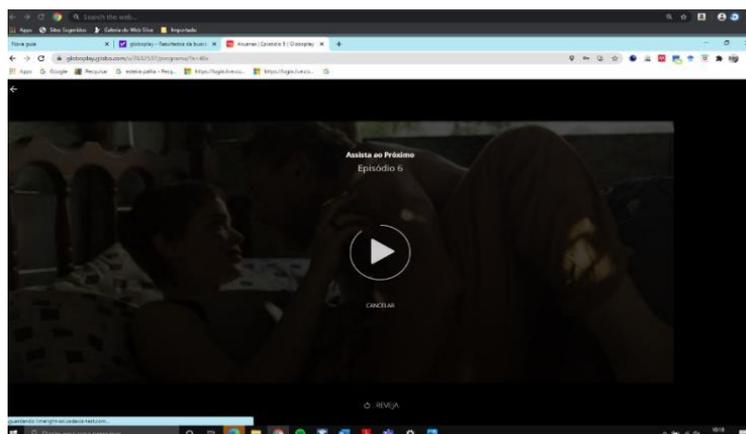
Fonte: captura do Globoplay

Reproduzindo estratégias já consolidadas no *broadcast*, o final de cada episódio corresponde a uma cena que retrata um momento de tensão, tratando-se de uma narrativa tipicamente teleológica, conforme classificação proposta por Machado (2000, p. 84).

Além dos recursos narrativos e estéticos típicos da TV, a interface do Globoplay contribui para a continuidade da experiência, sugerindo ao final de cada episódio que o usuário siga para o próximo capítulo ou reveja aquele que acabou de ser visto.

Mais uma vez, estamos diante da construção de uma forma de fruição que conduz a experiência do assinante, mantendo uma constante tensão entre a sua condição de usuário livre para interagir com a plataforma da maneira que desejar e seu *status* de espectador, mero observador dos acontecimentos que se desenrolam na tela. A plataforma flerta aqui com a condução da experiência do assinante, não nos deixando perceber com clareza se ele é espectador ou usuário propriamente dito.

Figura 42 - Conduzindo a experiência: “Assista ao Próximo”

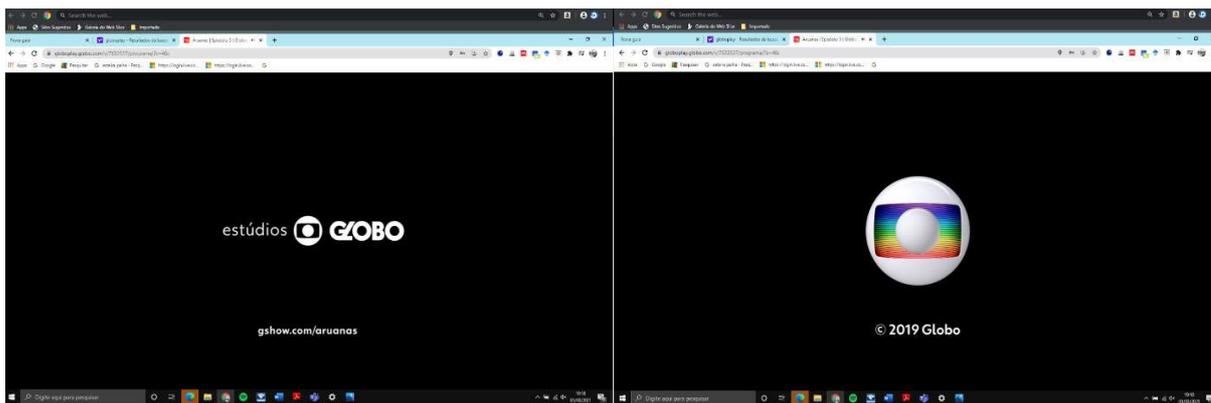


Fonte: captura do Globoplay

Em termos estéticos as imagens da série são muito semelhantes às das telenovelas da TV Globo e, muito embora no interior dos quadros que se seguem na montagem temporal não se possa ver a logomarca da emissora, ela está presente em destaque ao final dos créditos de cada episódio, junto com a informação de que os estúdios Globo foram utilizados na produção. O vínculo com a emissora de TV se torna ainda mais evidente em razão de as personagens serem interpretadas por artistas “Globais” já consagradas.

Tem se aqui outra evidência de que o que é original do Globoplay é, antes de tudo, original da Globo, não estando ainda constituída a autonomia que a plataforma de *streaming* parece estar buscando ao assimilar outras mídias em seu acervo.

Figura 43 - Marcas da dependência entre Globoplay e Globo



Fonte: captura do Globoplay, composição feita pelo autor.

5.5 DO VELHO AO NOVO: MARCAS DO JORNALISMO DA GLOBO NA INTERFACE DO GLOBOPLAY

Machado (2000, p.100) define o jornalismo dentro e fora da televisão como “uma instituição de mediação simbólica entre determinados eventos e um público de leitores ou espectadores para quem esses eventos podem ser considerados relevantes” e, assim sendo, deixa claro que qualquer discussão sobre o fenômeno passará por problemas ético-profissionais ligados à escolha e interpretação do que deve ser noticiado, bem como do papel das empresas e profissionais deste campo na condução dos conflitos que eles consideram ter a obrigação de reportar.

Essa abordagem implica, sem sombra de dúvida, uma tomada de posição do pesquisador sobre o grau de isenção dos grupos que se dedicam à atividade de guardar as chaves dos portões dos diversos campos sociais, a fim de cumprir a função que Niklas Luhmann (2005) atribui às mídias, qual seja, a mediação de sentidos a partir de imaginários minimamente compartilhados.

Ocorre que tratar deste árido tema nesta tese demandaria um grande distanciamento do propósito da pesquisa que orbita um mapeamento das tensões jurídicas que se atualizam na interface da plataforma de *streaming* do Grupo Globo, por isso, ao selecionarmos no interior do Globoplay aspectos sobre o jornalismo, o fazemos com a intenção de identificar as possibilidades de remediação e convergência dos programas cuja trajetória se confunde com a da própria televisão brasileira e que ao serem migrados para o *streaming* também podem receber influências deste novo modelo de distribuição.

É relevante destacar que o Globoplay foi o primeiro serviço em operação no Brasil a disponibilizar vídeos com conteúdo tipicamente telejornalístico¹⁸¹, por isso, observar estas

¹⁸¹ O jornalismo comparece na plataforma como uma mistura de programas que vão desde o telejornalismo padrão (polifônico) até programas opinativos, passando por documentários ou coberturas de eventos de destaque. Não se

materialidades pode ajudar a compreender outras nuances sobre a constituição do audiovisual pautado nos protocolos de computador.

Deixamos claro, portanto, que não pretendemos aqui verificar o grau de isenção dos telejornais da Globo que se atualizam na plataforma, mas sim mapear algumas de suas características tecnoestéticas enquanto observáveis para a eventual descoberta daqueles atravessamentos entre o direito e a comunicação que nos motivaram a pesquisar.

Fugimos da análise de conteúdo, se favorável ou não a determinados agentes políticos¹⁸², mas não nos furtamos de observar eventuais recorrências temáticas que corroboram certos valores que o Grupo Globo enuncia como seus, alguns dos quais já identificamos nas molduras que delimitam a narrativa seriada “original” da plataforma.

Segundo Machado (2000), a principal característica do telejornal é a ausência de unidade narradora central capaz de captar de antemão todos os fatos que serão objeto da mensagem, dando coerência integral ao relato. No mais das vezes os eventos que podem se tornar notícia estão se desenrolando, logo as visões que se sobrepõe sobre ele no curso do programa televisivo podem variar a depender de qual profissional as está captando.

Os fatos que se tornam imagens são testemunhados pelas lentes da emissora ou por colaboradores convocados para este fim entre pessoas comuns capazes de realizar certos registros em razão da profusão do uso de *smartphones*. Com base nestas capturas, tenta-se obter certa coesão. A mediação pelos profissionais contratados pela emissora ampliada por esta contribuição “amadora” é, entretanto, essencial para a constituição do relato sobre os eventos e, em última análise, passa a ser integrante da própria mensagem telejornalística.

O telejornal é um construto tipicamente televisivo, uma *eticidade*, através da qual as marcas características de uma emissora podem ser rastreadas. Ele não se concebe como uma lente de aproximação da realidade, mas como o resultado de um processo de mediação sujeito às lógicas do grupo empresarial que detém os meios para seleção daquilo que deseja dar a ver.

Ainda segundo Machado (2000, p. 102), a mediação do *staff* é condição fundante do relato de um evento por um telejornal. Sem ela não há possibilidade para a construção da mensagem, a menos que o próprio espectador seja o protagonista. Aí reside a diferença desse gênero em relação a formas midiáticas que possuem o mesmo objetivo, como, por exemplo, o

percebe em nenhum deles qualquer tentativa de se estabelecer uma espécie de contraditório às posições políticas e principiológicas que são assumidas pelo Grupo Globo como seus “compromissos sociais”.

¹⁸² Esta estratégia metodológica vai ao encontro da conclusão de Machado (2000, p. 100) quando reconhece o equívoco desta abordagem conteudística que leva em conta o número de vezes no qual um telejornal publicou matérias favoráveis ou contrárias a determinado grupo político. Assim como o autor, pensamos que é demasiado presunçosa a premissa de que telespectadores são ingênuos a ponto de repetir de forma acrítica a intenção da empresa ou da equipe que produz o programa televisivo. A própria avaliação sobre a posição (a favor ou contra) depende muito das condições de recepção, que inclui, antes de tudo, o conjunto de pré-compreensões do ouvinte/espectador. Ademais, a hermenêutica de qualquer mensagem parte exatamente da premissa de que é impossível haver comunicação que não contenha em si certo espaço de interpretação.

jornal impresso, onde o relato final parece ser fruto de um coletivo e não do somatório de olhares e enunciações individuais sobrepostas.

Feitas estas considerações, passemos à análise do objeto em si.

Observando a página inicial (*home page*) da plataforma não se vê a referência ao jornalismo entre as categorias que aparecem no alto da referida interface, embora ali estejam as novelas, séries, filmes e infantil. Pareceu-nos estranha esta ausência já que a rede Globo se constituiu como emissora de sucesso também por conta de seus produtos jornalísticos, em especial o “Jornal Nacional”, cuja primeira edição foi ao ar cerca de quatro anos após o início das transmissões da TV, com a pretensão de sinalizar o papel de unidade que este meio poderia exercer em relação à cultura nacional¹⁸³.

O primeiro espaço de significação deste gênero televisivo na interface do Globoplay aparece quando rolamos a “*home page*” para baixo e localizamos a moldura “Categorias”. Nela se abre uma lista capaz de ser rolada no eixo horizontal, permitindo visualizar as molduras “Jornalismo”, “Esportes”, “Programas locais”, três últimos itens ali enunciados.

O jornalismo não comparece na moldura “Gêneros” um pouco abaixo, só voltando a ser visível na moldura “mais vistos” última a ser acessada nesta página inicial, em meio um conjunto de pequenos vídeos majoritariamente referentes ao BBB.

Na moldura “Jornalismo” comparecem 41 (quarenta e um) cartazes¹⁸⁴, nos quais predominam as imagens dos âncoras ou repórteres contratados pela Rede Globo. Nestes quadros, o Globoplay privilegia a personalidade dos apresentadores, porém, como se sabe, a produção de maior sucesso neste segmento, o “Jornal Nacional”¹⁸⁵, pode ser emoldurada dentro

¹⁸³ “O *Jornal Nacional* da Rede Globo, um serviço de notícias integrando o Brasil novo, inaugura-se neste momento: imagem e som de todo o Brasil”. Foi assim que o apresentador Hilton Gomes abriu, às 19h45, a primeira edição do *Jornal Nacional*, no dia 1º de setembro de 1969. A voz de Cid Moreira anunciou: “Dentro de instantes, para vocês, a grande escalada nacional de notícias”. O *Jornal Nacional* estreou para competir com o Repórter Esso, da TV Tupi. Foi o ponto de partida de um projeto que pretendia transformar a Globo na primeira rede de televisão do Brasil. Meses antes, a Embratel havia inaugurado o Tronco Sul, que possibilitava a integração de Rio, São Paulo, Porto Alegre e Curitiba. A formação dessa espécie de rede era possível com a ajuda de um sistema de microondas. O equipamento ligava, por sinais, o estúdio à torre de transmissão da emissora. A partir dessa tecnologia, a Globo pretendia gerar uma programação uniforme para vários estados e diminuir os custos de produção.” (MEMORIA GLOBO, 2021)

¹⁸⁴ Entre os produtos que a plataforma apresenta como “jornalismo” encontramos programas como *Jornal Nacional*, *Globo Rural*, *Fantástico*, *Jornal Hoje*, *Globo Repórter*, *JA 1ª Edição*, pequenas empresas e grandes negócios, *Bom dia Brasil*, *Jornal da Globo*, *Bom dia GO*, *Hora 1*, *Combate ao coronavírus*, profissão repórter, *Jornal do Campo*, *Como será?*, *Complexo*, *Novo Coronavírus: perguntas e respostas G1*, *Globo Mar*, *Retrospectiva 2020*, *Retrospectiva 2020: edição Globoplay*, *Que mundo é esse*, *Sábado*, *Sábado: Região dos Lagos*, *Arquivo N*, *Mulheres Fantásticas*, *News Roberto D’Ávila*, *News Cidades e Soluções*, *Bem Sertanejo*, *Ofício em cena*, *O melhor do Brasil é o brasileiro*, *A canonização de Irmã Dulce*, *Quem sou eu?*, *News Documentário*, *News Documento*, *News Fernando Gabeira*, *News Jornalista desde Criançinha*, *O Brasil que eu quero*, *Globo News Em movimento*, *História do Futuro*, *Brasileiros*, *News Prisma*.

¹⁸⁵ A TV Globo destaca a importância deste produto ao colocá-lo no site *globo.com* como o primeiro telejornal a ser transmitido em rede em “todo o Brasil”, embora saibamos que durante muito tempo o acesso à televisão no interior do país tenha sido bastante difícil em razão dos custos para a aquisição de aparelhos e mesmo por conta da dificuldade de acesso à energia elétrica. Essa rede ressaltada como de abrangência nacional realmente se ampliou muito durante o governo militar instaurado a partir de 1964, tendo havido, inclusive, incentivo público para aquisição de televisores e distribuição generosa de concessões a aliados políticos e empresários. Segundo

do modelo padrão de jornalismo, onde não há uma entidade narradora central, sendo a função do apresentador, na maior parte das vezes, limitada a leitura das notícias e à amarração dos vários enunciados, convocando as “matérias” dentro de blocos nos quais a opinião do repórter não é explicitada, mas sim construída através de um jogo de exposição e ocultação na qual a linha editorial do grupo de mídia se revela silenciosamente como se fosse algo que brota da inteligência do espectador.

Dentro do fluxo telejornalístico seria possível observar uma série de molduras para o emolduramento do fato a ser retratado, o apresentador, o repórter de campo, a testemunha do evento e, é claro, os ângulos de visão dados a perceber pelos movimentos de câmera, já que o operador deste equipamento também faz parte do conjunto de percepções sobre o evento que se sobrepõem e agenciam com o espectador os sentidos que a emissora deseja negociar com ele.

Durante nossos movimentos exploratórios da interface, optamos por assistir às edições do “Jornal Nacional” que veicularam a enunciações sobre a prisão e liberdade de Luiz Inácio Lula da Silva, tendo sido possível notar que os repórteres e âncoras dos produtos jornalísticos da Globo remediados no Globoplay gozam de uma relativa autonomia e estão sempre entre a voz institucional e a voz individual, constituindo-se em uma espécie de interface entre os eventos enunciados e a rede de televisão. Seu comportamento na frente das câmeras carrega marcas de enunciação próprias, admitindo certas diferenciações performáticas como tom de voz e aparente diferenciação de envolvimento entre um tema e outro, mas há uma espécie de distanciamento que parece entregar a conclusão final para quem assiste.

O “Jornal Nacional”, mesmo quando migrado para o serviço de *streaming*, amolda-se perfeitamente à descrição que Machado (2000, p. 107) apresenta de um telejornal, já que é composto de uma mistura de distintas fontes de imagem e som, como gravações digitais, filmes, material de arquivo, fotografia, gráficos, mapas, textos, além de locução, música e ruídos. Em termos de conteúdo, o programa que se apresenta para expectativa no Globoplay não inova e continua a ser composto de tomadas em primeiro plano enfocando pessoas que falam diretamente para uma câmera, conectadas por apresentadores que buscam não demonstrar comprometimento com algum ponto de vista específico¹⁸⁶.

Machado Filho (2020, p. 59), os veículos de comunicação passaram a ter valor estratégico e de segurança nacional, principalmente no que dizia respeito à integração nacional, integridade territorial, preservação de valores morais e espirituais da nação e paz social, daí a relação de proximidade entre tais veículos e o governo.

¹⁸⁶ Desde 1996, William Bonner, que hoje também é editor chefe do telejornal, está presente na bancada do JN de onde conduz o programa. Sua ascensão à bancada se deu em meio a uma reformulação da proposta do jornalismo da Globo, então dirigido por Evandro Carlos de Andrade, tendo como objetivo dar maior credibilidade às notícias e dinamizar as coberturas. (MEMÓRIA GLOBO, 2021)

Se por um lado não há qualquer tentativa de criação (pelo menos no momento) de conteúdo jornalístico próprio na plataforma de *streaming* brasileira, as possibilidades de inovação se dão quando da emolduração dos programas na interface computacional.

Observou-se que ao ser transportado para o serviço de *streaming*, o “Jornal Nacional”, tem sido emoldurado de duas formas, o que lhe pode conferir certas especificidades.

A primeira contém a íntegra do programa e conserva toda sua estrutura, mantendo inclusive a abertura e o fechamento com os créditos que vão ao ar na TV - nada de novo aqui. A segunda, por seu turno, estrutura-se em vídeos curtos com cortes que ora coincidem com os blocos nos quais o programa é dividido quando de sua exibição televisiva, ora apenas com unidades narrativas, cujos sentidos e funcionalidades são fruto da editoração do próprio serviço de *streaming*.

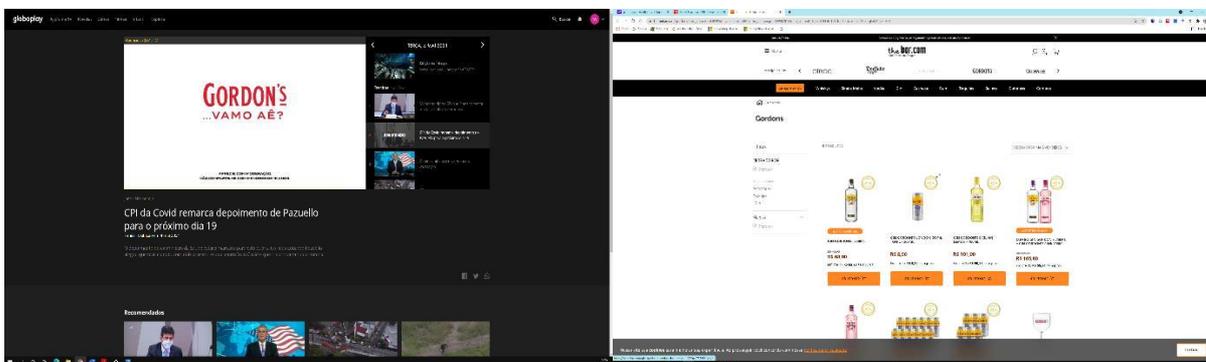
Nesse ponto é preciso destacar que, apesar da exclusão dos intervalos comerciais que vão ao ar na TV, a monetização dos produtos transportados para a plataforma não deixa de ser intensa, já que, a cada tentativa de movimentar a barra de andamento do vídeo, duas ou três inserções comerciais são exibidas sem que a possibilidade de “pular” seja ofertada ao usuário.

Além desta ampliação das janelas de financiamento do serviço, o *streaming* acrescenta uma nova dimensão decorrente dos protocolos de computador que atravessa o campo jurídico. Trata-se da possibilidade de, ao clicar sobre a peça comercial, o usuário ser redirecionado para a página do anunciante, a fim de promover a compra *on line*.

Visualizamos que questões sobre a abusividade ou enganosidade publicitárias poderão ser objeto de preocupação quando da definição do marco regulatório desta nova ambiência, especialmente se essa prática se estender à expectativa de conteúdo infantil.

Na imagem abaixo, procura-se ilustrar esta potencialidade consumerista exacerbada pelos protocolos da internet.

Figura 44 - Potencialidade consumerista



Fonte: captura do Globoplay/The bar.com, composição feita pelo autor

Ainda sobre o jornalismo que se apresenta na rede Globo e se transporta para o Globoplay, pode-se dizer que outra de suas marcas características, talvez herdada da experiência do rádio, é a identificação dos sujeitos enunciadoreis.

Segundo Raymond Williams, citado por Machado (2000, p. 109), a identificação da voz teria sido introduzida no rádio e na televisão por uma contingência da Segunda Grande Guerra como forma de prevenção contra eventuais invasões e capturas de emissoras. Na atualidade, o procedimento se encontra naturalizado na estética televisiva, muitas vezes sendo feito através do próprio falante, outras através de textos que são inscritos na tela, seja antes, durante ou depois da apresentação.

O “Jornal Nacional” utiliza esta estratégia no início de sua exibição e a reforça quando um apresentador convoca outro repórter, comentarista ou interlocutor para a enunciação dos fatos. Esta marca televisiva é recuperada no *streaming* dentro e fora dos vídeos, eis que até mesmo na seleção das *thumbnails* que identificam o programa, a persona dos apresentadores é explorada.

Figura 45 - Identificação dos sujeitos enunciadoreis



Fonte: captura do JN no Globoplay, composição feita pelo autor

À identificação dos sujeitos falantes, se soma a identificação do local de onde partem as imagens que são utilizadas na enunciação do evento, bem como de certas condições de enunciação úteis para reforçar a credibilidade de determinada visão sobre o acontecimento ou mesmo para colocá-la propositalmente em xeque, como sói acontecer em situações nas quais a imagem que circula passou por algum crivo indesejado pela produção do programa. Os produtos jornalísticos que ingressam na grade de programação diária da Rede Globo, em linhas gerais, reúnem estas características.

Recursos adicionais para mascarar marcas de enunciação, tais como trilha sonora, reencenação de acontecimentos ou mesmo a utilização da figura do Ancora, pessoa onisciente, onividente e onipresente, que cumpriria o papel de voz consensual que se intromete nos relatos e fecha a “notícia” com um comentário de tipo editorial, não são frequentes na produção jornalística da Globo que vai para o *streaming*. Quando muito o apresentador, em situações

excepcionais, enuncia a posição que deve ser recebida como sendo da emissora ou do grupo de mídia¹⁸⁷.

Podemos dizer, assim, que o telejornalismo da rede Globo se amolda ao conceito de jornalismo polifônico ou tradicional e, nesse ponto, nada há no *streaming* que represente novidade.

O jornalismo opinativo ou pós-moderno (VERON, 1995 apud MACHADO, 2000) não aparece na produção da TV aberta. Sua utilização é preterida diante da ênfase que se dá à utilização de “especialistas” que acabam por cumprir o papel de mediação entre a voz institucional e a voz individual dos entrevistados e que atuam sempre que acionados por um apresentador que norteia a construção do acontecimento, segundo a visão editorial do canal.

O *streaming* abre-se à possibilidade de inserção dos produtos concebidos para a TV segmentada, havendo motivos para acreditar que, em breve, haverá experiências que permitam um tipo misto de jornalismo neste espaço. Índícios disso estão na disponibilização de podcasts em uma moldura específica da plataforma nos dispositivos móveis.

Ainda no interior da moldura que dá acesso ao “Jornal Nacional”, no link emoldurado como “trechos”, abrem-se molduras onde se enunciam certos sentidos de popularidade do telejornal. Alguns destes vídeos são emoldurados como “Mais vistos de sábado” ou “Mais vistos” e depois seguidos de molduras que remetem apenas aos dias nos quais foram exibidos os conteúdos audiovisuais.

Os vídeos no interior destas molduras têm duração que oscila bastante e não demonstram ter sido selecionados sob critérios que permitam identificar o contraponto da posição sobre os eventos que a emissora enunciou. Assim como ocorre no jornalismo tradicional da TV, eles são a soma de vozes diferenciadas sobre os temas, mas quase nunca divergentes do ponto de vista que parece nortear a visão editorial da empresa.

Ao nosso ver a curadoria que incide sobre os vídeos que estarão dispostos na plataforma de *streaming* (tendo sido realizada com intervenção de algoritmos ou não) não inova nas lógicas de trabalho da TV aberta, podendo inclusive ser objeto da advertência já feita por Machado (2000) quanto a este gênero televisivo:

“o modelo polifônico de telejornalismo pode ser acusado, não sem razão, de tentar mascarar o fato de que toda produção de linguagem emana de alguém, ou de um grupo, ou de uma empresa, portanto nunca é o resultado de um consenso coletivo, mas de uma postura interpretativa “interessada” diante dos fatos noticiados. No entanto, ao contrário do modelo anterior, ele não pode ser acusado de atentar contra a inteligência do espectador ou de pressupor qualquer incapacidade interpretativa por parte da audiência.”

¹⁸⁷ Mais recentemente, tem sido frequentes certos “escapes” como os pequenos comentários dos apresentadores e expressões fisionômicas de aprovação ou rejeição ao conteúdo noticiado.

Esta espécie de editoração disfarçada, fica evidente ao observarmos que, dos 15 vídeos dispostos na lista “Terça-Feira, 09/03/2021”, há cinco versando sobre as decisões do STF a respeito do processo que envolve Luiz Inácio Lula da Silva, quatro das quais evidenciam posturas da defesa e votos favoráveis à anulação do processo, sendo certo que os motivos dos votos contrários à anulação sequer são mencionados. Obviamente, a curadoria do serviço de *streaming* não pode incidir sobre enunciações que não foram feitas na produção original, mesmo assim, seria possível o resgate ou a referência às manifestações contrárias emitidas em momentos anteriores.

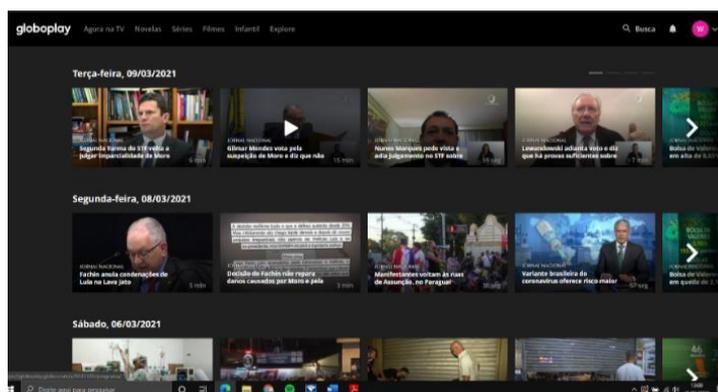
Interessante notar que o vídeo que reproduz o voto do ministro Gilmar Mendes tem 15 minutos, o que revela a ideia do Min. Lewandowski tem 7 minutos e o que pede a suspensão do processo para análise mais acurada tem 1 minuto. Em todos eles não se dispensa a mediação dos apresentadores antes da exibição das imagens da TV Justiça que foram transmitidas na exibição “ao vivo” do telejornal.

O Globoplay perde assim uma grande oportunidade de constituir um jornalismo novo, já que os vídeos consistentes nos trechos do programa poderiam ser articulados não pela enunciação do apresentador, mas pela ordem na qual aparecem na interface e pelos textos escritos que os acompanham. Se assim o fosse, estaríamos diante de um jornalismo puramente do *streaming*, onde os apresentadores poderiam ser substituídos por molduras espaciais ligadas a textos, que transfeririam para o usuário o papel de interpretar os fatos capturados nos vídeos, independentemente da intervenção ideológica ou comercial supostamente abraçada pela empresa¹⁸⁸.

Ainda assim, o jornalismo remediado no *streaming* apresenta potencial para configurar algo diverso daquilo que ocorre na TV, especialmente na moldura que territorializa os trechos de uma de suas edições, já que o usuário poderá selecionar os vídeos a serem assistidos a partir das descrições aderidas a eles, dispensando aqueles que potencialmente sejam contrários aos seus interesses e ideias.

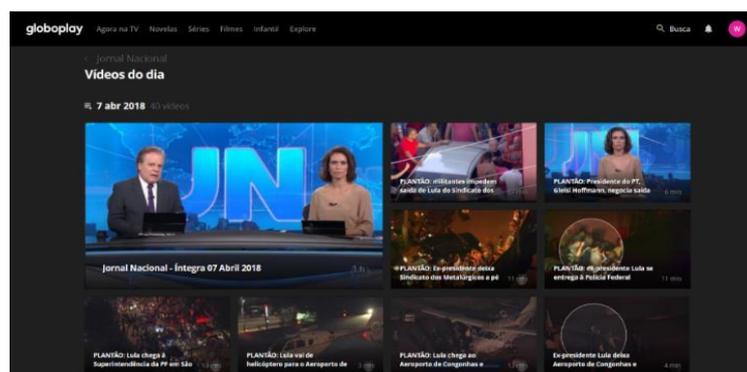
Figura 46 - “Jornal Nacional - Trechos” - enunciações sobre o dia 13 de março de 2021.

¹⁸⁸ A observação dos trechos do “Jornal Nacional” do dia 07 de abril de 2018 (data da prisão de Luiz Inácio Lula da Silva) permitiu ver que a mediação dos apresentadores do telejornal não foi omitida. Tal fato revela que a estratégia de imediação ainda não é utilizada na distribuição dos trechos do telejornal na plataforma.



Fonte: captura do Globoplay

Figura 47 - Moldura “Vídeos do Dia”: o novo estaria aqui?



Fonte: captura do Globoplay

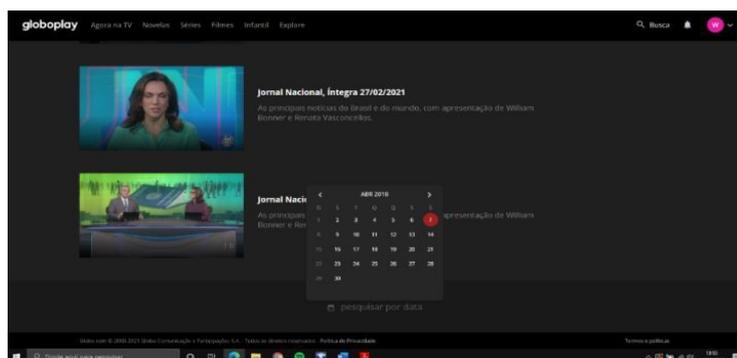
Pelas características que identificamos na interface e na expectativa de alguns trechos do “Jornal Nacional” migrados para o serviço de *streaming* é possível perceber que, mesmo diante de decisões que propiciaram enorme espaço de liberdade para que produtores e programadores procurassem ressignificar suas lógicas de trabalho ao distribuírem audiovisual pela internet, pouco ou nada de novo está sendo oferecido aos usuários.

No que concerne a um dos produtos de maior destaque na grade de programação da emissora, o Globoplay se apresenta como um verdadeiro repositório de memórias, como um grande banco de dados equiparável a um verdadeiro buscador de imagens da televisão.

A moldura abaixo parece ser bastante significativa ao revelar este caráter memorial através do qual se impõe ao usuário um “eterno retorno do mesmo”. Ela aparece após a rolagem da página onde se localizam as edições do telejornal e, não por acaso, é significada por um ícone em forma de calendário, ou seja, por uma imagem que remete ao tempo cronológico ao qual nos referimos no capítulo 2 deste relatório.

Trata-se de um link ativo que, uma vez acionado, permite visualizar uma tabela com datas que pode ser rolada no eixo horizontal, na busca dos dias desejados, mas que não permite a indicação de uma data específica como argumento de busca.

Figura 48 - Busca por datas: o “eterno retorno”

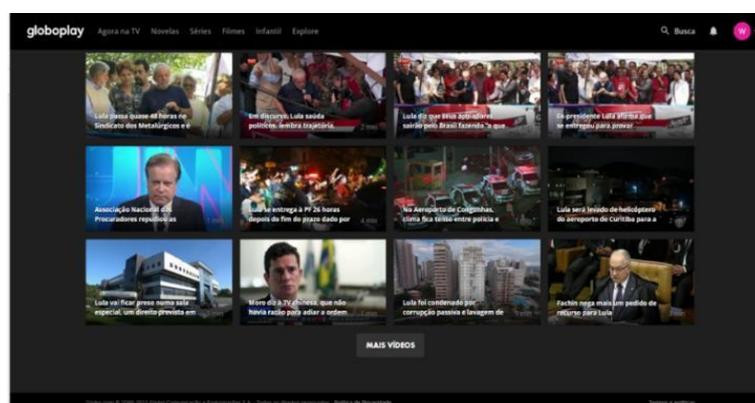


Fonte: Captura do Globoplay

O dia 07 de abril de 2018 foi escolhido como marco para observação desta interface, tendo em vista que nele aconteceu a prisão de Luiz Inácio Lula da Silva, após condenação pelo Superior Tribunal de Justiça por decisão unânime no caso que versava sobre corrupção passiva e lavagem de dinheiro ocorridas em torno da compra de um apartamento. Objetivava-se mapear eventuais atravessamentos entre a estrutura da edição integral do telejornal e os trechos que foram disponibilizados na plataforma, levando em conta que aquela edição do programa se dedicou quase que exclusivamente à cobertura deste evento.

Nosso primeiro foco estava na identificação das vozes que enunciaram o evento, a fim de verificar se o serviço de *streaming* poderia, em razão de suas lógicas de funcionamento, ressignificar a categorização do telejornal como polifônico, tradicional ou não opinativo. Porém, como já antecipado acima, o único destaque que percebemos disse respeito à descrição incompleta dos conteúdos nas *thumbnails* dos trechos, o que provocaria certa curiosidade no usuário, dando a ver mais uma vez as tentativas de condução da experiência de expectativa numa espécie de recuperação da grade televisiva e sua reversão em uma montagem espacial.

Figura 49 - Grade espacializada



Fonte: Captura do Globoplay

Ficou patente nesta observação do “Jornal Nacional” no serviço de *streaming* que o caminho do “velho” ao “novo”, ou seja, da TV para a plataforma/serviço de *streaming* não resulta, pelo menos até esse momento, numa remodelação estrutural deste gênero televisivo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Segundo Manuel Castells (2003, p. 13), a história da criação e do desenvolvimento da internet é a história de uma aventura que põe em relevo a “capacidade que têm as pessoas de transcender metas individuais, superar barreiras burocráticas e subverter valores estabelecidos no processo de inaugurar um mundo novo”. Essa ideia resume significativamente o que entendemos por resiliência e tem o mérito de deixar evidente que tal capacidade de adaptação é exercida através de microrrelações de poder, situadas nas entranhas dos campos sociais de forma mais ou menos insidiosa.

Quando escolhemos estudar a contribuição da dimensão jurídica para a migração de imagens televisivas para os computadores, já tínhamos uma noção sobre o papel da dimensão econômica na indústria cultural e imaginávamos que o Direito tinha certa prevalência sobre esta, impondo suas pretensões de controle aos movimentos de dissociação e associação das empresas do seguimento audiovisual.

Porém, assim como a própria internet só alcançou seu atual estágio de desenvolvimento rompendo as barreiras impostas pelo direito de propriedade e pelas lógicas da competição, deixando prevalecer a lógica da cooperação e da liberdade de informação, sendo conformada pelos seus usuários, também o direito regulatório do seguimento audiovisual ao longo de sua história tem sido conformado pelos próprios *players* deste ramo da indústria.

A própria noção de internet como mídia, fulcrada em categorias como compartilhamento, acervo e memória que, segundo Castells (2003), está imbrincada a uma cultura de liberdade de acesso à informação às vezes exercida contra as imposições governamentais e outras vezes com o apoio do governo, nos fez lembrar que as migrações de imagens que visualizamos no nosso objeto ora como convergência, ora como remediação, não prescindiriam da liberação das amarras que prendiam os modelos de negócio estabelecidos na ambiência da sociedade dos meios ou, como referido por Machado Filho (2020), da “Era da Indústria”, a qual se encontra em processo de substituição pela “Era da Informação”.

Tensionando as dimensões constitutivas do audiovisual televisivo brasileiro com os conceitos de convergência e remediação, percebemos que estes movimentos acabam por também se refletir nas normas, tendo sido possível identificar formas de expressão da convergência normativa do audiovisual mais amplas que aquelas que nos haviam sido sugeridas por Dupagne e Garisson (2006).

No quadro abaixo, tentamos sintetizar as observações sobre os movimentos normativos e seus pilares:

Quadro 13 - Movimentos normativos do audiovisual brasileiro e seus pilares**(continua)**

Período	Pilares normativos da comunicação audiovisual	Espécie de movimento
1930 a 1950	Atividade restrita a brasileiros; Regime restritivo e intervencionista → disciplina e limitação pelo Poder Executivo; Serviço público estratégico; Finalidade educativa; Confusão entre telecomunicações e radiodifusão; Unidade normativa entre (rádio e TV); Introdução do caráter comercial com autorização de ‘dissertações’ de 30 segundos, por, no máximo, 10% do tempo de programação.	Convergência normativa inicial (Dec. 20.047/1931), gradualmente substituída por divergência consistente em regras de menor hierarquia para cada setor; Divergência tecnológica
1960 a 1990	Atividade ainda restrita a brasileiros; Início da diferenciação entre telecomunicações e radiodifusão; Regime de bem público (espectro de radiofrequências), baseado em concessões; Introdução de interesses privados → participação de associações na derrota do caráter público quando elaboração do marco normativo; Caráter educativo, informativo obrigatório, convivendo com o caráter comercial; Manutenção do nacionalismo e concentração de poder nas mãos de antigos grupos; Regime de concessão limitado (cinco emissoras por entidade), facilmente superado pelas estratégias dos <i>players</i> já estabelecidos. Ausência de incentivo ao conteúdo nacional.	Convergência Normativa por Consolidação de Normas – Codificação – Lei 4.117/1962; Convergência sociotécnica → Televisão como ponto de chegada de mídias progressas (rádio, teatro, imprensa)
Anos 1990 a 2000	Ampliação das garantias de concessionários; Pretensão de controle social (criação do Conselho de Comunicação Social); Consolidação do sistema comercial privado; Regulação por agência autônoma com redução da influência do Poder Executivo; Instituição de marco normativo para a TV a cabo;	Divergência normativa inicial; Divergência tecnológica, gradualmente substituída por convergência entre audiovisual e telecomunicações;

	Abertura das telecomunicações ao capital estrangeiro.	A Lei do cabo inaugura uma convergência normativa parcial;
Anos 2000 a 2011	Manutenção de estruturas hegemônicas anteriormente estabelecidas; Fase de multiplicidade de oferta e consolidação da aproximação entre setores da indústria da comunicação (TV, telecomunicações e internet); Parcial abertura ao capital estrangeiro (art. 222, parágrafo primeiro, da Constituição Federal);	Convergência tecnológica em processo; Convergência normativa por consolidação (parcial) – Lei do SeAC, convivendo com o Código Brasileiro de Telecomunicações e com a Lei Geral das Telecomunicações.

Fonte: elaborado pelo autor

Da não aplicação de certas normas advindas da Lei do SeAC, movimento que se inicia em 2012 e culmina nas decisões dos casos AT&T/Warner Media e Claro S.A. X Fox+, em 2020, podemos intuir a ideia de derrotabilidade de normas convergentes consistente no reconhecimento de exceções criadas pela dinâmica dos fatos não previstas quando o consenso legislativo foi concebido para estabilizar expectativas futuras. A pretensão de estabilidade parece ser sempre desafiada pela dinâmica das trocas, num movimento que nada tem de linear e que nos remete frequentemente à noção de tempo kairológico advinda das ideias de Walter Benjamin.

Da análise da interface do Globoplay, por sua vez, foi possível extrair uma espécie de regulação que toma como parâmetros algumas previsões já incorporadas nos modelos de negócio anteriores, numa forma de assimilação de comportamentos que são utilizados de longa data no segmento audiovisual e que podem figurar como vantagem competitiva num contexto no qual se promete delegar o controle da expectativa para os usuários. Destas observações, foi possível extrair a modalidade de convergência normativa que chamamos de convergência por assimilação.

Como deixamos claro no capítulo cinco, tal faceta do fenômeno ficou evidente quando a interface do Globoplay assumiu como uma de suas molduras a territorialização da classificação indicativa dos programas, permitindo inclusive um sistema chamado de “perfil infantil”, valendo lembrar que não há previsão expressa para esta estratégia de controle quanto aos serviços de *streaming*, até porque as normas da Lei do SeAC, que poderiam ser aplicáveis

(art. 11)¹⁸⁹, acabaram por ser derrotadas no que tange às tecnologias de distribuição audiovisual pela internet.

A esta categoria de convergência normativa, que nos pareceu de alguma forma inovadora, somamos a convergência por consolidação de normas, consistente na codificação ou na revogação de diplomas normativos dispersos por um diploma que pretende regular um segmento de forma mais ampla possível, como aconteceu com a criação da Lei do SeAC em 2011.

No quadro abaixo, pretendemos sintetizar a observação quanto ao fenômeno convergência normativa no audiovisual e suas relações com a convergência tecnológica.

Quadro 14 - Categorias relacionadas com a convergência normativa

(continua)

Convergência normativa	
Parcial	Integral
Alguns seguimentos ou tecnologias da indústria audiovisual passam a contar com o mesmo marco normativo.	Todos os seguimentos da indústria do audiovisual passam a contar com o mesmo marco normativo, sem qualquer tratamento diferenciado.
Material (por consolidação)	Formal (por unificação)
Há consolidação de normas no mesmo diploma, mas as tecnologias recebem tratamento diferenciado compatível com suas peculiaridades, na tentativa de promover tratamento isonômico. Remete à ideia de equidade (igualdade material), não dispensando a perspectiva da proporcionalidade.	Há unificação de tecnologias por força de lei ou estabelecimento de tratamento normativo idêntico para tecnologias diversas. Remete à ideia de igualdade formal.
Convergência normativa por assimilação	

¹⁸⁹ Art. 11. Nenhum conteúdo veiculado por meio do Serviço de Acesso Condicionado será exibido sem aviso, antes de sua apresentação, de classificação informando a natureza do conteúdo e as faixas etárias a que não se recomende.

§ 1º O Ministério da Justiça fiscalizará o disposto no **caput** e oficiará à Ancine e à Anatel em caso de seu descumprimento.

§ 2º A Anatel oficiará às distribuidoras sobre os canais de programação em desacordo com o disposto no **caput**, cabendo a elas a cessação da distribuição desses canais após o recebimento da comunicação.

§ 3º A distribuidora deverá ofertar ao assinante dispositivo eletrônico que permita o bloqueio da recepção dos conteúdos transmitidos. (BRASIL, 2011)

Na ausência de regulação externa expressa (desregulação), aproveita-se normas aplicáveis a outros segmentos, as quais contam com grande aceitação no âmbito dos produtores e/ou usuários de um segmento da indústria audiovisual. Trata-se de apropriação espontânea de normas já existentes, por isso não pode ser confundida com autorregulação.

Derrotabilidade de normas convergentes

Eliminação de barreiras regulatórias incompatíveis com o movimento de convergência tecnológica, sem contudo, promover-se a revogação de leis que continuam a prevalecer para certos casos.

Fonte: elaborado pelo autor

No contexto das discussões sobre a criação de um novo marco normativo para o *streaming*, mapeamos certas recorrências que podem ser encaradas como tensões que perduram e que de certa forma estiveram também presentes em momentos pregressos.

Verdadeiros virtuais que se atualizam de formas distintas nas diferentes legislações.

À guisa de exemplo, podemos apontar: a) definições sobre o que são plataformas e o que são serviços de *streaming* de vídeo, circunstância que leva em conta a intervenção do usuário na produção e editoração do material a ser distribuído; b) linearidade ou não linearidade da programação, relevante para avaliação de limites capazes de diminuir eventuais desequilíbrios competitivos entre as diversas bases tecnológicas de distribuição; c) promoção da cultura nacional através da definição de cotas (percentual ou horas) de obras nacionais e/ou nacionais independentes constante dos catálogos dos serviços, entrando em tensão com o potencial ilimitado de ampliação de acervo característico das tecnologias baseadas na rede mundial de computadores; d) incentivo à produção audiovisual nacional através de tributação sobre os serviços e vinculação de receitas a esta finalidade (incidência e destinação da CONDECINE), sempre em choque com discussões sobre modelos econômicos liberais ou intervencionistas; e) estratégias de promoção (ampliação da visibilidade) do conteúdo audiovisual nacional, tensionada pelas noções de nacionalismo e identidades regionais; f) promoção de equilíbrio competitivo e diversidade, através de barreiras contra concentrações verticais ou horizontais de empresas e g) preservação da propriedade intelectual, sempre em questão quando se pensa na possibilidade de acesso às produções que têm conteúdo cultural e que podem ser distribuídas entre os próprios usuários.

O revolvimento das espécies de convergência normativa do audiovisual e a exploração dos ambientes e tensões que estão presentes na definição dos marcos normativos ao longo do tempo não poderia esgotar a nossa análise já que pretendíamos nos aproximar dos modos pelos quais estas intercorrências regulatórias se manifestam na realidade dos serviços, compondo as relações que constituem o audiovisual pautado nos protocolos de computador.

Assim, o exame da interface do Globoplay demandou o acionamento da metodologia das molduras concebida por Suzana Kilpp (2002), segundo as estratégias de análise já manejadas por Fischer (2008) ao investigar o caráter midiático da internet na distribuição de imagens da TV Globo nos sites Globo Vídeos e Globo Média Center, os quais vemos como antecedentes históricos do serviço de *streaming* do Grupo de mídia nacional.

Foi então possível notar que, mesmo depois do rompimento das amarras normativas concebidas para regular a competição nas mídias pgressas, o Grupo Globo, que de uma forma mais ou menos visível sempre está inserido nas dinâmicas decisórias, preferiu entregar para seus usuários algo que pouco inova.

O Globoplay mesmo diante de uma tentativa de alteração de rumos realizada em 2019 ainda se constitui como a TV GLOBO (ou a GLOBOSAT) distribuída pela internet. Se há amplitude de oportunidades diante da ausência de normas que vinculem essa nova plataforma no presente momento, o *streaming* brasileiro é pouco mais que a boa e velha televisão.

Não desconhecemos que muitas lógicas e estratégias televisivas são aprimoradas nos aplicativos e na plataforma da *web*, mas aquela pretensa alteração de regimes que visualizamos nos diagramas mencionados no item 3.5 desta pesquisa, parece ter entrado em marcha de retenção, gerando uma certa ambiguidade entre a entrega e retomada do controle da experiência de fruição das imagens ao usuário.

O regime disciplinar da grade televisiva, por exemplo, se vê remediado pelas regulações algorítmicas, permitindo uma forma mais sofisticada de agenciamento dos hábitos de consumo do usuário. Nem mesmo as formas de financiamento típicas do modelo de negócio televisivo são modificadas, já que o serviço conta não só com inserções comerciais através de intervenções em CGI em imagens nas quais não estavam as marcas anunciantes, mas também com vídeos comerciais que sequer podem ser “pulados” em busca de um controle mais direto do regime de visualização dos produtos. Não há também na plataforma de *streaming* do Grupo Globo recursos que já são utilizados em certos concorrentes como, por exemplo, a possibilidade de aceleração da exibição e a diversidade de legendas e idiomas, o que, ao nosso aviso, revela pouca autonomia do serviço em relação à sua origem.

Como se pode ver, no Globoplay, a televisão não se extinguiu, talvez tenha se tornado ainda mais presente na medida em que há algo dela que dura nesta nova mídia, não só quanto ao aspecto tecnoestético, como no que tange aos aspectos normativos.

Porém, sigo pensando que uma mídia opera como um sistema vivo, possui processos e lógicas internas que se constituem em sistemas capazes de gerar autopoieses, os quais permitem a sobrevivência do todo, mesmo diante de irritações que partem de agentes externos¹⁹⁰.

¹⁹⁰ “Autopoiese deriva do grego (*autopoiesis*). A origem etimológica do vocábulo é autós (por si próprio) e poiesis (criação, produção). Seu significado literal é autoprodução. Os subsistemas produzem, e reproduzem, a sua própria

Trata-se de uma espécie de adaptabilidade a novas circunstâncias, que, de uma forma elíptica, nunca linear, pode derivar dos próprios modos de ser do corpo original (da duração).

A radiodifusão, a TV aberta, a TV segmentada, a *Web TV* e os serviços de *streaming*, entre outras designações possíveis, são resultados destas operações adaptativas que levam o virtual (audiovisualidades) a se manifestar de formas diversas nos objetos que estudamos, porém, sempre tendendo a sobrevivência em sua essência. É nesse movimento que vemos o sentido de resistência destas diversas TVs dentro das TVs, desse virtual dentro de diversos atuais (multiplicidades) que coexistem. Como lembra Deleuze (2004): [...] “em relação à vida, a tendência de mudar não é acidental; mais ainda, as próprias mudanças não são acidentais, sendo o impulso vital, a causa profunda das variações.”

Resiliência é isso! Diferenciação que vem da resistência encontrada pela vida do lado da matéria, mas que vem sobretudo da força explosiva interna que a vida traz em si. [...] “Diferenciar-se é o movimento de uma virtualidade que se atualiza”. (DELEUZE, 2004, p. 107)

É por isso que em cada linha de diferenciação na qual se atualiza um virtual percebemos estruturas que se assemelham ao original obtidas muitas vezes por meios diferentes. Não por acaso, as atualizações não são necessariamente abruptas, mas frequentemente tênues.

Podemos então concordar com WOLFF (2015) quando, após analisar sob o enfoque comercial o que ocorria na internet em 2015, afirmou que “a Televisão é a nova Televisão”. Mesmo porque as pessoas que constituíram a televisão como ela é são as mesmas que hoje constituem a internet e os serviços de *streaming* como eles estão.

Calha, então, parafrasear a pergunta feita por Bolter e Grusin (2000): _ Haveria algo de novo nessa nova forma de distribuir produtos audiovisuais?

De fato, a resposta de Fischer (2008) ainda parece oportuna. O que seria novo nestas mídias pautadas nos protocolos de computador e que enfatizam o audiovisual, seria a forma com a qual reaproveitam, remodelam, ressignificam o que foi e, ainda é, conteúdo da emissora de TV que está atrelada a sua origem, nem sempre adotando a estratégia de deixar transparentes as marcas que identificam a sua contemporânea.

A relação de mútua influência que poderia ser encontrada entre as novas e velhas mídias, no caso do Globoplay, ainda pesa para o lado da emissora, pouco se podendo perceber do que foi aproveitado ou modificado nas lógicas da emissora por conta da emergência do serviço de *streaming*. Aliás, esta análise, é preciso pontuar, deverá ser retomada em empreitadas futuras, já que o nosso foco foi o exame das lógicas do serviço de *streaming*, e não das lógicas atuais da emissora.

organização circular por meio de seus próprios componentes. Os sistemas autopoieticos são sistemas abertos ao futuro e teleológicos. Com isso, têm a possibilidade de projetar e de reclamar a própria finalidade. Quaisquer das operações realizadas são coligadas às suas antecessoras e às que lhes sucedem.” (FEBBRAJO e SOUSA LIMA, 2017). “É claro que a evolução só se realiza se tanto a diferença quanto a adaptação entre sistema e ambiente se mantiverem; caso contrário, desaparece o objeto da evolução.” (LUHMANN, 2016, p. 321)

Ressaltamos, entretanto, que as afiliações entre a rede Globo e o Globoplay, que já se apresentavam *ictu oculi* no início da investigação, puderam ser capturadas com maiores detalhes através da metodologia das molduras.

As marcas características da emissora foram identificadas mesmo naquilo que se propunha como novidade (moldura “original globoplay”), deixando evidente que as estratégias de imediação que o serviço de *streaming* utiliza¹⁹¹ não conseguem ocultar imagens síntese que remetem à memória da emissora.

O Globoplay e a própria emissora se desenvolvem numa dinâmica de imediação e hipermediação, características das categorias pensadas por Bolter e Grusin (2000). A emissora, ao final de alguns de seus produtos, convoca o espectador para continuar a expectativa ou rever o produto na plataforma de *streaming* incluindo a logomarca, o nome e endereço de IP de forma bem evidente, sobrepondo suas molduras e promovendo, intencionalmente, uma confusão entre ambos, a fim de acionar imaginários de ubiquidade e atemporalidade. Já o serviço de *streaming* ora esmaece, ora destaca suas conexões com a emissora, como se pode ver na moldura que territorializa as *ethicidades* relacionadas com o jornalismo.

Por fim, destacamos que algumas linhas de fuga percebidas durante a pesquisa não puderam ser exploradas. A ideia de interpretação arqueológica das normas foi superada de uma feita que visualizamos que, ao invés de uma intenção do legislador quanto à não aplicação da Lei do SeAC aos serviços de *streaming*, o que nos pareceu de fato ter ocorrido, conforme explorado no item 4.3.4, foi a derrota da norma.

Já as investigações sobre os modos de incentivo à produção audiovisual brasileira relacionados com a criação ou ampliação de base de cálculo de tributos (CONDECINE) nos pareceram estar muito marcadas pela faceta jurídica da pesquisa e sua amplitude recomenda exame a ser feito em outra oportunidade.

¹⁹¹ Como, por exemplo, criar espaço para produções originais ou convocar para seu acervo conteúdo de áudio ou, ainda, estruturar a experiência de consumo das imagens segundo lógicas algorítmicas.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor Wiesengrund. **Televisão e Formação**: entrevista a Kaldelbach em 1968. Disponível em: <<https://bibliotecasocialvirtual.files.wordpress.com/2010/06/adorno-televisao-e-formacao.pdf>>. Acesso em: 02 Mar. 2021.
- AMARAL, Bruno. **Teletime: Anatel decide que canais lineares pela Internet são SVA**. 09 Set. 2020. Disponível em <<https://teletime.com.br/09/09/2020/anatel-decide-que-canais-lineares-pela-internet-sao-sva/>>. Acesso em: 16 Jan. 2021.
- AMORIM, Edgard. **A televisão brasileira**. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 1987.
- ANATEL. **Análise nr. 46/2012 – GCRZ**. Relator: Conselheiro Rodrigo Zerbone Loureiro. Publicada em 23/01/2012. SEI ANATEL, Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=271196&assuntoPublicacao=null&caminhoRel=Cidadao&filtro=1&documentoPath=271196.pdf>>. Acesso em: 20 Set. 2018.
- ANATEL. **Análise nr. 462/2012 – GCRZ**. Relator: Conselheiro Marcelo Bechara de Souza Hobaika. Publicada em 26/10/2012. SEI ANATEL, Disponível em: <<https://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=286964&assuntoPublicacao=An%C3%A1lise%20n%C2%BA%20462/2012%20-%20MB&caminhoRel=In%C3%ADcio-Agenda%20e%20Reuni%C3%B5es%20-Agenda&filtro=1&documentoPath=286964.pdf>>. Acesso em: 20 Set. 2018.
- ANATEL. **Panorama setorial de telecomunicações: março de 2019**. Disponível em: <<https://sistemas.anatel.gov.br/anexar-api/publico/anexos/download/3e68bbdd66374674e60d99dc257012e8>>. Acesso em: 01 Maio 2021.
- ANATEL. **Panorama setorial de telecomunicações: março de 2021**. Disponível em: <<https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/aceessos/tv-por-assinatura>>. Acesso em: 01 Maio 2021.
- ANATEL. **Enquadramento regulatório das Ofertas de Conteúdo Audiovisual Programado via Internet por meio de Subscrição (sVOD)**. Voto nr. 22/2020/EC, processo nr. 53500.022476/2019-45, Conselheiro Emmanoel Campelo de Souza Pereira, BSE 09 Set. 2020.
- ANCINE. **Deliberação de Diretoria Colegiada nr. 722-E**, de 2020, Processo nr. 01416.001702/2020-43, SEI nr. 1756680, 18 Set. 2020.
- ANCINE - CONSELHO SUPERIOR DE CINEMA. **Desafios para a regulamentação do video sob demanda- Consolidação da visão do Conselho Superior do Cinema sobre a construção de um marco regulatório do serviço de vídeo sob demanda**. ANCINE, 17 dez. 2015. Disponível em: <file:///G:/Diretrizes_VoD%20marco%20regulatório.pdf>. Acesso em 12 jul. 2019.
- ANCINE. **Relatório de consulta pública sobre a notícia regulatória sobre a comunicação audiovisual sob demanda e recomendações da ANCINE para uma regulação da comunicação audiovisual sob demanda**. de 23 de dezembro de 2016 a 29 de março de 2017. Disponível em: <<https://www.gov.br/ancine/pt-br/arquivos/vod-documento-publico-final-v3.pdf>>. Acesso em: 25 Abr. 2021.
- AQUINO, Maria Clara. **Convergência entre Televisão e Web: Proposta de categorização analítica**. 2012. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2012.

AQUINO, Mirian. **Compra da Time Warner pela AT&T/Sky já está no conselho da Anatel**. Tele.Síntese: portal de telecomunicações, Internet e TICs. Disponível em: <<http://www.telesintese.com.br/compra-da-time-warner-pela-att-sky-ja-esta-no-conselho-da-anatel/>>. Acesso em 26 Jul. 2019.

AMENDOLA, Beatriz. **Eles querem sua atenção: Netflix, Amazon, Disney, Apple, HBO: Streamings oferecem cada vez mais oferta, e estão cada vez mais separados**. UOL Entretê, Disponível em: <<https://entretenimento.uol.com.br/reportagens-especiais/servicos-de-streaming-no-brasil/#cover>>. Acesso em: 29 Abr. 2021.

ARBULU, Rafael. **No Brasil, TV por assinatura perdeu quase 2 milhões de assinantes em 2019**. www.canaltech. 05 Fev. 2020. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/tv/no-brasil-tv-por-assinatura-perdeu-quase-2-milhoes-de-assinantes-em-2019-159975/>>, Acesso em 10 Set. 2020.

ARISTOTELES. **Ética a Nicômaco**. Trad. Mario da Goma Kury. Brasília: Editora UnB, 1984.

ATTAYDE, Maria Cristina. **A lei geral de comunicação eletrônica de massa e a qualidade da programação televisiva**. Revista do Serviço Público. Brasília 58 (3): 303-302 Jul/Set 2007.

Aumentando o acervo! Globoplay terá séries nacionais produzidas pela Fox, TudoCelular.com, 21 Abr.2019, Disponível em: <<https://www.tudocelular.com/novos-produtos/noticias/n140030/series-fox-nacional-globoplay-streaming.html>>, Acesso em: 19 Jul. 2019.

AZAMBUJA, Patrícia. Sobre o fim da televisão? **Revista Cambiassú**, São Luís, v.15, n.16, janeiro/junho 2015. Disponível em: <http://www.cambiassu.ufma.br/cami_2015.1/televisao.pdf>. Acesso em: 06 Ago. 2020.

BERGSON, Henri. **Matéria e memória: ensaio sobre a relação do corpo com o espírito**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

BOLTER, Jay Davis; GRUSIN, Richard. **Remediation – Understanding New Media**. Cambridge: The MIT Press, 2000.

BOLTER, Jay Davis; GROMALA, Diane. **Windows and mirrors: interaction design, digital art, and the myth of transparency**. Massachusetts: The MIT Press, 2003.

BENJAMIN, Walter. **Magia, técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. traduzido por Sergio Paulo Rouanet; prefácio de) Jeanne Marrie Gagnebin. 8.ed. São Paulo: Brasiliense, 2012 (Obras escolhidas v. 1).

BOLAÑO, Cesar Ricardo Siqueira. **O modelo brasileiro de regulação do audiovisual em perspectiva histórica**. RECIIS – R. Eletr. De Com. If. Inov. Saúde. Rio de Janeiro, V.4, n.4, p.94-103, Nov. 2010.

BOURDIEU, Pierre. **“O Campo Científico”**, in Bourdieu (Col. Grandes Cientistas Sociais). São Paulo, Ática, 1983.

BRAGA, José Luiz. **Circuitos versus campos sociais**. In: JANOTTI JUNIOR, J.; MATTOS, Maria A.; JACKS, Nilda (Org.). Mediação e Mdiatização. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 31-52.

BRAGHINI, Kélliana. **Atualizações da Netflix na internet: múltiplas flâneries**. Dissertação mestrado em Ciências da Comunicação, PPG Unisinos, Orientadora: Sônia Estela Montañó La Cruz, 2018.

BRASIL. **Decreto nº 8.453-A, de 11 de março de 1882**. Estabelece bases para concessão de linhas telefônicas. Rio de Janeiro, mar 1882, Disponível em:<<http://www2.camara.leg.br>>, Acesso em: 20 Abr. 2019.

BRASIL. **Decreto 20.047, de 27 de maio de 1931**. Regula a execução dos serviços de radiocomunicações no território nacional. Rio de Janeiro, 1931, Disponível

em:<<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-20047-27-maio-1931-519074-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 20 Jun. 2019.

BRASIL. **Decreto 21.111, de 01 de março de 1932.** Aprova o regulamento para a execução dos serviços de radiocomunicação no território nacional, Disponível em:<<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-21111-1-marco-1932-498282-publicacaooriginal-81840-pe.html>>. Acesso em: 20 Jun. 2019.

BRASIL. **Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962.** Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. Brasília, DF, Ago. 1962, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L4117.htm>. Acesso em: 20 Abr. 2019.

BRASIL. **Decreto 50.840 de 23 de junho de 1961.** Modifica o Regulamento para a execução dos serviços de radiocomunicação, de que trata o Decreto nº 21.111 de 1º de março de 1932, e dá outras providências. Brasília-DF, 23 Jun. 1961, Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1960-1969/decreto-50840-23-junho-1961-390341-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 25 Abr. 2021.

BRASIL. **Decreto 52.026, de 20 de maio de 1963.** Aprova o Regulamento Geral para Execução da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1950-1969/D52026.htm>. Acesso em: 25 de Abr. 2021.

BRASIL. **Decreto-Lei n. 236, de 28 de fevereiro de 1967.** Completa e modifica a Lei número 4.117 de 27 de agosto de 1962, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto-Lei/Del0236.htm>. Acesso em: 25 Fev. 2021.

BRASIL. **Decreto n. 95.744, de 23 de fevereiro de 1988.** Aprova o regulamento do serviço especial de televisão por assinatura -TVA, Brasília, DF, 23 Fev. 1988, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1980-1989/D95744.htm>. Acesso em: 18 Fev. 2019.

BRASIL. **Decreto n. 95.815, de 10 de março de 1988.** Altera a redação dos artigos 10, 16 e 38 do Regulamento do Serviço Especial de Televisão por Assinatura TVA, aprovado pelo Decreto nº 95.744, de 23 de fevereiro de 1988. Brasília, DF, 10 Mar. 1988, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1980-1989/D95815.htm>. Acesso em: 20 Fev. 1988.

BRASIL, MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Portaria n. 250, de 13 de dezembro de 1989,** Brasília-DF, 13 Dez. 1988, Disponível em: <https://www.anatel.gov.br/hotsites/coletanea_normas/TextoIntegral/NOR/prt/minicom_1989_1213_250.pdf>. Acesso em: 20 Fev.2019.

BRASIL. **Lei 8.977, de 06 de janeiro de 1995.** Dispõe sobre o Serviço de TV a cabo e dá outras providências, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8977.htm>. Acesso em: 22 de Fev. 2020.

BRASIL. **Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997.** Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995. Brasília, DF, Jul. 1997, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9472.htm>. Acesso em: 20 Abr. 2019.

BRASIL. **Decreto n. 2.196, de 08 de abril de 1997.** Aprova o Regulamento de Serviços Especiais. Brasília, DF, 08 Abr. 1997, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D2196.htm>. Acesso em: 20 Fev. 2019.

BRASIL. **Decreto n. 2206, de 14 de abril de 1997.** Aprova o Regulamento do Serviço de TV a Cabo, Brasília, DF, 14 Abr. 1997, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1997/D2206.htm>. Acesso em: 20 Fev. 2019.

BRASIL. **Decreto nº 2.617, de 05 de junho de 1998.** Dispõe sobre a composição do capital de empresas prestadoras de serviços de telecomunicações. Brasília, DF, Jun. 1998, Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br>>. Acesso em: 20 Abr. 2019.

BRASIL. **Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011.** Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado. Brasília, DF, Set. 2011, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm>. Acesso em: 20 Abr. 2019.

BRASIL, ANATEL. **Portaria n. 254,** de 16 de abril de 1997, Brasília, DF, Disponível em: <https://www.anatel.gov.br/hotsites/Direito_Telecomunicacoes/TextoIntegral/NOR/prt/minicom_19970416_254.pdf>. Acesso em: 20 Fev. 2019.

BRASIL, ANATEL. **Portaria n. 256,** de 18 de abril de 1997, Brasília, DF, Disponível em: <https://www.anatel.gov.br/hotsites/Direito_Telecomunicacoes/TextoIntegral/ANE/prt/minicom_19970521_321.pdf>. Acesso em: 20 Fev. 2019.

BRASIL, ANATEL. **Portaria n. 321,** de 21 de maio de 1997, Brasília, DF, Disponível em: <<https://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=220662&assuntoPublicacao=null&caminhoRel=null&filtro=1&documentoPath=220662.pdf>>. Acesso em: 20 Fev. 2019.

BRASIL, ANATEL. **Resolução n. 551, de 3 de dezembro de 2010.** Aprova o planejamento do serviço de TV a cabo e do serviço de distribuição de sinais multiponto multicanal (MMDS), Brasília, DF, Dez. 2010, Disponível em: <<https://informacoes.anatel.gov.br/legislacao/resolucoes/2010/15-resolucao-551>>. Acesso em: 20 Jun. 2019.

BRASIL, CAMARA DOS DEPUTADOS. **PL 29 de 2007, de autoria do Deputado Paulo Borhausen.** Dispõe sobre a organização e exploração das atividades de comunicação social eletrônica e das outras providências, Brasília, DF, 05 Fev. 2007, Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=339998>>. Acesso em: 11 Mar. 2019.

BRASIL, CONANDA. **Resolução 163, de 13 de março de 2014.** Dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente. DOU. 65, de 04 Abr. 2014, Disponível em: <<https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=4&data=04/04/2014>>. Acesso em: 11 Mar. 2021.

BRASIL, SENADO FEDERAL. **Emenda n. 05 ao PL 116 de 2010.** Autoria Senador Álvaro Dias, Brasília, DF, 2011, Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=3966163&ts=1553277715065&disposition=inliner>>. Acesso em: 10 Maio 2019.

BRASIL, SENADO FEDERAL. **Parecer do Senador Walter Pinheiro, relator do PL 116 de 2010.** Brasília, DF, 2011, Disponível em <<https://legis.senado.leg.br/diarios/BuscaDiario?codDiario=4471&paginaDireta=33765#diario>>. Acesso em: 10 maio 2019.

BRASIL, SENADO FEDERAL, **PL 57, de 2018.** Dispõe sobre a comunicação audiovisual sob demanda, a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional – CONDECINE. Brasília, DF, 18 Out 2019, Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/132311>>. Acesso em: 11 Out. 2020.

BRASIL. **Lei n. 13.874, de 20 de setembro de 2019.** Institui a Declaração de Direitos de Liberdade Econômica; estabelece garantias de livre mercado e dá outras providências. Brasília, DF, 20 Set. 2019, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13874.htm>. Acesso em: 25 Abr. 2021.

BRASIL, SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL, **Ação Direita de Inconstitucionalidade (ADI) n. 2404**, Tribunal Pleno, Relator Min. Dias Toffoli, julgamento 31 Ago. 2016, publ. 01 Ago. 2017. Disponível em: <https://jurisprudencia.stf.jus.br/pages/search?base=acordaos&sinonimo=true&plural=true&page=1&pageSize=10&queryString=classifica%C3%A7%C3%A3o%20indicativa&sort=_score&sortBy=desc>. Acesso em: 21 Jan.2021.

BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, Cesar Ricardo Siqueira. **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia (orgs.)**. São Paulo: Paulus, 2005.

BRITTOS, Valério Cruz. **Digitalização, Diversidade e Cidadania: convergências Brasil e Moçambique (org.)**. São Paulo: Editora AnnaBlume, 2009.

_____. **TV Digital, Economia Política e Democracia (org.)**. São Leopoldo: UNISINOS Editora, 2010.

BRITTOS, Valério Cruz; SIMÕES, Denis Gerson. A reconfiguração do mercado de televisão pré-digitalização. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor e ROXO, Marcos (Orgs). **História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010.

BRITTOS, Valério Cruz. **Economia Política da Comunicação (org.)**. São Paulo: Mauad, 2011.

Campanha de Lançamento de Escola de Gênios contará com ativações para o público final e ações com influenciadores. saopaulo.sp.gov, cultura e economia criativa, 09 Out. 2018, Disponível em: <<https://www.cultura.sp.gov.br/campanha-de-lancamento-de-escola-de-ge-nios-contara-com-ativacoes-para-o-publico-final-e-acoes-com-influenciadores/>>. Acesso em: 21 Jun. 2021.

CANAVILHAS, João. **Da remediação à convergência: um olhar sobre os media portugueses**. Brazilian Journalism research, v. 8, n.1, 2012.

CANAVILHAS, João; DALLAGNESE, Carolina Weber; BARICHELO, Eugênia Maria Mariano da Rocha. **A téttrade de MacLuhan na pesquisa em comunicação: revisão sistemática de aplicações no Brasil e em Portugal**. MATRIZES, v. 14, n. 1, jan./abr, 2020, p. 221-239.

CAPARELLI, Sérgio. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982.

_____. **Comunicação de massa sem massa**. São Paulo: Cortez Editora, 1982.

CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (org.). **O fim da televisão**. Recife: Editora UFPE, 2014.

CARLOS, Manoel. **Horário nobre**. In: Veja Rio, disponível em <<http://www.vejario.abril.com.br>>. Acesso em: 02 Ago. 2019.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

_____. **A sociedade em rede**. Trad. Roneide Venancio Majer. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v.1.

CÉSAR, Daniel. **Na disputa do streaming, Globoplay tem 13% do catálogo da Netflix**, In: NT natelinha, 17 Jul. 2019, Disponível em: <<http://natelinha.uol.com.br>>. Acesso em: 26 Jul. 2019.

_____. **Netflix, Globoplay e Prime Vídeo faturam R\$ 14 bilhões por ano e já superam TV aberta: “Trio de ferro” vem faturando alto com assinaturas**, In: NT natelinha, 18 Jun. 2021, Disponível em: <<https://natelinha.uol.com.br/mercado/2021/06/18/netflix-globoplay-e-prime-video-faturam-r-14-bilhoes-por-ano-e-ja-superam-tv-aberta-165566.php>>. Acesso em: 21 Jun. 2021.

CUNHA JUNIOR, Dirley. **O que é derrotabilidade das normas jurídicas?**, In: JusBrasil 2015, Disponível em: <<https://dirleydacunhajunior.jusbrasil.com.br/artigos/207200076/o-que-e-derrotabilidade-das-normas-juridicas>>. Acesso em 17 Jan. 2021.

CURY, Maria Eduarda. **Disney+ atinge 60 milhões de assinantes e terá live-action de Mulan:** em meio à pandemia, Disney decide lançar o live-action "Mulan" em streaming, com um preço de 30 dólares, In: exame.com.br, tecnologia, 04 Ago. 2020, Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/disney-atinge-60-milhoes-de-assinantes-e-tera-live-action-de-mulan/>>. Acesso em: 20 Maio 2021.

DELEUZE, Gilles. **Bergsonismo (trad. Luiz B. L Orlandi)**. São Paulo: Ed. 34, 1999 (reimp.2004)

DUARTE, Luiz Guilherme. A novela dos Marinho com a TV paga. In: BRITTOS, Valério Cruz e BOLAÑO, Cesar Ricardo Siqueira (Orgs.) **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, P. 325-339, 2005.

_____. **É pagar para ver: a TV por assinatura em foco**. São Paulo: Summus, 1996.

DUPAGNE, Michel; GARRISON, Bruce. **The meaning and influence of convergence**. *Journalism Studies*, volume 7, n. 2, p. 237-255, 2006.

Entidades do audiovisual solicitam à Anatel a suspensão da liberação de canais lineares pela internet, BRAVI, Brasil Audiovisual Independente, bravi.com, 07 Ago. 2020. Disponível em: <<http://bravi.tv/entidades-do-audiovisual-solicitam-a-anatel-a-suspensao-da-liberacao-de-canais-lineares-pela-internet/>>. Acesso: em 13 Fev. 2021.

DWORKIN, Ronald. **O império do Direito**. Trad. Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

_____. **Uma questão de princípio**. Trad. Luís Carlos Borges. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

_____. **Levando os direitos a sério**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

“**Fantástico Estreia da nova logo da TV Globo 06/04/2014**”, inserido em 20 Nov. 2020, canal Memórias da TV no Youtube, Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=a_TtCQdCH5o>. Acesso em: 02 Fev. 2021

FAUSTO NETO, Antônio. **As bordas da circulação**. ALCEU, v. 10, n. 20, p. 55-69, Jan./Jun. 2010, Disponível em: <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu20_Neto.pdf> , Acesso em: 02 Ago. 2018.

_____. **Circulação: trajetos conceituais**. Rizoma, Santa Cruz do Sul, v. 6, n.2, p.8, dezembro, 2018.

FEBBRAJO, Alberto; SOUSA LIMA, Fernando Rister. **Autopoiese**. Enciclopédia Jurídica PUCSP, 01 Maio 2017, disponível em: <<https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/152/edicao-1/autopoiese>>, Acesso em: 08 Jun. 2021.)

FISCHER, Gustavo Daudt. **As trajetórias e características do YouTube e Globo Media Center/ Globo Vídeos: Um olhar comunicacional sobre as lógicas operativas de websites de vídeos para compreender a constituição do caráter midiático da web**. 2008. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2008.

_____. **Interfaces culturais e remixabilidade nas lógicas operativas dos websites**. In: Sonia Montañó; Gustavo Fischer; Suzana Kilpp. (Orgs.). Impacto das novas mídias no estatuto da imagem. 1 ed. Porto Alegre: Sulina, 2012, v. 1. p 131-148.

_____. **Desencavando Interfaces: Reflexões Sobre Arqueologia da Mídia e Procedimentos de Resgate de páginas web**. In: Benevenuto Jr, Álvaro; Steffen, César. (Org.). Tecnologia, pra

quê? Os impactos dos dispositivos tecnológicos no campo da comunicação. 1ed. Porto Alegre: Armazém Digital, 2012b, v. 1, p. 37-52.

_____. **Cinema em devir nos games: por um olhar arque-genealógico nas interfaces culturais.** Disponível em <https://www.academia.edu/5300682/Cinema_em_devir_nos_games_por_um_olhar_arque-genealógico_nas_interfaces_culturais?auto=download>. Acesso em: 12 Mar. 2019.

_____. Do audiovisual confinado às audiovisualidades soterradas em interfaces enunciadoras de memória, In: KILPP, Suzana (org.) et all. **Tecnocultura Audiovisual: temas, metodologias e questões de pesquisa.** Porto Alegre: Sulina, 2015, 207p.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder.** Trad. Roberto Machado. 10.ed., Rio de Janeiro: Graal, 1992.

_____. **A verdade e as formas jurídicas.** Trad. Eduardo Jardim e Roberto Machado, 1.ed. Rio de Janeiro: Editora Nau, 1996.

_____. **Vigiar e Punir: nascimento da prisão.** Trad. Raquel Ramallete. 29. Ed., Petropolis: Vozes, 2004.

_____. **Arqueologia do Saber.** Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 8.ed. Rio de Janeiro: Gen/Forense Universitária, 2012.

GAGNEBIN, Jeanne Marie. **História e narração em Walter Benjamin.** São Paulo: Perspectiva, 1994.

GRATER, Tom. **Como a gigante da TV brasileira Globo está planejando competir com Netflix e Amazon na guerra do streaming.** entrevista concedida por BRETAS, Erick, In: Deadline.com, 19Jan.2021, Disponível em: <<https://deadline.com/2021/01/how-brazilian-tv-giant-globo-is-planning-to-compete-with-netflix-amazon-in-the-streaming-war-1234676055/>>. Acesso em: 02 Fev. 2021.

GRAU, Eros Roberto. **O direito posto e o direito pressuposto.** 8.ed. São Paulo: Malheiros, 2011.

HART, Herbert. L. A. **O conceito de direito.** Tradução de. A. Ribeiro Mendes. 3ª ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

_____. **O conceito do direito.** trad. Antônio de Oliveira Sette-Câmara, revisão técnica Luís Vergílio Dalla-Rosa, São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

_____. **The Ascription of Responsibility and Rights: Proceedings of the Aristotelian Society,** New Series, Vol. 49 (1948 - 1949), pp. 171-194, Londres: Oxford University press, Disponível em: <<http://users.umiacs.umd.edu/~horty/courses/readings/hart-1948-ascription.pdf>>. Acesso em: 26 Abr. 2021.

HOBAlKA, Marcelo Bechara de Souza; BORGES, Ricardo Capucio. **Rádiodifusão e TV Digital no Direito brasileiro.** Belo Horizonte: Editora Fórum, 2007.

HOYLE, E.; ANTELO, Á.; COUTINHO, I. **Globoplay thumbnails: using AI to extract the best frame to represent drama series.** International Broadcasting Convention 2019, p. 1-8, 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.

JENSEN, Klaus Bruhn. **Media Convergence: the three degrees of network, mass and interpersonal communication.** New York: Routledge, 2010.

JOHNSON, Andrew Edgecliffe; MOONEY, Attracta. **O ano em que o capitalismo se tornou fofo: mundos dos negócios parece ávido por se provar um agente social construtivo.** Financial Times, Folha de São Paulo, 24 Dez. 2019, Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/12/o-ano-em-que-o-capitalismo-se-tornou-fofo.shtml>>. Acesso em: 27 Fev. 2021.

KILPP, Suzana (org.); MONTAÑO, Sonia; FISCHER, Gustavo Daudt; LADEIRA, João Martins. **Tecnocultura Audiovisual: temas, metodologias e questões de pesquisa**. Porto Alegre: Sulina, 2015, 207p.

KILPP, Suzana. **Ethiidades televisivas: molduras e moldurações**. Revista Fronteira - UNISINOS, v.IV, p.209 - 218, 2002.

_____. **Ethiidades televisivas**. São Leopoldo: Unisinos, 2003a.

_____. **Programas televisivos**, VII Seminário Internacional de Comunicação – GT Comunicação e Indústria Audiovisual, 2003b. Disponível em <<http://www.suzanakilpp.com.br/artigos/>>. Acesso em: 27 Jan. 2021.

_____. **Mundos televisivos**. Porto Alegre: Armazém Digital, 2005.

_____. **Audiovisualidades de TV: apontamentos preliminares sobre imagem-duração**. Contemporanea, v. 4, n. 1, Jun. 2006, p. 99-116

_____. **Audiovisualidades do voyeurismo televisivo: apontamentos sobre a televisão**. Porto Alegre, RS: Zouk, 2008.

_____. **A traição das imagens: espelhos, câmeras e imagens especulares em reality shows**. Porto Alegre: Entremeios, 2010.

LADEIRA, João Martins. **Indústria cultural, desenvolvimento dependente e empresas em rede no Brasil contemporâneo: News, DirecTV, Globo e Abril**. Contracampo (UFF), vol. 31, n. 1, p. 80–100, 2014.

_____. **Imitação do excesso: televisão, streaming e o Brasil**. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2016.

_____. **A organização do streaming no Brasil: Telmex, Globo e a associação entre telecomunicações e audiovisual**. In: Revista da Associação Nacional do Programa de Pós-Graduação em Comunicação/E-compós, Brasília, v.20, n.1, jan./abr. 2017.

_____. **A fusão da AT&T-Time Warner e suas deliberações regulatórias no Brasil**. In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação XXVIII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre - RS, 11 a 14 de junho de 2019.

_____. **Indecisões e procrastinações: a fusão AT&T Time Warner e a regulação no Brasil**. In: ANIMUS, Revista Interamericana de Comunicação Midiática, UFSM, v.19 n.39, 2020.

LAGE, Leandro. **Apontamentos sobre o dispositivo televisivo: Uma releitura panorâmica das dimensões técnicas, comerciais, das linguagens e dos regimes de espectorialidade da TV**. In: Ladeira, João Martins (org.), **Televisão e Cinema: O audiovisual contemporâneo em múltiplas vertentes**. Rio de Janeiro: Folio digital: Letra e Imagem, 2018.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; LEMOS, Ligia Prezia. **Modelo de Distribuição da Televisão por Internet: atores, tecnologias, estratégias**, org. Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Guillermo Orozco Gomez, **Brasil: Streaming, tudo junto e misturado**. In: Obitel 2019: Observatório Ibero-Americano da ficção televisiva, Porto Alegre: Sulina, 2019.

LORENZETTO, Bruno Meneses. **O(s) tempo(s) do trabalho e a perda da experiência na modernidade**. In: **Sociologia & Política: I Seminário Nacional Sociologia & Política UFPR 2009: Sociedade e Política em tempos e incerteza**”, Disponível em <<http://www.humanas.ufpr.br/evento/sociologiaepolitica>>. Acesso em: 10 Ago. 2018.

LÖWY, Michel. **Romantismo e Messianismo: ensaios sobre Lukacs e Walter Benjamin**. São Paulo: Perspectiva-Editora Universidade de São Paulo, 1990.

LUHMANN, Niklas. **O direito da sociedade**. Saulo Krieger e Alexandre Agnolon (trads.). São Paulo: Martins Fontes, 2016.

_____. **A realidade dos meios de comunicação**. Tradução de Ciro Marcondes Filho. São Paulo: Paulus, 2005.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

MACHADO FILHO, Francisco. **TV aberta no Brasil: que televisão queremos ter?** Curitiba: Appris, 2020.

MANOVICH, Lev. **The Language of the New Media**. Cambridge: Mit Press, 2001.

MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário da Comunicação**. São Paulo: Ed. Paulus, 2009.

MARTINS, Catarina Fernandes. **A geração que quer transformar isso tudo**. 13Fev.2016, disponível em: <<https://www.publico.pt/2016/02/13/sociedade/noticia/a-geracao-que-quer-transformar-isto-tudo-1723002>>. Acesso em: 27 Fev. 2021.

MASSAROLO, João Carlos; MESQUITA, D. **Vídeo sob demanda: uma nova plataforma televisiva**. GT Estudos de Televisão, XXV Encontro Anual da Compós, UFGO, 07-10 Jun. 2016, Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/compos2016videosobdemanda_3397.pdf>, Acesso em: 14 Jun. 2019.

MASSAROLO, João Carlos. **Jornalismo Transmídia: a notícia na cultura participativa**, Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo, Brasília, v.5, n. 17, p. 135-158, Jul./Dez. 2015, Disponível em: <https://www.academia.edu/19787445/Jornalismo_transmídia_a_notícia_na_cultura_participativa_Journalism_transmedia_the_news_on_participatory_culture>. Acesso em: 27 Jul. 2019

MAURICIO, Patrícia. **Regulação do audiovisual no Brasil: tudo outra vez de novo**. Revista Eptic, vol. 17, n.2, maio-agosto 2015.

MCLUHAN, Marshall. **Understand Media: The extensions of Man**. New York, Toronto, London: McGrall-Hill Book Conmpany, 1964.

MONTESQUIEU, Charles de Secondat, barão de. **Do espírito das leis: volume 2**, trad. Gabriela de Andrade Dias Barbosa, com anotações de Voltaire, de Crevier, de Marbly de la Harpe etc. ed.especial, Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.

MORGADO, Fernando. **Em um ano de pandemia, audiência da TV cresce no Brasil**, 11 Mar.2021, Redação Na Telinha, Disponível em: <<https://natelinha.uol.com.br/colunas/coluna-especial/2021/03/11/em-um-ano-de-pandemia-audiencia-da-tv-cresce-no-brasil-160213.php>>. Acesso em: 11Mar. 2021.

MOSCO, V. **The political economy of communication**. London, SAGE Publications, 1996.

MOURA, Maria Mariana Soares de. **Limites da derrotabilidade jurídica na colisão de direitos fundamentais: uma análise da atuação do Supremo Tribunal Brasileiro**. 2019. Tese (Mestrado em Direito Constitucional), Faculdade de Direito, Universidade de Lisboa, Lisboa-PT, 2019.

MÜLLER, Friedrich. **Métodos de trabalho do direito constitucional**. 2 ed., São Paulo: Max Limonad, 2000.

_____. **Teoria Estruturante do Direito**. Trad. Peter Naumann; Eurides Avance de Souza. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

NEBLINA, Daniel. **Globo muda identidade visual para unificar empresas**. in: Observatório da TV, Disponível em: <<https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/globo-muda-identidade-visual-para-unificar-empresas>>. Acesso em: 07 Fev.2021.

NEVES, Marcelo. **A constitucionalização simbólica**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011.

NICOLAU, Alex. **A história da TV por assinatura no Brasil-1991**. Youtube, 18 Nov. 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=J8xo904hbEk>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

Nova série ‘Aruanas’ terá lançamento global em mais de 150 países com alerta sobre a Amazônia, Globo.com, 17 Jun. 2019. Responsabilidade Social. Disponível em: <<https://redeglobo.globo.com/Responsabilidade-Social/eu-sou-geracao-do-amanha/noticia/nova-serie-aruanas-tera-lancamento-global-em-mais-de-150-paises-com-alerta-sobre-a-amazonia.ghtml>>. Acesso em: 11 Fev. 2021.

NYSTRÖM, Anna-Greta. **What is Convergence? Perceptions from the finnish telecommunications sector**. In: The 18th. European Regional ITS Conference. 2-4 September 2007. Istanbul, Turkey. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/252195705_What_is_Convergence_Perceptions_from_the_Finnish_telecommunications_Sector>. Acesso em: 19 Jul. 2019.

OLIVEIRA, Leandro. **Data collected in the form of taped interviews for use in an academic research project at the University of Glasgow - Dissertation for Media Management**. 2020

Padre Roberto Landell de Moura, o brasileiro que inventou o rádio, Epoch Times.com.br. 09 Abr. 2014, Disponível em: <<https://www.epochtimes.com.br/padre-roberto-landell-de-moura-o-brasileiro-que-inventou-o-radio/>>. Acesso em: 25 Fev. 2021.

PIERANTI, Octavio Penna; MARTINS, Paulo Emílio Matos. **A radiodifusão como um negócio: um olhar sobre a gestão do Código Brasileiro de Telecomunicações**. Revista de Economia Política de Las Tecnologias de la Información y Comunicación, www.eptic.com.br, vol. IX, n.1, Jan. – Abr./2007, Disponível em: <https://www.academia.edu/30236696/A_Radiodifus%C3%A3o_como_um_Neg%C3%B3cio_um_Olhar_sobre_a_Gesta%C3%A7%C3%A3o_do_C%C3%B3digo_Brasileiro_de_Telecomunica%C3%A7%C3%B5es>. Acesso em: 31 Maio 2021.

PLATÃO. **O político**. edição eletrônica para dispositivos Apple, 2020.

POOL, Ithiel de Sola. **Technologies of Freedom**. Harvard College. Library of Congress Cataloging in Publication Data, 1983.

POPPER, Karl. **Televisão: um perigo para a democracia**. Lisboa: Gradiva, 1995.

POSSEBOM, Samuel. **Televisa: Grupo Globo abre mão de outorgas de TVA no Rio e em São Paulo**. Radiodifusão 16Jan2017. Disponível em <<https://telaviva.com.br/16/01/2017/grupo-globo-abre-mao-de-outorgas-de-tva-no-rio-e-em-sao-paulo/>>. Acesso em: 20 Maio 2019.

_____. **Anatel vê marco da TV Paga “Caduco” e indicará pontos de aprimoramento**. Teletime.com.br, 19Fev2019. Disponível em <https://teletime.com.br/19/02/2019/anatel-ve-marco-da-tv-paga-caduco-e-indicara-pontos-de-aprimoramento/>. Acesso em: 16Jan. 2021.

_____. **Lei do SeAC pode mudar para incluir obrigação de carregamento de retransmissoras de TV**. Teletime.com.br, 21Maio2021. Disponível em <<https://teletime.com.br/21/05/2021/lei-do-seac-pode-mudar-para-incluir-obrigacao-de-carregamento-de-retransmissoras-de-tv/>>. Acesso em: 22 Maio 2021.

ROXO, Marcos. A volta do “jornalismo cão” na TV. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor e ROXO, Marcos (Orgs). **História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010.

SACHITIELLO, Bárbara. **Anatel atribui queda na TV paga aos serviços de streaming**. In: Meio&Mensagem, 10Jul.2018, disponível em: <<http://meioemensagem.com.br>>. Acesso em: 12 jul. 2019.

_____. **Globo nomeia Erick Bretas para comandar Globoplay**. In: Meio&Mensagem, 19Ago.2019, disponível em: <<http://meioemensagem.com.br>>. Acesso em: 06Fev.2021.

SATUF, Ivan. **Examinar, prever e prescrever comportamentos: como atuamos “algoritmos de engajamento” no Globoplay.** Unisinos: Revista Fronteiras – estudos midiáticos 22(3):29-40, Set./Dez. 2020.

SCHEFFEL, Adam. **Como as emissoras de TV estão usando big data para melhorar os resultados e os desafios associados a uma estratégia de dados: um estudo de caso sobre a Globo.** 43º Intercom – Virtual, 1 a 10 Dez. 2020, XX Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/lista_area_DT4-TV.htm>. Acesso em: 21 Jan. 2021.

SCHIAVINI, Rodrigo. **Como funcionam os mecanismos de recomendação com AI?** (smarthint.co). disponível em: <<https://www.smarthint.co/como-ia-e-sistemas-de-recomendacao-de-produto-trabalham-juntos/>>, Acesso em: 28 Jan. 2021.

SOUZA, Wesley Wadim Passos Ferreira de. **A resiliência do *broadcast*: o Globoplay e as tensões jurídicas na constituição do *streaming* no Brasil.** 43º Intercom – Virtual, 1 a 10 Dez. 2020, XX Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/lista_area_DT4-TV.htm>. Acesso em: 21 Jan. 2021.

TEIGUM, Hanne; NICOLON, François; SUNNEBO, Dominic et all. **Tendências e previsões de mídia 2021**, Kantar Ibope Media, Nov. 2020, Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/media-trends-predictions>. Acesso em: 20 Jan. 2021.

TROMBETTA, Gerson Luis. **As frestas do tempo: sobre a concepção de história em Walter Benjamin.** In: História: Debates e Tendências – V.10, n. 2. Jul./dez. 2010, p. 399-401. Pub. 2º sem 2011.

VIEIRA, Amanda Veronesi; MURTA, Cíntia Maria Gomes. **Globo play: a plataforma da rede globo.** Revista GEMInIS: Grupo de Estudos sobre Mídias Interativas, Imagem e Som, São Carlos, UFSCar, v. 8, n. 2, pp.31-47, mai. / ago. 2017.

VITORIO, Thamires. **Netflix, Amazon e Globoplay superam audiência da maioria dos canais de TV: dados do Ibope mostram que streaming só fica atrás da Rede Globo.** Tecnologia, Exame., 09 Jul. 2020. Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/netflix-amazon-e-globoplay-superam-audiencia-da-maioria-dos-canais-de-tv/>>. Acesso em: 21 Fev. 2021.

WIMMER, Mirian. **Os projetos de lei de comunicação de massa por assinatura: controvérsias, interesses e expectativas.** Revista de Direito, Estado e Telecomunicações, v. 2, n.1, 2010, p. 231-258.

WOLFF, Michael. **Televisão é a nova televisão: o triunfo da velha mídia na era digital.** Rio de Janeiro: Globo Livros, 2015.

WOLTON, Dominique. **Elogio do Grande Público: Uma teoria crítica da Televisão.** Trad. José Rubens Siqueira. São Paulo: Ática, 2006.

_____. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias.** Trad. Isabel Crosseti. Porto Alegre: Sulina, 3.ed., 2012.

ZIELINSK, Siegfried. **Arqueologia da Mídia: em busca do tempo remoto das mídias.** Trad. Carlos D. Szlak São Paulo: Annablume Editora, 2006.